



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 1 Tahun 2025 Page 3794-3803

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Tiket *Event* Konser Deliland Medan

Cornelia Febe Manullang^{1✉}, Rismawati²

Politeknik Negeri Medan

Email: corneliafebe07@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Deliland adalah konser musik yang akan diadakan di Pangkalan Udara Suwon (dulu Bandara Polonia) di Medan pada tanggal 18 dan 19 Maret 2023. Acara ini akan menampilkan 65 seniman termasuk seniman lokal, nasional, Asia Tenggara, dan internasional. Harga dan fasilitas adalah dua dari banyak faktor yang memengaruhi keputusan untuk membeli tiket konser Deliland Medan. target sumber studi ini bertujuan untuk mengkaji dampak harga serta fasilitas pada penentuan pembelian karcis suatu acara. Pendekatan studi itu digunakan adalah kuantitatif dan melibatkan penyusunan informasi dengan cara survei kuesioner dan tinjauan pustaka. informasi itu didapat diteliti memakai tes standar informasi, tes hipotesis klasik, pemeriksaan regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, dan uji pemeriksaan. Ada 100 peserta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket konser Deliland Medan. Pada saat yang sama, kedua faktor tersebut juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dengan kontribusi sebesar 81,2%, sedangkan sisanya sebesar 18,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diperhitungkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Biaya, Fitur, Penentuan Pembayaran*

Abstract

Deliland is a music concert that will be held at Suwon Air Base (formerly Polonia Airport) in Medan on March 18 and 19, 2023. The *event* will feature 65 artists including local, national, Southeast Asian, and international artists. Price and facilities are two of the many factors that influence the decision to purchase tickets for the Deliland Medan concert. The target source of this study aims to examine the impact of price and facilities on the determination of purchasing tickets for an *event*. The study approach used was quantitative and involved the compilation of information by means of questionnaire surveys and literature reviews. The information obtained was scrutinized using standardized tests of information, classical hypothesis tests, multiple linear regression examinations, coefficient of determination tests, and examination tests. There were 100 participants. The results of this study indicate that price and facilities have a positive and significant effect on purchasing decisions for Deliland Medan concert tickets. At the same time, the two factors also showed a positive and significant influence with a contribution of 81.2%, while the remaining 18.8% was influenced by other factors not taken into account in this study.

Keyword: *Cost, Features, Payment Determination*

PENDAHULUAN

Pertunjukan musik adalah salah satu jenis rekreasi yang digemari oleh banyak orang waktu ini, mencakup di Medan. Setelah melewati masa pandemi yang cukup panjang, yang menyebabkan seluruh kegiatan diberhentikan, para penggiat acara yang berada di kota Medan akhirnya menghidupkan kembali suasana yang pernah terjadi sebelum adanya pandemi. Dengan adanya konser musik yang diadakan di kota Medan, sangat memberikan dampak tidak hanya kepada penyelenggaraan konser, tetapi juga kepada para penonton dan para UMKM yang ikut berpartisipasi dalam kegiatan tersebut.

Melihat banyaknya konser musik yang diadakan di kota Medan, dan banyaknya penonton yang selalu hadir dalam konser tersebut, menandakan adanya sambutan positif dan ketertarikan dalam kegiatan tersebut. Deliland merupakan salah satu penyelenggara konser musik yang ada di kota Medan. Dengan mendatangkan artis artis dalam dan luar negeri, membuat orang tertarik untuk menonton konser tersebut.

Oleh sebab itu, sangat krusial bagi pengelola untuk memerhatikan tarif dan layanan yang ditawarkan kepada pelanggan. Apakah hal tersebut layak untuk dibeli atau tidak, apakah fasilitas yang disediakan sesuai dengan harga yang ditetapkan. Menjadi salah satu penyelenggara konser besar di kota Medan, Deliland memberikan konsep konser musik baru yang sebelumnya belum pernah ada di kota Medan. Acara konser ini diorganisir oleh PT Vertikal Indonesia Grup dan berlangsung dalam jangka waktu 2 hari,

yaitu dalam tanggal 18 dan 19 -03- 2023. Acara ini diadakan di Lanud Soewondo (yang dulunya dikenal sebagai Bandara Polonia) di Medan dan melibatkan 65 penampil yang berasal dari penyanyi lokal, internasional, kawasan Asia Tenggara, hingga internasional. Dengan kapasitas tempat yang bisa menampung sampai 12.000 orang, konser Deliland Medan memiliki enam panggung, yang terdiri dari *Mandiri Stage*, *Soundsations Stage*, *Moon Stage*, *Caughtxstealing Stage*, serta dua set panggung untuk *Elektronik-Sport*. Berikut merupakan poster dari *event* konser Deliland Medan: Gambar 1.1: Poster Konser Deliland Medan

Fenomena yang berlangsung sekarang adalah banyaknya pertunjukan yang diadakan di Medan, namun jumlah orang yang membeli tiket untuk konser Deliland Medan sangat tinggi, yakni sebanyak 12.040, yang lebih dari target penjualan yang ditetapkan sebesar 10.000. Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis ingin melakukan analisis mendalam mengenai harga dan layanan yang diberikan oleh penyelenggara konser Deliland Medan sehubungan dengan keputusan orang-orang dalam membeli tiket konser tersebut.

METODE PENELITIAN

Menurut judul yang ditentukan oleh peneliti, tipe penelitian yang dilakukan dalam studi ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah tipe penelitian yang memakai data angka atau data yang bisa diukur secara jumlah, seperti angka atau statistik, sebagai dasar dalam proses analisis dan pembuatan kesimpulan. Metode penelitian kuantitatif biasanya melibatkan penggunaan instrumen-instrumen pengumpulan data seperti kuesioner atau survei, dan analisis data menggunakan teknik-teknik statistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Umum Konser Deliland Medan Konser Musik Deliland Medan adalah salah satu acara konser musik terbesar yang diadakan di kota Medan setelah melewati masa pandemi. *event* ini menjadi sorotan utama dalam dunia hiburan, karena menawarkan ide yang fresh dan belum pernah ada sebelumnya di kota Medan. Acara ini akan melibatkan 65 artis dari berbagai tingkatan, mulai dari artis lokal, nasional, hingga internasional. Keberagaman artis yang tampil di acara ini akan memberikan pengalaman musik yang luar biasa bagi penontonnya. Pertunjukan musik Deliland di Medan diadakan selama dua hari, yaitu pada hari Sabtu dan Minggu, 18-19 Maret 2023, di lokasi Lanud Soewondo (dulu Bandara Polonia) Medan.

Analisis Statistik ialah cara yang dipakai dalam statistik untuk menjelaskan, merangkum, serta meneliti data dengan cara yang teratur. Analisis deskriptif dalam kajian ini mencakup pemeriksaan fitur-fitur responden dan pengelompokan respons mereka. Berikut ini merupakan pembahasan setiap analisis Statistik yang disajikan:

- a. Berdasarkan data statistik kami dari segi usia yang paling banyak membeli tiket *event* konser Deliland Medan merupakan yang berumur antara 17-21 tahun hingga 62 orang atau 62% dan usia 22-26 tahun berjumlah 33 orang atau 33%.
- b. Jumlah responden yang berjenis kelamin perempuan mencapai 61 orang, yang setara dengan 61%. Sementara itu, responden laki-laki berjumlah 39 orang, dengan persentase 39%. Dapat disimpulkan bahwa penonton yang membeli tiket *event* konser Deliland Medan dominan berjenis kelamin perempuan.
- c. Responden menurut Pekerjaan menunjukkan bahwa data responden menurut pekerjaan yang paling banyak membeli tiket *event* konser Deliland Medan adalah Mahasiswa/pelajar dengan jumlah 87 orang atau 87% dan di susul oleh wirausaha/wiraswasta dan pegawai swasta dengan total 6 orang atau 6%. Dapat disimpulkan bahwa konser musik sangat diminati oleh kaum mahasiswa/pelajar saat ini.

1) Uji Validitas

Uji kesahan membutuhkan kepada menetapkan apakah fakta yang tersembunyi berbunga analisis ini valid atau tidak, memperuntukkan peranti pengiraan bercorak pol pakai peran skedul SPSS. Pengujian dilakukan pakai daya upaya Product Moment. Kriteria pemeriksaan kesahan adalah seumpama:

- a. Apabila ideal r hitung $> r$, dongeng unsur pol tercatat dinyatakan valid.
- b. Apabila ideal r hitung $< r$, oleh karena itu unsur kuesioner dianggap bukan akurat

Uji validitas dilakukan dengan menghitung nilai r hitung menggunakan rumus $df = n-2$ (dengan n adalah jumlah sampel) pada tingkat signifikansi 5%. Dari perhitungan tersebut, diperoleh nilai r tabel sebesar 0,361. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh pernyataan pada variabel penelitian memiliki nilai r hitung $> r$ tabel, sehingga seluruh item dinyatakan valid. Dengan demikian, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilanjutkan ke tahap uji reliabilitas.

2) Uji Reliabilitas

Menjelang menilai kebulatan atau kestabilan fakta yang dihasilkan. Sebuah daftar pertanyaan dinyatakan reliabel apabila tangkisan pelapor terhadap luapan yang diberikan konsisten atau stabil semenjak kala ke kala. Metode yang digunakan menjelang

mengorek keterjaminan bagian dalam analisis ini adalah Cronbach's Alpha, tambah jasa kesibukana SPSS. Kriteria reliabilitas ditentukan sebagai berikut:

- a. Jika koefisien *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60, maka kuesioner dinyatakan reliabel.
- b. Jika koefisien *Cronbach's Alpha* kurang dari 0,60, maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel.

Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai sebagai berikut:

- Variabel Harga (X1): *Cronbach's Alpha* = 0,939
- Variabel Fasilitas (X2): *Cronbach's Alpha* = 0,961
- Variabel Keputusan Pembelian (Y): *Cronbach's Alpha* = 0,958

Berdasarkan hasil tersebut, seluruh nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 (*Cronbach's Alpha* > 0,60). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh item dalam kuesioner penelitian ini reliabel.

3) Uji Asumsi Klasik

a. Tes normalitas merupakan sebagian prosedur agar memahami bagaimana data dalam suatu model regresi berdistribusi normal antara variabel bebas dan variabel terikat. Pengujian normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov, histogram, dan P-plot. Dasar pemikiran keputusan kenormalan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut.

- Nilai Jilf-Asimp. Jika signifikansi (dua sisi) lebih besar dari 0,05, data dianggap terdistribusi normal.
- Nilai asimetris. Tingkat signifikansi dua sisi < 0,05 menunjukkan bahwa data tidak terdistribusi normal.

Nilai asimptomatik berdasarkan hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov. Signifikansi (2-tailed) adalah 0,101, yang lebih besar dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa data yang diuji terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas dilakukan demi menentukan ekstistensi kaitan antara variabel independen pada tahap regresi. Model regresi yang ideal ditunjukkan dengan tidak adanya kaitan antara faktor penentu atau gejala multikolinearitas. Untuk mengukur tingkat multikolinearitas digunakan faktor inflasi varians (VIF) dan toleransi dengan kriteria sebagai berikut:

- Bila angka VIF lebih < dari 10, dengan demikian, muncul indikasi multikolinearitas.
- Bila angka VIF - dari 10, tidak terdeteksi masalah multikolinearitas.

- Jika toleransi melebihi dari 0,10, data tidak memiliki gejala multikolinearitas.
- Jika toleransinya - dari 0,10, gejala multikolinearitas hadir dalam data yang diuji.

Hasil uji multikolinearitas ditunjukkan di kolom Statistik Kolinearitas. Berdasarkan hasil analisis, nilai toleransi variabel "Harga" (X1) dan "Fasilitas" (X2) adalah sebesar 0,361 yang melebihi dari 0,10. skor VIF pada faktor Harga (X1) dan Fasilitas (X2) adalah 2,772 yang berarti kurang dari sepuluh. Hasil ini diterapkan bebas dari hubungan antara variabel independen

c. Uji Heteroskedastisitas

Heterogenitas varians bertindak untuk memeriksa ada tidaknya ketidaksamaan varians dalam model regresi antara satu observasi dengan observasi lainnya. Pengujian ini dilaksanakan dengan menerapkan uji Glejser dan dapat divisualisasikan melalui diagram sebar menggunakan perangkat lunak SPSS. Kriteria uji Glejser untuk mendeteksi ada tidaknya :

- apabila nilai signifikansi lebih besar dari $\alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.
- apabila nilai signifikansi Apabila nilai signifikansi $> \alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi fenomena heteroskedastisitas.

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai signifikansi variabel harga sebesar $0,437 > \alpha = 0,05$, sedangkan nilai signifikansi variabel pendirian sebesar $0,031 > \alpha = 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan tidak bersifat heteroskedastik.

4) Uji Analisis Linear Berganda

Bertujuan memeriksa relasi ketergantungan selama satu sehingga melebihi faktor yang tidak tergantung dengan faktor yang tergantung. ini juga dimanfaatkan untuk memperkirakan dampak variabel yang tidak tergantung terhadap variabel yang tergantung. Model regresi linear berganda yang diterapkan:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Penjelasan:

- Y : Pembelian yang Diputuskan
- α : Koefisien Tetap
- β_1, β_2 : Koefisien Regresi
- X1 : Biaya
- X2 : Sarana
- e : kesalahan atau variabel yang mengganggu

Analisis regresi dilaksanakan dengan memanfaatkan perangkat lunak Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 22.0 untuk Windows.

Dari hasil analisis, persamaan regresi linier berganda yang didapat adalah sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta (α) adalah 1,232. Angka positif dalam konstanta ini menunjukkan bahwa ketika variabel yang tidak tergantung (seperti harga dan fasilitas) bernilai nol, keputusan untuk membeli adalah 1,232. Ini juga berarti bahwa setiap perubahan positif pada variabel yang tidak tergantung akan menyebabkan peningkatan pada variabel yang tergantung, dan sebaliknya.
- b. Koefisien regresi untuk variabel harga adalah 0,535. Artinya, kenaikan harga satu unit atau 1% akan menyebabkan kenaikan keputusan pembelian sebesar 0,535%. Dengan kata lain, harga memiliki dampak positif pada keputusan pembelian.
- c. Koefisien regresi untuk variabel fasilitas adalah 0,388. Angka ini menggambarkan bahwa setiap peningkatan fasilitas sebesar satu unit atau 1% akan memicu kenaikan dalam keputusan pembelian sebesar 0,388%. Dengan demikian, fasilitas memiliki kontribusi positif terhadap pengambilan keputusan pembelian.

5) Uji Hipotesis

a. Pengujian Hipotesis Secara Individual (Uji t)

Uji t bertujuan untuk menentukan apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara variabel yang tidak tergantung (seperti harga dan fasilitas) berpengaruh secara individual terhadap variabel yang tergantung (keputusan untuk membeli). Kriteria yang diterapkan untuk menetapkan adanya atau tidak adanya pengaruh antara variabel yang tidak tergantung dan yang tergantung:

- Demikian nilai t yang dihitung Atau jika tingkat signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel yang tidak tergantung dan variabel yang tergantung secara individual.
- Apabila nilai t yang dihitung atau tingkat Jika signifikansi lebih besar dari $\alpha = 0,05$, kita dapat menyimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel yang tidak tergantung dan variabel yang tergantung secara individual. Dalam penelitian ini, tingkat kesalahan yang digunakan adalah $\alpha = 5\%$ atau 0,05 dengan derajat kebebasan (df) yang dihitung sebagai (n-k). Berdasarkan perhitungan yang dilakukan, nilai t yang menjadi acuan ditentukan sebagai berikut: jika nilai t hitung atau signifikansi.

b. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji F dilaksanakan untuk menilai apakah variabel independen secara bersamaan mempengaruhi variabel dependen. Berikut adalah kriteria untuk menentukan pengaruh simultan antar faktor:

- Tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$
- Jika nilai signifikansi berada pada 0,05, maka hipotesis nol (H_0) diterima
- sedangkan hipotesis alternatif (H_1) ditolak.
- Selain itu, nilai F-hitung lebih besar dari F-tabel.

Berdasarkan rumus yang telah disebutkan, untuk sampel sebanyak 100, dengan probabilitas 5%, Dengan derajat kebebasan pembilang sebesar 2 dan derajat kebebasan penyebut sebesar 97, nilai F-tabel yang diperoleh adalah 3,09. Hasil pengujian F menunjukkan bahwa nilai F yang dihitung mencapai 215,362 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dari hasil ini, kita dapat menyimpulkan bahwa nilai signifikansi 0,000 berada di bawah 0,05, dan nilai F yang dihitung, yaitu 215,362, jauh melebihi nilai F-tabel yang sebesar 3,09. Hal ini mengindikasikan bahwa harga (X_1) dan fasilitas (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan secara bersamaan terhadap keputusan pembelian (Y). Dengan kata lain, variabel harga dan fasilitas bersama-sama memengaruhi variabel dependent yaitu keputusan pembelian..

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian ini bertujuan untuk mengevaluasi seberapa erat hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Koefisien determinasi berperan penting dalam menilai sejauh mana variabel independen dapat menjelaskan perbedaan pada variabel dependen, baik secara individual maupun keseluruhan. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 hingga 1. Semakin mendekati angka 1, semakin kuat hubungan yang terjalin dalam model regresi, karena hampir semua variabel yang digunakan mampu menggambarkan variasi pada variabel dependen.

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi, dapat disimpulkan bahwa nilai Adjusted R^2 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel harga, fasilitas, dan keputusan pembelian adalah sebesar 0,812. Ini berarti 81,2% faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen, yaitu harga dan fasilitas. Sementara itu, sisa 18,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model regresi ini.

4.1 Pembahasan

A. Dampak Harga terhadap Pilihan Pembelian

Analisis regresi linear berganda dan uji-t menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara harga dan pilihan pembelian. Dengan koefisien harga sebesar 0,353 dan t-hitung mencapai 7,157, yang lebih besar dari t-tabel 1,985, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap pilihan pembelian. Hal ini menegaskan bahwa penetapan harga oleh penyelenggara konser Deliland Medan sudah tepat dan memberikan dampak besar terhadap keputusan penonton untuk membeli tiket konser tersebut.

B. Pengaruh Sarana terhadap Pilihan Pembelian

Dari analisis hasil pengujian regresi linear berganda serta uji-t, didapati bahwa variabel sarana memiliki Dampak positif dan signifikan terhadap pilihan pembelian terlihat jelas dari nilai koefisien untuk variabel sarana yang mencapai 0,388, serta nilai t-hitung sebesar 5,977, yang melebihi t-tabel dengan nilai 1,985. Selain itu, nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,000, yang lebih kecil dari 0,05, menandakan adanya hubungan yang signifikan secara statistik antara sarana dan pilihan pembelian. Temuan dari pengujian ini mengindikasikan bahwa sarana berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sarana yang memadai dan berfungsi dengan baik menjadi elemen kunci yang memengaruhi pengunjung dalam membeli tiket untuk konser Deliland Medan. Pengunjung akan menilai apakah uang yang mereka keluarkan sebanding dengan sarana yang mereka terima.

C. Bagaimana Harga dan Fitur Mempengaruhi Penetapan Transaksi

Harga dan fitur sama-sama memiliki dampak terhadap pilihan untuk membeli, menurut hasil uji hipotesis campuran (uji F). Hal ini terbukti dari nilai F hitung sebesar 215,362, yang lebih tinggi dari F tabel sebesar 3,09, dan nilai signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Variabel harga dan fitur dan pilihan untuk membeli memiliki hubungan 0,812, menurut temuan uji koefisien determinasi (R^2 yang disesuaikan). Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen mencakup 81,2% dari faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian. Secara khusus, fitur dan biaya. Berdasarkan temuan penelitian, dapat dikatakan bahwa fitur dan harga merupakan pertimbangan penting.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis mengenai dampak harga dan fasilitas terhadap pemilihan tiket konser Deliland Medan, bisa disimpulkan bahwa biaya serta fasilitas mempunyai dampak yang positif dan berarti terhadap pilihan akuisisi tiket. Harga yang proporsional dengan keuntungan yang didapat memberikan pengaruh signifikan dengan nilai t-hitung 7,157 dan signifikansi 0,000, sedangkan fasilitas yang memadai juga menunjukkan pengaruh signifikan dengan t-hitung 5,977 dan signifikansi 0,000. Secara bersamaan, harga dan fasilitas berkontribusi sebesar 81,2% pada pilihan pembelian tiket, sementara kembalinya 18,8% tergantung pada faktor-faktor yang tidak termasuk pada studi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Danang, S. (2019). *Dasar-dasar manajemen pemasaran (Konsep, strategi dan kasus) (Cetakan ke-3)*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Dara, N., & Purnaningsih, N. (2018). Pengaruh kualitas produk dan penetapan harga pakaian batik terhadap minat beli pelanggan Pasar Tanah Abang. *Jurnal Manajemen, 2*, Tangerang: Universitas Muhammadiyah Tangerang.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kertajaya, H. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Kotler, P. (2019). *Pemasaran (Jilid 2)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Kotler, P., & Armstrong. (2018). *Dasar-dasar pemasaran (Edisi ke-9)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran (Jilid 1, Edisi ke-12)*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2020). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Purnomo, H. (2018). *Manajemen strategi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Salidin, D. (2018). *Manajemen pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Sedarmayanti. (2018). *Sumber daya manusia dan produktivitas kerja*. Bandung: CV Mandar Maju.
- Singarimbun, M., & Shofian, E. (1995). *Metode penelitian survei*. Jakarta: LP3ES.
- Sudaryono. (2018). *Manajemen pemasaran: Teori & implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran: Prinsip & penerapan (Edisi ke-1)*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.