

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel pada Mahasiswa di Desa Raanan Baru

Mariana Sondakh
Lucky F. Tamengkel
Aneke Y. Punuindoong

Program Studi Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi
Email: marianasondakh04@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine the effect of price on Telkomsel card purchasing decisions for students in Raanan Baru village. This research uses quantitative methods. The sample used was 50 Orang who were students. Using a validity test and a simple linear regression test it can be concluded that the price has a positive and significant effect on the purchasing decision. Through the determination test, the result was obtained that the price had an effect of 69.3% on purchasing decisions, the remaining 30.7% were influenced by other variables.*

Keywords: *Price, Purchase Decision*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan Pembelian Kartu Telkomsel pada Mahasiswa di Desa Raanan Baru. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel yang digunakan adalah 50 Orang yang merupakan mahasiswa-mahasiswa. Dengan menggunakan uji validitas dan uji regresi linier sederhana dapat di simpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikansi terhadap keputusan pembelian . Melalui uji determinasi didapat hasil bahwa harga berpengaruh sebesar 69.3% terhadap keputusan pembelian, sisanya 30.7%.

Kata kunci: Harga, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Telekomunikasi di Indonesia sudah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Setiap manusia sudah menggunakan teknologi untuk berkomunikasi, dan itu menjawab kebutuhan manusia untuk berkomunikasi dengan siapa saja. Hal ini membuat perusahaan komunikasi menawarkan jasanya dalam memberikan pelayanan dan menawarkan produk yang bisa menarik konsumen.

Sarana komunikasi yang tersedia saat ini sangat memudahkan bagi masyarakat dalam berkomunikasi, sehingga menjadikan dunia ini seakan sangat sempit dengan di iringi kemajuan ilmu pengetahuan dan sarana teknologi yang canggih yang berakibat pada perkembangan disegala bidang. Salah satunya di bidang telekomunikasi dalam hal persaingan antar perusahaan telekomunikasi.

Telkomsel adalah operator telekomunikasi seluler GSM pertama di Indonesia dengan layanan pascabayar kartuHALO yang diluncurkan pada tanggal 26 Mei 1995. Saat itu, saham Telkomsel di miliki oleh Telkom Indonesia sebesar 65% dan sisanya oleh Indosat. Pada tanggal 1 November 1997, Telkomsel menjadi operator seluler pertama di Asia yang menawarkan layanan GSM prabayar.

Telkomsel menghadirkan teknologi agar bangsa Indonesia dapat menikmati kehidupan yang lebih baik di masa mendatang dengan tetap mendukung pelestarian negeri. Untuk itulah, Telkomsel secara aktif mendorong pemanfaatan energi terbarukan sebagai sumber energi untuk menara BTS serta menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan bagi remaja dan masyarakat yang kurang mampu.

Harga juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk. Dalam menentukan harga produk kartu prabayar Telkomsel Simpati berusaha menetapkan harga jual yang pantas dan terjangkau oleh daya beli konsumen, dengan harapan konsumen akan melakukan pembelian yang berkelanjutan. Namun dengan adanya biaya produksi, biaya bahan baku dan biaya pemasaran serta pertimbangan jumlah keuntungan yang ingin diperoleh, perusahaan tidak bisa menetapkan harga yang terlalu rendah. Harga disini juga dikaitkan dengan kesesuaian dengan kualitas produk dan harga produk pesaing yang beredar di pasaran.

Keputusan pembelian adalah membeli merek yang paling disukai atau yang paling terkenal diantara produk tersebut (Kotler dan Armstrong, 2008). Keputusan pembelian konsumen yang tinggi

dapat mengakibatkan tingginya volume penjualan sehingga keuntungan yang akan didapat oleh perusahaan semakin tinggi. Agar perusahaan dapat mencapai laba yang tinggi, maka perusahaan harus memperhitungkan keputusan pembelian konsumen terhadap barang/jasa tersebut. Apabila perusahaan dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian serta dapat menganalisis konsumen dalam mempersiapkan harga maka dalam persaingan perusahaan dapat menjadi lebih unggul dan dapat menguntungkan juga bagi pihak perusahaan itu sendiri.

Alasan peneliti memilih Perusahaan Kartu Telkomsel karena Telkomsel merupakan salah satu perusahaan terpopuler dikalangan masyarakat, salah satunya dikalangan Mahasiswa. Berdasarkan hasil survei peneliti terhadap 10 mahasiswa pengguna kartu Telkomsel di desa raanan baru,kecamatan motoling barat. Maka di ketahui bahwa pemilihan layanan data berbasis internet yaitu harga terjangkau dan bonus yang di berikan oleh Perusahaan telkomsel tersebut dan konsumen telah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap produk itu. Jika kualitas produk baik maka keinginan dan kebutuhan mahasiswa akan terpenuhi.

Adapun rumusan masalah yaitu Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel pada Mahasiswa di Desa Raanan Baru?

Lalu Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel pada Mahasiswa di Desa Raanan Baru.

TINJAUAN PUSTAKA

Harga

Harga adalah senilai uang yang harus di bayarkan konsumen kepada penjual untuk mendapatkan barang atau jasa yang ingin di belinya. Oleh sebab itu, harga pada umumnya di tentukan oleh penjual atau pemilik jasa. Akan tetapi, dalam seni jual beli, pembeli atau konsumen dapat menawar harga tersebut. Bila sudah mencapai kesepakatan antara pembeli dan penjual barulah terjadi transaksi. Namun tawar-menawar tidak bisa di lakukan di semua lini pemasaran. Contoh transaksi yang menggunakan sistem tawar-menawar adalah pembelian di pasar.

Harga merupakan salah satu atribut penting yang di evaluasi oleh konsumen sehingga manajer perusahaan perlu benar-benar memahami peran tersebut dalam mempengaruhi sikap konsumen banyak hal yang berkaitan dengan harga yang melatar belakangi mengapa konsumen memilih suatu produk untuk di milikinya.

Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan.

Tingkat harga yang di tetapkan memengaruhi kuantitas barang yang di jual. Selain itu secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang di timbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi. Oleh karena itu penetapan harga memegang peranan penting dalam setiap perusahaan.

Harga (*price*) adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Philip Kotler, 2008:345).

Menurut Basu Swastha (2005:185) harga adalah jumlah uang (di tambah beberapa barang kalau mungkin) yang di butuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan keputusan konsumen untuk membeli suatu produk setelah sebelumnya memikirkan tentang layak tidaknya membeli produk itu dengan mempertimbangkan informasi-informasi yang ia ketahui dengan relitas tentang produk itu setelah ia menyaksikannya.

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan final yang memiliki suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen menggambarkan seberapa jauh pemasar dalam usaha memasarkan suatu produk ke konsumen. Keputusan pembelian merupakan pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan. Menurut Kotler & Armstrong (2014), keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2014) keputusan pembelian didefinisikan sebagai sebuah pilihan dari dua tahu lebih alternatif pilihan. Menurut Tjiptono (2012) keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

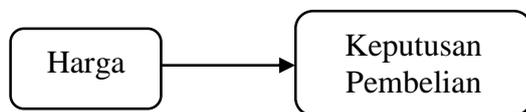
Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian

Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang (Alma, 2011:169). Penentuan harga ini merupakan salah satu keputusan yang penting bagi manajemen. Harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua ongkos, atau bahkan lebih dari itu, yaitu untuk mendapatkan laba. Tetapi, jika harga ditentukan terlalu tinggi akan

berakibat kurang menguntungkan. Dalam hal ini pembeli akan berkurang, volume penjualan berkurang, semua biaya mungkin tidak dapat ditutup dan akhirnya perusahaan akan menderita rugi. Salah satu prinsip bagi manajemen dalam penentuan harga ini adalah menitik beratkan pada kemauan pembeli untuk harga yang telah ditentukan dengan jumlah yang cukup untuk menutup ongkos - ongkos dan menghasilkan laba (Swastha dan Sukotjo, 2007:211). Hasil penelitian Seanewati Oetama (2011), menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Kerangka Pemikiran

Hubungan antara Harga dan Keputusan Pembelian dapat di gambarkan sebagai berikut :



Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah pernyataan formal menyajikan hubungan yang di harapkan antara variabel-variabel

(Creswell & Creswell 2018).

Berdasarkan pembahasan diatas maka peneliti mengajukan bahwa hipotesis pada penelitian ini di mana terdapat Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel pada Mahasiswa di Desa Raanan Baru.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif Kuantitatif dengan menggunakan analisis Regresi Linier Sederhana. Metode penelitian kuantitatif merupakan satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Menurut Sugiyono (2013: 13), metode penelitian kuantitatif dapat di artikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, di gunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya di lakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian atupun hasil penelitian.

Berhubungan dengan judul yang dikemukakan, maka penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif karena

peneliti ingin menggambarkan sifat sesuatu dan melihat sebab akibat untuk mengukur hubungan antar variable serta untuk mendeskripsikan Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel pada Mahasiswa di Desa Raanan Baru.

Metode pengumpulan dilakukan juga melalui :

1. Angket atau kuesioner
2. Pengamatan atau Observasi,
3. Studi keperustakaan

Adapun teknik analisis data yang terdiri dari Uji validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Normalitas, Analisis Heterokedastisitas, Koefisien kolerasi, Analisi regresi linear sederhana, Koefisien Determinasi, Uji Parsial (t).

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini di lakukan di Desa Raanan Baru, Kecamatan Motoling Barat, Kabupaten Minahasa Selatan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang meliputi teknik analisis linier sederhana. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 responden. Sebelum masuk kehasil penelitian uji ststistik, peneliti terlebih dahulu mencoba melakukan pengelolaan data untuk mengetahui karakteristik-karakteristik dari responden dalam penelitian ini dan apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian kertu Telkomsel pada Mahasiswa di Desa Raanan Baru.

Uji Validitas

Pada penelitian ini dinyatakan bahwa semua item kuesioner variabel X dalam kuesioner ini bersifat vailid dan dapat di gunakan dalam penelitian ini. Hal ini terlihat pada signifikansi $0,05$ atau $0,343 > 0,2787$ dan dapat di simpulkan bahwa Harga dapat Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel pada Mahasiswa di Desa Raanan Baru. Sedangkan semua item kuesioner variabel Y dalam kuesioner ini bersifat valid dan dapat di gunakan dalam penelitian ini. Hal ini terlihat pada signifikansi $0,05$ atau $0,337 > 0,2787$ dan dapat di simpulkan bahwa Harga dapat Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel pada Mahasiswa di Desa Raanan Baru.

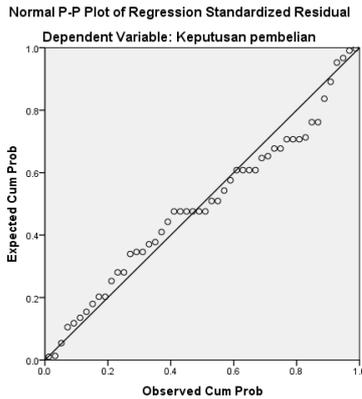
Uji Reliabilitas

Pada penelitian variabel X bahwa alpha $0,882 > 0,2787$. Hal ini membuktikan bahwa item yang terdapat dalam penelitian ini bersifat reliable dan dapat digunakan dalam penelitian saat ini dan dapat di simpulkan bahwa Harga dapat Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel pada Mahasiswa di Desa Raanan Baru. Sedangkan variabel Y bahwa $0,864 > 0,2787$. Hal ini

membuktikan bahwa item yang terdapat dalam penelitian ini bersifat reliable dan dapat digunakan dalam penelitian saat ini dan dapat di simpulkan bahwa Harga dapat Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel pada Mahasiswa di Desa Raanan Baru.

Hasil Uji Normalitas

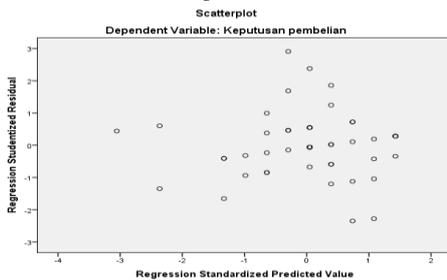
Gambar 2. Hasil Uji Normalitas



Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi $0.048 > 0.05$. Maka hasil uji Normalitas diatas dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal dan dapat di simpulkan bahwa Harga dapat Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel pada Mahasiswa di Desa Raanan Baru.

Analisis Heterokedastisitas

Tabel 14. Hasil Uji Heterokedastisitas



Terlihat pada Scatterplot bahwa diagram pencar tidak membentuk suatu pola tertentu atau posisinya dalam keadaan menyebar. Kesimpulannya model regresi terbebas dari kasus heterorkedastisitas. Dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat kasus heterokedastisitas dimana variabel independen dan variabel dependen memiliki komponen yang sama. Maka dapat di simpulkan bahwa Harga dapat Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel pada Mahasiswa di Desa Raanan Baru.

Analisis Koefisien Kolerasi

Tabel 15. Koefisien Kolerasi

		Correlations	
	Harga	Keputusan pembelian	
Harga	Pearson Correlation	1	0.836**
	Sig. (2-tailed)		0.000
	N	50	50
Keputusan pembelian	Pearson Correlation	0.836**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel di atas, didapatkan hasil bahwa $0,000 < 0,05$ maka bisa dijelaskan bahwa kuisisioner dalam penelitian ini saling berkorelasi. Nilai Pearson correlation sebesar 0,836 maka dapat dijelaskan bahwa tingkat hubungan antara harga dan keputusan pembelian adalah sempurna. Nilai dari pearson correlation adalah positif sehingga dapat di simpulkan bahwa harga berhubungan secara positif terhadap keputusan pembelian Kartu Telkomsel pada Mahasiswa di Desa Raanan Baru.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 16. Analisis Regresi Linear Sederhana

		Coefficients ^a			
		Unstandardized Coefficients		Standardized	
		Coefficients		T	
Model		B	Std. Error	Beta	Sig.
1	(Constant)	2.320	1.3	1.766	0.084
	Harga	0.861	0.081	0.836	0.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

$$Y = 2.320 + 0,861X$$

Analisis regresi linear sederhana digunakan dalam penelitian ini. Tabel *Coefficients* diatas menjelaskan hasil teknik analisis regresi linear sederhana yang diguakan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 2.320, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel Harga adalh sebesar 2.320.
2. Koefisien regresi X sebesar 0,861 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai Harga, maka nilai Keputusan Pembelian bertambah sebesar 0,861. Koefisien regresi tersebut bernilai positif. Sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

Maka dapat di simpulkan bahwa Harga dapat Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel pada Mahasiswa di Desa Raanan Baru.

Koefisien Determinasi

Tabel 18. Analisis Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.836 ^a	0.699	0.693	1.65423

a. Predictors: (Constant), Harga

Dari tabel diatas, dapat dikatakan bahwa Nilai *R Square* adalah sebanyak 0,699 yang artinya pengaruh variabel independen (X) terhadap dependen (Y) sebesar 69.3%. Maka dapat di simpulkan bahwa Harga dapat Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel pada Mahasiswa di Desa Raanan Baru.

Uji Parsial (t)

Tabel 17. Uji Parsial

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error Beta	T	Sig.
1	(Constant)	2.320	1.314	1.766	0.084
	Harga	0.861	0.081	10.568	0.000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Hasil dari tabel diatas dapat di jelaskan sebagai berikut :

1. Berdasarkan tabel diatas, variabel harga (X) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) Kartu Telkomsel pada Mahasiswa di Desa Raanan Baru. Hal ini terlihat dari signifikan Harga (X) $0,000 < 0,05$.
2. Nilai $t_{tabel} = t(a/2 ; n-k-1) = t(0,05/2; 50-2-1) = 0,281$ Berarti nilai thitung lebih besar dari ttabel ($10,568 > 0,281$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga hipotesis yang berbunyi Harga dapat berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel pada Mahasiswa di Desa Raanan Baru.

Pembahasan

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear sederhana. Penelitian ini di lakukan untuk mengetahui apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel pada Mahasiswa di Desa Raanan Baru. Data dalam penelitian ini juga di olah untuk mengetahui karakteristik dari responden-responden yang ada dalam penelitian ini.

Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan.

Tingkat harga yang di tetapkan memengaruhi kuantitas barang yang di jual. Selain itu secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang di timbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi. Oleh karena itu penetapan harga memegang peranan penting dalam setiap perusahaan.

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan final yang memiliki suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen menggambarkan seberapa jauh pemasar dalam usaha memasarkan suatu produk ke konsumen. Keputusan pembelian merupakan pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sejalan dengan penelitian terdahulu Oleh Friani Gloria Igir, Jhony R. E. Tampi dan Henny Taroreh. Dari Hasil penelitiannya yaitu Perhitungan regresi di peroleh nilai koefisien regresi produk sebesar 0,240 dan nilai sig sebesar 0,00. Sehingga dapat di simpulkan bahwa variabel produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kedua Oleh Nela Favianury Kapahang, Johny. KaTampi, Joula. J. Rogahang. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa thitung untuk variabel harga mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 4,426 di dukung pula dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ atau 5%.

Simpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah di kelola oleh peneliti maka dapat di simpulkan bahwa Harga dapat berpengaruh terhadap Keputusan pembelian kartu Telkomsel pada Mahasiswa di desa Raanan Baru sebesar 69,3% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak di teliti pada penelitian ini. Maka dapat di simpulkan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pembelian.

Daftar Pustaka

- Assauri, Sofjan. (2012). Manajemen Pemasaran. Jakarta : PT Raja Grafindo
- Basu Swastha (2005:185) Pengertian Harga
- Friani Gloria Igir, Jhony R. E. Tampi, Henny Taroreh. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 6 No. 2
- Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program IBM SPSS 23

- (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Philip Kotler, (2008:345) Pengertian Harga
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Armstrong. (2001). Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12 penerbit Erlangga.
- Nela Favianury Kapahang, Johny. R. E. Tampi, Joula. J. Rogahang Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol 4, No 4 (2016) dengan judul: "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Membeli (Studi Pada Konsumen Dodol Salak Produksi Desa Pangu)"
- Sugiyono, (2013). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. (Bandung: ALFABETA)
- Sugiyono (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, (1997). Strategi Pemasaran, Edisi Kedua, Penerbit Andi-Offset, Yogyakarta.
- Yolanda R. (2020). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Followers Instagram.