
PENGARUH POTONGAN HARGA DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN DOMPET DIGITAL SHOPEEPAY

Oleh :

Risha Fatikha Sari,

Fakultas Ekonomi/Manajemen, Universitas Singaperbangsa Karawang

Email : risha.fatikha18294@student.unsika.ac.id

Elvira Pradipta Sutiana,

Fakultas Ekonomi/Manajemen, Universitas Singaperbangsa Karawang

Email : elvira.pradipta18284@student.unsika.ac.id

Ajat Sudrajat

Fakultas Ekonomi/Manajemen, Universitas Singaperbangsa Karawang

Email : ajat.sudrajat@fe.unsika.ac.id

Articel Info

Article History :

Received 24 February - 2022

Accepted 24 March - 2022

Available Online 04 April - 2022

Abstract

At this time technology is developing rapidly, this also triggers changes in human lifestyles as consumers. One of them is a cashless payment technique using an electronic wallet (e-wallet). The research entitled "The Influence of Discounts and Ease of Use on Decisions to Use E-Wallet Shopee Pay" aims to determine the effect of variables X1 and X2 on Y. By using a quantitative approach and multiple regression analysis techniques, the results show that the T test has a positive and partially significant effect. of the discount variable (X1) on the decision to use e-wallet shopee pay (Y) because T count > T table (4.640 > 1.984) with a significance value (0.000 < 0.05) then there is a positive and partially significant effect. between the ease of use variable (X2) on the decision to use e-wallet shopee pay (Y) because T count > T table (5,190 > 1,984) with a significance value (0.000 < 0.05). Furthermore, from the ANOVA test or F test, the results of F count > F table (54.386 > 3.09) with a significance level (0.000 < 0.05) can be concluded that X1 and X2 simultaneously affect Y.

Keywords :

Discount, Ease of Use,

Purchase Decision

1. PENDAHULUAN

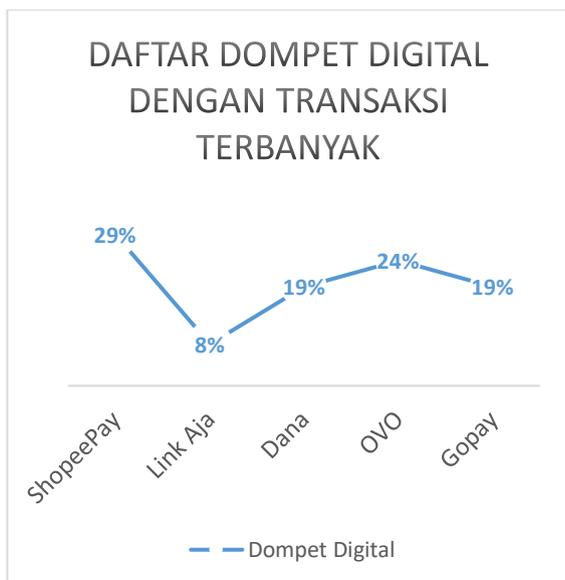
Semakin bertambahnya tahun, jaman semakin maju, semua aspek di kehidupan ini semakin berkembang pula. Teknologi menjadi salah satu aspek dalam kehidupan yang perkembangannya begitu cepat. Berkembangnya teknologi tentu menjadi keuntungan bagi masyarakat yang semakin kesini memiliki kehidupan yang serba instan dan mobilitas yang tinggi.

Teknologi tentu menjadi hal yang sangat penting dalam kehidupan. Salah satu hal yang sangat berkembang pesat dalam menyokong kehidupan manusia dengan kemajuan teknologi ini salah satunya adalah saat bertransaksi dalam e-commerce. Salah satu kemudahan yang dimunculkan oleh kemajuan teknologi ini adalah dengan munculnya dompet digital yang sangat memudahkan setiap orang dalam

melakukan transaksi saat hendak berbelanja. Dompet digital atau e-wallet ini bisa dikategorikan sebagai financial technology.

Dompet digital di Indonesia pada saat ini sudah sangat banyak sekali jenisnya dan banyak sekali fungsinya. Bisa digunakan untuk transaksi belanja e-commerce, membeli pulsa dan paket data, membayar token, sampai dengan transfer. Dompet digital sangat membantu kemudahan transaksi bagi masyarakat. Bahkan tidak jarang sekali banyak orang yang menggunakan dompet digital ini selain karena kemudahannya juga karena banyaknya potongan harga yang ditawarkan.

Selama tahun 2021 ini, terhitung sudah ada lebih dari 30 daftar aplikasi dompet digital yang ada di Indonesia yang dimana masing-masing aplikasi memiliki penggemarnya tersendiri.



Grafik 1 Daftar Dompot Digital dengan Transaksi Terbanyak 2021

Sumber : www.mobitekno.com, 2021

Data di atas merupakan 5 aplikasi dompet digital yang melakukan paling banyak transaksi selama tahun 2021. Apabila dilihat, shopeepay menduduki peringkat teratas dengan nilai transaksi sebesar 29% dibandingkan aplikasi dompet digital yang lainnya. ShopeePay merupakan dompet digital yang dimiliki oleh aplikasi belanja atau e-commerce yang bernama shopee. Shopee melahirkan shopeepay agar para penggunanya merasa mudah untuk melakukan transaksi atau saat melakukan checkout di shopee.

Selama pandemi Covid-19 banyak sekali orang-orang yang berdiam diri di rumah demi menjaga dirinya agar tidak terpapar oleh virus yang berbahaya ini. Belanja online merupakan salah satu kebiasaan baru yang dilakukan oleh masyarakat selama masa pandemi ini dan shopee merupakan salah satu aplikasi yang banyak sekali penggemarnya di kalangan masyarakat dari mulai anak muda sampai yang sudah tua. Dengan membuat fitur dompet digital shopeepay, penggemar dan pengguna shopee tentunya semakin meningkat karena fitur shopeepay ini sangat mudah untuk dilakukan dalam melakukan pembayaran. Selain itu, banyak sekali promosi yang ditawarkan oleh shopee dengan syarat pembayaran menggunakan shopeepay mulai dari potongan pembelian sampai gratis ongkos kirim. Hal ini menyebabkan shopeepay menjadi aplikasi dompet digital yang paling banyak digemari oleh masyarakat terutama selama terjadinya pandemi ini.

Pengguna shopeepay selama tahun 2021

meningkat pesat dan frekuensinya lebih sering. Kuantitas pengguna shopee di tahun 2021 bahkan meningkat 2x lipat lebih banyak dibanding tahun sebelumnya. Hal ini menandakan bahwa dompet digital, khususnya shopeepay memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi para penggunanya (www.merdeka.com, 2021).

Berdasarkan fenomena yang kami uraikan di atas, kami tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan dompet digital shopeepay. Maka dari itu, kami memutuskan untuk mengambil judul '*Pengaruh Potongan Harga dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan Dompot Digital ShopeePay*'.

2. KAJIAN PUSTAKA DAN PEGEMBANGAN HIPOTESIS

Konsep Potongan Harga

Berdasar fakta yang sering terjadi di dalam kehidupan terutama kehidupan berbelanja, potongan harga atau diskon merupakan salah satu aspek yang sangat menentukan keputusan seorang konsumen dalam membeli atau menggunakan suatu produk baik barang maupun jasa. Diskon atau potongan harga biasanya diberikan kepada pembeli oleh seorang penjual atas dasar penghargaan karena pembeli tersebut dipandang menyenangkan oleh penjual menurut (Tjiptono 2014). Menurut (Abdullah dan Tantri 2015) penghargaan atau hadiah biasanya diberikan oleh perusahaan kepada pembeli atau konsumen atas beberapa hal seperti pembayaran awal, volume atau banyaknya pembelian yang dilakukan, dan juga pembelian yang dilakukan di waktu luar musim dengan mengubah harga dasar suatu produk. Sedangkan potongan harga atau diskon menurut (Kotler dan Keller 2016) merupakan suatu penghematan yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli akan suatu produk dari harga normalnya yang tertera pada label harga produk tersebut. Potongan harga dapat memberikan beberapa keuntungan menurut (Belch dan Belch 2012), seperti:

1. Memicu konsumen membeli produk dalam kuantitas yang banyak
2. Mengantisipasi promosi yang dilakukan oleh pesaing
3. Mendukung penjualan produk dalam jumlah yang besar

Potongan harga yang dimaksud disini dalam penggunaan dompet digital shopeepay adalah suatu voucher atau keuntungan yang diterima oleh konsumen saat membeli produk di aplikasi shopee atau bahkan membeli produk di suatu

merchant yang sudah bekerjasama dengan shopee dan bisa melakukan pembayaran menggunakan shopeepay. Banyak sekali promosi yang diberikan apabila pembayaran dilakukan menggunakan shopeepay seperti cashback, potongan harga, atau bahkan free ongkir yang dimana hal-hal tersebut sangat menguntungkan bagi konsumen.

Konsep Kemudahan Penggunaan

Berkembangnya teknologi tentu sangat membantu manusia dalam menjalani kehidupan di jaman sekarang yang serba instan. Namun, konsumen akan tentu akan lebih menerima dan memilih suatu sistem yang lebih mudah dioperasikan. Kemudahan penggunaan dapat didefinisikan sejauh mana kepercayaan seseorang terhadap suatu produk atau sistem, bahwa sistem yang digunakan akan sedikit atau bahkan bebas dari usaha (Luarn, Pin dan Lin 2005). Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa apabila suatu sistem mudah digunakan atau tidak membutuhkan usaha lebih banyak, maka konsumen tentu akan menggunakannya. Kemudahan penggunaan dapat diartikan sebagai tingkat dimana seseorang yakin bahwa dalam menggunakan suatu sistem atau teknologi, ia tidak memerlukan usaha keras (Davis 1989). Apabila kita bandingkan pengertian kemudahan penggunaan menurut kedua ahli di atas, keduanya dapat disimpulkan memiliki arti yang sama. Artinya, seseorang akan menggunakan suatu sistem yang mudah dan tidak memerlukan usaha saat menggunakannya.

Shopeepay merupakan salah satu dompet digital yang sangat mudah digunakan dan tidak memerlukan usaha yang banyak. Cukup mendownload aplikasi shopee dan membuat akun, lalu dengan mengaktifkan shopeepay sebagai metode pembayaran, dompet digital ini akan bisa langsung digunakan dengan mudah cukup dengan top up saldo melalui bank transfer atau merchant yang telah bekerjasama. Kemudahan penggunaan dompet digital ini juga mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakannya.

Konsep Keputusan Penggunaan Jasa

Saat kita memutuskan untuk membeli sesuatu atau menggunakan sesuatu, artinya kita telah menyelesaikan masalah dengan memilih satu di antara banyaknya pilihan yang dimiliki. Pengambilan keputusan merupakan

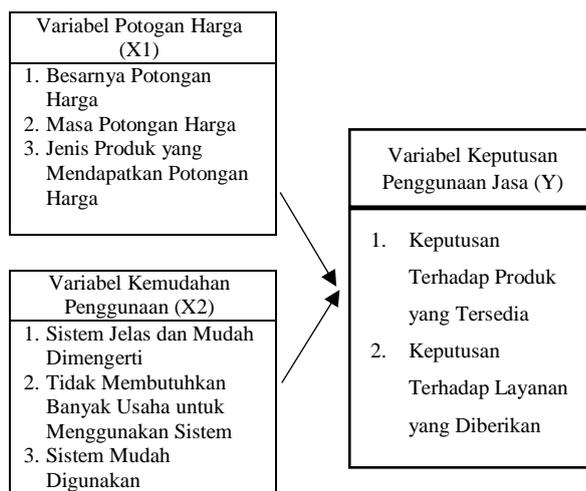
proses pengintegrasian untuk melakukan evaluasi terhadap dua atau lebih pilihan alternatif untuk memilih satu di antaranya yang melibatkan pengetahuan (Peter dan Olson 2008).

Menurut (Kotler dan Armstrong 2016) keputusan penggunaan jasa merupakan bagian dari perilaku konsumen atau perilaku suatu individu, kelompok, maupun organisasi dalam memilih, membeli, dan menggunakan baik barang, jasa, ide, maupun pengalaman untuk memuaskan kebutuhan ataupun keinginan mereka. Sedangkan menurut (Alma 2013) keputusan penggunaan jasa adalah salah satu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh beberapa hal seperti teknologi, politik, ekonomi keuangan, budaya, harga, produk, lokasi, promosi, physical evidence, people, dan process. Faktor-faktor tersebut menyebabkan terbentuknya suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi yang dimilikinya agar bisa memutuskan mengenai produk apa yang akan ia pilih.

Tahapan penggunaan jasa terdiri dari lima tahapan menurut Kotler dalam (Wibowo, Adi dan Priansa 2017). Ke lima tahapan tersebut meliputi:

1. Pengenalan Kebutuhan
2. Pencarian Informasi
3. Evaluasi Alternatif
4. Niat Penggunaan Jasa
5. Perilaku Penggunaan Jasa

A. Kerangka Pemikiran



B. Hipotesis

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan (parsial) variabel potongan harga terhadap keputusan penggunaan shopee pay.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan (parsial) variabel kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan shopee pay.
3. Terdapat pengaruh secara simultan variabel potongan harga dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan shopee pay.

3. METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Menurut (Sugiyono 2019) populasi ialah keseluruhan unsur dari semua subyek dalam penelitian yang akan diukur maupun diteliti pada suatu wilayah generalisasi. Ia juga menyebutkan bahwa populasi tidak terikat dalam suatu arti sempit seperti orang tetapi bisa juga menggambarkan suatu obyek maupun subyek lain seperti benda alam maupun karakteristik seseorang. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di kabupaten karawang.

Karena populasi bersifat luas maka dari itu biasanya peneliti akan mengambil beberapa perwakilan yang mampu menggambarkan suatu keadaan dalam populasi yang telah ditetapkan dimana perwakilan tersebut diberi istilah sampel. Sampel menurut (Sugiyono 2019) ialah bagian mengenai jumlah maupun sifat atau karakteristik yang ada pada suatu populasi yang dipilih dalam penelitian. Sampel harus representatif karena jawaban yang diperoleh akan menjadi dasar untuk penarikan kesimpulan mengenai populasi tersebut. Dalam penelitian ini diambil 100 orang sebagai perwakilan populasi yang memenuhi persyaratan untuk dijadikan sampel yaitu pengguna aktif Shopee Pay dan berdomisili di Kabupaten Karawang.

Teknik sampling yang digunakan oleh peneliti ialah *Purposive Sampling* yaitu teknik yang menggunakan beberapa syarat maupun perbandingan pada sampel dalam mengumpulkan data (Sugiyono 2019). Sesuai apa yang dilakukan peneliti dalam melakukan pengumpulan data dari sampel peneliti memberikan syarat bahwa sampel harus pengguna aktif shopee pay atau pernah menggunakan layanan shopee pay lebih dari 2

kali serta berdomisili di Karawang. (Sugiyono 2019)

Metode Pengumpulan Data

Ialah suatu teknik, usaha, maupun metode yang dilakukan guna memperoleh berbagai informasi yang dibutuhkan dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah teknik wawancara dan survey yaitu dengan cara membuat kuisioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan variabel penelitian dimana setiap pertanyaan tersebut memiliki bobot nilai 1~5 mengikuti aturan teknik skala likert dan selanjutnya disebarluaskan. Selain itu jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer serta data sekunder.

Teknik Analisis Data

Ialah cara maupun metode yang digunakan peneliti dalam melakukan pengolahan data berdasarkan data yang telah diperoleh dari tahap pengumpulan data yang telah dilakukan sebelumnya dengan tujuan memperoleh jawaban atas rumusan masalah ataupun hipotesis yang ada. Adapun jenis penelitian ini adalah kuantitatif dimana (Sugiyono, 2019) menyebutkan bahwa teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan teknik analisis statistik.

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif dengan cara analisis regresi berganda guna mengetahui seberapa besar pengaruh simultan maupun parsial yang diberikan oleh variabel bebas yaitu X1 dan X2 terhadap variable terikat yaitu Y.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Koefisien Determinasi

Ketika telah diketahui bahwa terdapat hubungan diantara tiap variabel yang ada yaitu dalam hal ini variabel X1 adalah potongan harga, X2 adalah kemudahan penggunaan, dan Y adalah keputusan penggunaan. Maka selanjutnya peneliti melakukan perhitungan mengenai derajat pengaruh yang diberikan oleh faktor potongan harga dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan layanan shopee pay. Berikut merupakan hasil dari uji koefisien determinasi :

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.724 ^a	.524	.514	1.81373	1.519

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Pengolahan Data, 2021

Hasil dari nilai R Square yang didapat dari proses pengolahan data adalah 0,524. Hal tersebut mengartikan bahwa 52,4% keputusan penggunaan layanan shopee pay mampu dijelaskan oleh variabel potongan harga dan kemudahan penggunaan, sedangkan sisanya yaitu 47,6% dijelaskan oleh faktor lain diluar variabel yang ada. *Standart Error of the Estimate* adalah 1.81373.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	357.818	2	178.909	54.386	.000 ^b
	Residual	325.673	99	3.290		
	Total	683.490	101			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Pengolahan Data, 2021

Dari tabel hasil uji anova atau uji F yang disajikan dapat dilihat bahwa nilai F tabel yang didapatkan ialah sebesar 54,386 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000 dimana lebih kecil dari 5% atau 0,05 ($0,000 < 0,05$). Sejalan dengan aturan maupun syarat mengenai uji F maka dapat disimpulkan bahwa variabel X1 yaitu Potongan Harga dan X2 yaitu Kemudahan Penggunaan secara simultan/bersama-sama memberikan pengaruh pada variabel Y yaitu Keputusan Penggunaan Layanan Shopee Pay.

Model	Coefficients				t	Sig.	Collinearity Statistics
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Beta				
1 (Constant)	-3.104				-1.606	.111	
X1	.404	.087		.387	4.640	.000	.692
X2	.372	.072		.433	5.190	.000	.692

a. Dependent Variable: Y

Sumber ; Pengolahan Data, 2021

Dari tabel Coefficients yang disajikan, diketahui bahwa nilai konstanta ialah -3,104 dimana nilai tersebut dapat diartikan bahwa jika tidak ada pengaruh dari potongan harga dan kemudahan penggunaan maka keputusan penggunaan layanan shopee pay ialah sebesar -3,104. Selanjutnya koefisien regresi X1 atau Potongan Harga ialah sebesar 0,404 dimana artinya bahwa setiap penambahan pengaruh potongan harga mampu meningkatkan keputusan penggunaan sebesar 0,404. Lalu koefisien regresi X2 atau kemudahan penggunaan layanan shopee pay ialah sebesar 0,372 dimana artinya bahwa setiap penambahan pengaruh kemudahan penggunaan mampu meningkatkan keputusan penggunaan layanan shopee pay sebesar 0,372.

Hipotesis 1

H_0 : $\mu=0$ Tidak terdapat pengaruh positif dan

signifikan (parsial) variabel potongan harga terhadap keputusan shopee pay.

H_1 (a) : $\mu \neq 0$ Terdapat pengaruh positif dan signifikan (parsial) variabel potongan harga terhadap keputusan penggunaan shopee pay.

Uji T Variabel X1

α = 0,05 (5%)

Nilai Sig = 0,000

T hitung = 4,640

$$T \text{ tabel} = \left(\frac{\alpha}{2} \right); n - k - 1$$

$$= \left(\frac{0,05}{2} \right); 102 - 2 - 1$$

$$= (0,025 ; 99)$$

$$= 1,98422$$

Jika dilakukan perbandingan antara nilai T hitung yang didapat pada uji T dalam tabel coefficient ialah sebesar 4,640 yang mana lebih besar dari nilai T tabel 1,98422 atau ($4,640 > 1,98422$) dengan nilai signifikasi ($0,000 < 0,05$) adalah dimana artinya terdapat pengaruh terdapat pengaruh positif dan signifikan (parsial) antara variabel potongan harga terhadap keputusan shopee pay sehingga pada **Hipotesis 1 dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.**

Hipotesis 2

H_0 (0) : $\mu=0$ Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan (parsial) variabel kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan shopee pay.

H_1 (a) : $\mu \neq 0$ Terdapat pengaruh positif dan signifikan (parsial) variabel kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan shopee pay.

Uji T Variabel X2

α = 0,05 (5%)

Nilai Sig = 0,000

T hitung = 5,190

$$T \text{ tabel} = \left(\frac{\alpha}{2} \right); n - k - 1$$

$$= \left(\frac{0,05}{2} \right); 102 - 2 - 1$$

$$= (0,025 ; 99)$$

$$= 1,98422$$

Jika dilakukan perbandingan antara nilai T hitung yang didapat pada uji F dalam tabel coefficient ialah sebesar 5,190 yang mana lebih besar dari nilai T tabel 1,98422 atau ($5,190 > 1,98422$) dengan nilai signifikasi ($0,000 < 0,05$) adalah dimana artinya terdapat pengaruh terdapat pengaruh positif dan signifikan (parsial) antara variabel kemudahan penggunaan terhadap keputusan shopee pay sehingga pada **Hipotesis 2 dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.**

Hipotesis 3

H₍₀₎ : $\mu=0$ Tidak terdapat pengaruh secara simultan variabel potongan harga dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan shopee pay.

H_(a) : $\mu\neq 0$ Terdapat pengaruh secara simultan variabel potongan harga dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan shopee pay.

UJIF

F hitung = 54,386

F tabel = (k ; n-k)
= (2 ; 102-2)
= (2 ; 100)
= 3,09

Jika dilakukan perbandingan antara nilai F hitung yang didapat pada uji F dalam tabel anova ialah sebesar 54,386 yang mana lebih besar dari nilai F tabel 3,09 atau ($54,386 > 3,09$) dimana artinya terdapat pengaruh secara simultan antara variabel potongan harga dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan layanan shopee pay sehingga pada **Hipotesis 3 dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima.**

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan analisis verifikatif maka berdasarkan penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial dari variabel potongan harga terhadap variabel keputusan penggunaan dompet digital shopeepay dengan nilai t hitung sebesar 4,640 atau lebih besar daripada t tabel 1,984 selain itu dapat juga dilihat pada nilai signifikan yang bernilai 0,000 atau lebih kecil dari $\alpha 0,05$.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial dari variabel kemudahan penggunaan terhadap variabel keputusan penggunaan dompet digital shopeepay dengan nilai t hitung sebesar 5,190 atau lebih besar daripada t tabel 1,984 selain itu dapat juga dilihat pada nilai signifikan yang bernilai 0,000 atau lebih kecil dari $\alpha 0,05$.
3. Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel potongan harga dan variabel kemudahan penggunaan terhadap variabel keputusan penggunaan dompet digital shopeepay yang dapat dilihat pada tabel anova pada kolom F dengan nilai F hitung sebesar 54,386 atau lebih besar dari F tabel 3,09 atau dapat

juga dilihat dari nilai signifikan yang bernilai 0,000 atau lebih kecil dari $\alpha 0,05$.

6. REFERENSI

- Abdullah, Thamrin, and Francis Tantri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Belch, George E, and Michael A Belch. 2012. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective 9th Edition*. New York: McGraw Hill Higher.
- Davis. 1989. "Perceived Useful, Perceived Ease of Use, and User Acceptance Of Information Technology." *MS Quarterly* 318.
- Kotler, and Amstrong. 2016. *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Luarn, Pin, and hsin-hui Lin. 2005. "Toward an Understanding of The Behavioural Intention to Use Mobile Banking." *Journal of Computers in Human Behaviour* 873-891.
- Peter, J. P., and J. C. Olson. 2008. *Consumer Behaviour and Marketing Strategy (8th Edition)*. Singapore: McGraw-Hill.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wibowo, Lili Adi, and Donni Juni Priansa. 2017. *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.