PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU INDOSAT PASCABAYAR DI KELAPA GADING JAKARTA UTARA

(Studi pada Mahasiswa Kwik Kian Gie School Of Business)

Rahma Dilla Elfira
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Lily Harjati, Ir., M.M
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRACT

Di era Globalisasi ini telah banyak lahir produk jenis handphone seperti android, iphone, ipad, tablet, note, dan sebagainya yang memiliki kecanggihan yang tinggi. Tentu saja produk- produk tersebut memerlukan provider yang dapat menunjang kualitas dari produk tersebut. Perusahaan dituntut untuk mengembangkan kualitas pelayanan, hal tersebut bertujuan untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Membangun komunikasi dengan konsumen, branding, dan mengembangkan kepuasan pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian produk kartu indosat pascabayar.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara simultan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas pelayanan, harga, keputusan pembelian

ABSTRACT

In this era of globalization, there have been many types of mobile phone products such as android, iphone, ipad, tablet, note, and so on which have high sophistication. Of course, these products require providers who can support the quality of the product. Companies are required to develop service quality, which aims to attract and retain consumers. Building communication with consumers, branding, and developing service satisfaction affects consumer purchasing decisions. This study aims to determine the effect of service quality and price on purchasing decisions for postpaid Indosat card products.

So it can be concluded that service quality and price have an effect on purchasing decisions. Simultaneously, service quality and price affect purchasing decisions.

Keywords: Service quality, price, purchase decision

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Pendahuluan

Komunikasi akan sulit apabila tidak ada perangkat komunikasi. Untuk mewujudkan lancarnya komunikasi diperlukan sejumlah peralatan komunikasi yang canggih dan terupdate. Di era Globalisasi ini telah banyak lahir produk jenis handphone seperti android, iphone, ipad, tablet, note, dan sebagainya yang memiliki kecanggihan yang tinggi. Tentu saja produk- produk tersebut memerlukan provider yang dapat menunjang kualitas dari produk tersebut.

Industri telekomunikasi merupakan salah satu jenis jasa yang menyediakan produk intangible dan saat ini telah memasuki kondisi persaingan yang jauh lebih ketat dengan bermunculannya operator-operator jasa telekomunikasi lokal. Berbagai kemudahan dan fasilitas ditawarkan oleh para operator guna meraih sekaligus mempertahankan pelanggan.

Masyarakat saat ini memilih provider yang baik dengan kualitas dan harga untuk menunjang komunikasi jarak jauh, hal tersebut banyak perusahaan yang saling bersaing untuk memikat hati konsumen dalam memilih produk tersebut. Di Indonesia saat ini ada 5 provider yang manawarkan teknologi berbasis GSM yaitu, Kartu Halo Telkomsel, Paket Internet XL Pascabayar, Indosat Matrix, Paket Internet Smartfren Pascabayar, Kartu Tri "Indie+".

Saat ini di Indonesia setidaknya ada tiga pemain besar dalam telekomunikasi seluler berbasis GSM (global system for mobile communication) yaitu Telkomsel, IndosatOoredoo, XL, Axis, dan 3. Ketiganya memiliki fitur – fitur produk yang hampir tidak dapat dibedakan kecuali dari namanya. Mulai dari fitur dasar seperti suara dan pesan singkat hingga ke fitur-fitur tambahan seperti pesan singkat suara, multi media messaging (MMS), general packet radio services (GPRS) dan nada sapa atau nada tunggu. Semuanya ditujukan dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan baik sebagai kebutuhan fungsional maupun sekedar gaya hidup

2. Kajian Literature dan Hipotesis

1) Kualitas Pelayanan

(David & Lego, 2016:725) Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai sejauh mana perbedaan antara kenyataan dengan harapan nasabah atas pelayanan yang diterima atau diperoleh. Menurut (Karani, Syah, & Anindita, 2019: 143) kualitas layanan di

definisikan sebagai ukuran layanan itu menyediakan kebutuhan konsumen, dan melibatkan perbandingan antara harapan konsumen dengan persepsi mereka tentang kinerja layanan yang sebenarnya. Berdasarkan pengertian para ahli di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan ialah upaya yang dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan nasabah sesuai dengan keinginan dan harapan nasabah, sehingga dapat membuat nasabah merasa puas setelah harapannya terpenuhi.

2) Harga

Harga merupakan sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli atau penjual melalui tawar menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. Kotler dan Keller (2012:410), menyatakan harga harus mencerminkan nilai konsumen bersedia membayar harga dibandingkan harus mencerminkan hanya biaya pembuatan produk atau memberikan layanan. Artinya harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan atau ditukarkan ke konsumen untuk mendapatkan atau memiliki suatubarang yang memiliki manfaat serta penggunaannya.

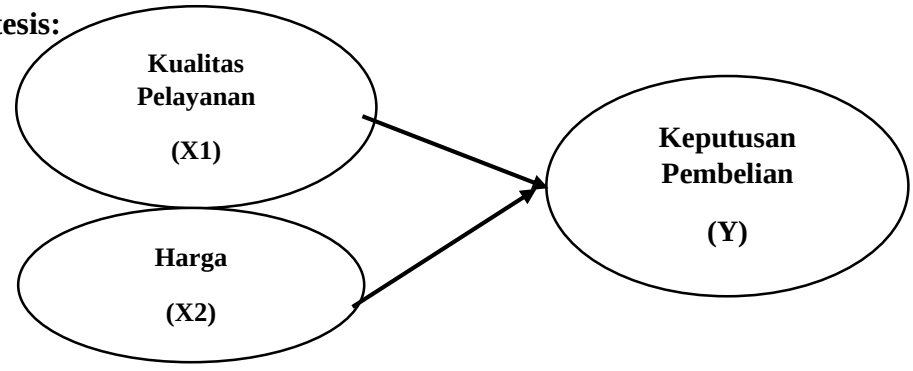
3) Kualitas Pembelian

Menurut Immanuel, D.M dan Christian, Sonata (2018:93) definisi keputusan pembelian adalah tahap dimana pembelian telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk serta mengkonsumsinya. Pembelian sendiri secara fisik bisa dilakukan oleh konsumen, namun bisa juga pilihan orang lain. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2014:188) mengatakan bahwa:

"Keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai dari berbagai alternatif yang ada, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor yang kedua adalah faktorsituasional. Oleh karena itu, preferensi dan niat pembelian tidak selalu menghasilkan pembelian yang aktual".

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

Hipotesis:



KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Berdasarkan hasil pengembangan dan penelitian-penelitian sebelumnya, teori-teori dan kerangka pemikiran yang telah dijelaskan sebelumnya, maka disusunlah hipotesis penelitian sebagai berikut:

H_1 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

H_2 : Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

H3 : Hubungan antara keputusan pembelian harga kartu indosat.

3. Metode Penelitian

Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah pelayanan Indosat dalam pengamatan penelitian yaitu mengenai keputusan pembelian. Sedangkan subyek penelitian ini adalah konsumen layanan indosat. Teknik judgement sampling adalah jenis teknik non probability sampling yang akan digunakan. Teknik judgment sampling adalah, yaitu sampel non probability yang pengambilan anggota sampelnya berdasarkan kriteria tertentu. Berikut teknik analisis data yang digunakan :

a. Uji Validitas

Menurut Priyanto (2016:143). Suatu kuesioner dinyatakan valid, jika pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Salah satu kriteria validitas yang telah umum digunakan adalah *Construct validitas*

b. Uji Reliabelitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jawaban responden terhadap pertanyaan ini dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak oleh karena masing-masing pertanyaan hendak mengukur hal yang sama. Jika jawaban terhadap indikator ini acak, maka dapat dikatakan bahwa tidak reliabel .Pengukuran realibilitas dapat dilakukan dengan *One Shot* atau pengukuran sekali saja.

c. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2016:107) uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi liniear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Dalam penelitian ini

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

peneliti menggunakan uji Run Test. Jika antar residual tidak terdapat hubungan korelasi maka dikatakan bahwa residual adalah acak atau random. Run test digunakan untuk melihat apakah data residual terjadi secara random atau tidak (sistematis).

4. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini menggunakan uji validitas terhadap 30 responden. Menurut Priyanto (2016:143) Suatu kuesioner dinyatakan valid, jika pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Salah satu kriteria validitas yang telah umum digunakan adalah *Construct validitas*.

Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Kode Indikator	r.Hitung	r.Tabel	Keterangan
KL1	0.761	0.361	Valid
KL2	0.642	0.361	Valid
KLE	0.861	0.361	Valid
KL4	0.840	0.361	Valid
KL5	0.586	0.361	Valid

Validitas Variabel Harga

Kode Indikator	r.Hitung	r.Tabel	Keterangan
H1	0.817	0.361	Valid
H2	0.766	0.361	Valid
H3	0.658	0.361	Valid
H4	0.736	0.361	Valid

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

H5	0.715	0.361	Valid
H6	0.816	0.361	Valid
H7	0.688	0.361	Valid

Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Kode Indikator	r.Hitung	r.Tabel	Keterangan
KP1	0.729	0.361	Valid
KP2	0.746	0.361	Valid
KP3	0.894	0.361	Valid

5. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian secara langsung sebesar 2,332 dengan sig sebesar <0,001. Hasil ini menyatakan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif secara langsung dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hipotesis 1 menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis dapat diterima dari Tabel 4.12 diperoleh hasil pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian adalah positif sebesar 23,32% dan signifikan <0,001.

Hasil ini sesuai dengan penelitian Denny Aditya Rachman (2017) mengatakan bahwa variabel independen (Kualitas pelayanan) yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian). Jika suatu produk yang dihasilkan baik maka konsumen akan menyukai produk tersebut dan akan

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

menyebabkan konsumen juga loyal terhadap produk sehingga dapat terjadi pembelian ulang terhadap produk tersebut.

2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian secara langsung sebesar 3,641 dengan sig sebesar <0,001. Hasil ini menyatakan Harga berpengaruh positif secara langsung dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hipotesis 2 menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis dapat diterima dari Tabel 4.12 diperoleh hasil pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian adalah positif sebesar 36,41% dan signifikan <0,001.

Hasil ini sesuai dengan penelitian Asrizal Efendy Nasution, Muhammad Taufik Lesmana (2018) mengatakan bahwa variabel independen (harga) yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian). Jika suatu produk yang dihasilkan baik dan memiliki harga yang sesuai maka konsumen akan menyukai produk tersebut dan akan menyebabkan konsumen juga loyal terhadap produk sehingga dapat terjadi pembelian ulang terhadap produk tersebut.

6. Kesimpulan dan Saran

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Indosat Kelapa Gading Jakarta Utara.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Indosat Kelapa Gading Jakarta Utara.

B. Saran

1. Meningkatkan Kembali Kualitas Pelayanan

   Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk kartu pascabayar Indosat. Sehingga disarankan untuk lebih meningkatkan kembali pelayanan yang sudah baik menjadi lebih baik lagi.
2. Meningkatkan Kembali Harga

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Produk kartu indosat pascabayar sudah memiliki harga yang sangat baik berdasarkan penilaian konsumen. Namun apabila akan ada peningkatan secara harga, harusa ada peningkatan kembali secara pelayanan.

3. Meningkatkan Keputusan Pembelian

Berdasarkan penilaian konsumen kartu Indosat di Kelapa Gading, banyak konsumen yang akhirnya memiliki keputusan pembelian untuk mengulangi hal tersebut didasari kualitas pelayanan dan harga yang baik.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR PUSTAKA

JURNAL

Denny, Aditya Rachman. *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Rumah Makan Wajan Mas Kudus)*. Diss. Faculty of Social and Political Sciences, 2017.

Imantoro, Fatih, Suharyono Suharyono, and Sunarti Sunarti. "pengaruh citra merek, iklan, dan cita rasa terhadap keputusan pembelian (Survei terhadap konsumen mi instan merek Indomie di wilayah Um Al-Hamam Riyadh)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 57.1 (2018): 180-187.

Maisya, Karani Laila, Syah Tantri Yanuar Rahmat, and Anindita Rina. "Influence of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty in Restaurants of the Tangerang Area." *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences* 92.8 (2019).

Maramis, Freekley Steyfli, Jantje L. Sepang, and Agus S. Soegoto. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 6.3 (2018).

BUKU

Buchari, Alma, 2011. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Bandung: Alfabeta

Cooper, E & Schindler, S. (2017). Metode Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.

Ghozali. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Kotler, Philip dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta

Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, dan Gary Armstrong 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga : Jakarta

Kotler dan Keller. 2014. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga

Kotler dan Gary Amstrong. (2016). Dasar-dasar Pemasaran.Jilid 1, Edisi Kesembilan.Jakarta: Erlangga. p125

Peter, J Paul and Jerry C Olson. 2013. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Terjemahan oleh Diah Tantri Dwiandani Edisi Kesembilan Jilid 2. Jakarta: Erlangga

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

© Hak cipta Milik IBI KKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Priyanto, Duwi. 2013. Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS. Yogyakarta: Gava Media.

Cooper dan Schindler. (2014). Bussiners Research Method. New York: McGrawHill

Suryani, Tatik. 2013. Perilaku Konsumen di Era Internet. Yogyakarta: Graha Ilmu

Tjiptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. (2011). Strategi Pemasaran. Edisi 3. Yogyakarta : ANDI..

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie