

PENGARUH HARGA TERHADAP MINAT BELI CALON MAHASISWA BARU POLITEKNIK SAHID

Hady Chandra Kurniawan¹, Baskoro Harwindito^{2*}, Novi Handayani³, Reza Imani Syawal⁴,
Deri Abdul Ramdani⁵

^{1,2,3,4,5} Politeknik Sahid

*Koresponden: ditobaskoro@polteksahid.ac.id

Diajukan 11-10-2024	Direvisi 29-10-2024	Diterima 09-05-2025
------------------------	------------------------	------------------------

ABSTRACT

Purpose: The purpose of this study was to determine how price affects the purchase intention of prospective new students of Sahid Polytechnic.

Research Methods: This research was conducted at the Sahid Polytechnic campus. The data processing was obtained from collecting questionnaire data distributed to 82 respondents, while the analysis techniques used were descriptive analysis, validity test, reliability test and quantitative analysis.

Implication: From the results of the correlation test, it shows that there is a relationship between the effect of price and the purchase intention of prospective new students. The results of the validity test, the effect of price on the buying interest of prospective new students are valid because the value of r count with the value of r table is greater. The results of the reliability test, the effect of price on the buying interest of prospective new students is consistent, because the value of the X variable is 0.861 greater than 0.6 ($0.861 > 0.6$) while the value of the Y variable is 0.944 greater than 0.6 ($0.944 > 0.6$). The results of the Pearson correlation test, the effect of price on buying interest of prospective new students is related. The result of the descriptive statistical test, from variable X is statement number 4 getting the highest mean value. While the results of the descriptive statistical test, from variable Y is statement number 10 getting the highest mean value.

Keywords: Effect of Price, Purchase Interest, Prospective New Students

ABSTRAK

Tujuan: Tujuan dilakukan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap minat beli calon mahasiswa baru Politeknik Sahid.

Metode Penelitian: Penelitian ini dilakukan pada kampus Politeknik Sahid. Adapun pengolahan data diperoleh dari pengumpulan data kuesioner yang dibagikan kepada 82 responden adapun teknik analisis yang digunakan yakni analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas dan analisis kuantitatif.

Implikasi: Dari hasil uji korelasi menunjukkan terdapat hubungan antara pengaruh harga dengan minat beli calon mahasiswa baru. Hasil dari uji validitas, pengaruh harga terhadap minat beli calon mahasiswa baru adalah valid karena nilai r hitung dengan nilai r tabel lebih besar. Hasil dari uji reliabilitas, pengaruh harga terhadap minat beli calon mahasiswa baru adalah konsisten, karena nilai dari variabel X 0,861 lebih besar dari 0,6 ($0,861 > 0,6$) sedangkan nilai dari variabel Y 0,944 lebih besar dari 0,6 ($0,944 > 0,6$). Hasil dari uji korelasi pearson, pengaruh harga terhadap minat beli calon mahasiswa baru adalah berhubungan. Hasil dari uji statistik deskriptif, dari variabel X adalah pernyataan nomor 4 mendapatkan nilai mean tertinggi. Sedangkan hasil dari uji statistik deskriptif, dari variabel Y adalah pernyataan nomor 10 mendapatkan nilai mean tertinggi.

Kata Kunci: Pengaruh Harga, Minat Beli, Calon Mahasiswa Baru

PENDAHULUAN

Pendidikan tinggi memainkan peran penting dalam pengembangan individu dan pertumbuhan ekonomi di negara ini. Semakin tinggi tingkat pendidikan suatu masyarakat, semakin besar kontribusinya terhadap pembangunan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja.

Sebagaimana tercantum di Wikipedia, perguruan tinggi adalah lembaga pendidikan tinggi. Siswa disebut mahasiswa dan guru disebut dosen. Penciptaan perguruan tinggi bukan tanpa tujuan. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 Pasal 1 Ayat 2 mengatur bahwa yang dimaksud dengan pendidikan tinggi adalah lembaga pendidikan tinggi yang meliputi program diploma, sarjana, magister, doctoral, dan profesi. serta program khusus berdasarkan budaya Indonesia.

Pesatnya pertumbuhan jumlah Perguruan Tinggi Pariwisata tentu akan menyebabkan persaingan bagi setiap lembaga, sehingga setiap institusi berusaha semaksimal mungkin melakukan evaluasi dan perbaikan untuk meningkatkan kualitas yang lebih baik lagi agar tetap diminati oleh calon mahasiswa yang akan melanjutkan studi ke tahap yang lebih tinggi.

Harga yang ditetapkan Politeknik Sahid di bidang pendidikan relatif dapat bersaing dengan perguruan tinggi lainnya dalam tahap pertama menarik calon mahasiswa baru untuk masuk ke Politeknik Sahid, sehingga dapat memberikan pengaruh terhadap minat beli dari calon mahasiswa.

Minat beli calon mahasiswa untuk melanjutkan studi di perguruan tinggi yang diinginkan didorong oleh kemauan pribadi dan kehendak individu, dimana calon mahasiswa melakukan pertimbangan-pertimbangan yang sesuai dengan keadaan, keadaan atau kondisi yang ada. Jika suatu situasi menunjukkan bahwa kondisi tidak ada atau tidak sesuai dengan apa yang dia harapkan, dia akan membuat ragu dan mengarah pada keputusan untuk tidak memilih.

Adapun beberapa pendapat mahasiswa yang masuk Politeknik Sahid angkatan tahun 2022 mengatakan jika kampus Politeknik Sahid memiliki keunggulan yaitu salah satunya dalam fasilitas yang ada, serta biaya kuliah yang dapat bersaing dengan kampus vokasi lainnya.

Dalam perguruan tinggi vokasi sistem kurikulum lebih banyak pembelajaran praktek dari pada teori, sehingga biaya dalam perkuliahan akan lebih banyak digunakan untuk kegiatan praktek, seperti halnya praktek memasak (cooking) ataupun pelayanan (service).

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya peran kegiatan penetapan harga suatu produk jasa di suatu instansi atau organisasi mempunyai dampak yang sangat berarti dalam penentuan minat beli calon mahasiswa, serta ditambah dengan adanya daya saing harga antara kampus atau perguruan tinggi di bidang pariwisata lainnya terhadap Politeknik Sahid itu sendiri.

Hal inilah yang menjadi alasan penulis melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Calon Mahasiswa Baru Politeknik Sahid."

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif, yaitu Penelitian yang membutuhkan penggunaan angka dimulai dengan mengumpulkan data, menafsirkan data, dan menyajikan hasilnya. Jadi, pada akhir penelitian sebaiknya disertai dengan gambar, tabel, grafik atau iklan lainnya (Siyoto & Sodik, 2015). Adapun variabel yang dihubungkan yaitu: variabel independen berupa Harga (X), dan variabel dependennya berupa Minat Beli (Y).

Sampel penelitian dihitung dengan teknik *nonprobability* dengan teknik *purposive sampling* dan didapatkan total sampel sebanyak 82 responden. Jenis data pada penelitian ini adalah data primer dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarikan kepada responden. Metode analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis dekriptif dan analisis kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Penyajian Data Responden

a. Jenis Kelamin

Tabel.1 Jenis kelamin responden

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	35	42.7	42.7	42.7
	Perempuan	47	57.3	57.3	100.0
	Total	82	100.0	100.0	

(Sumber: Output data SPSS V.25, 2023)

Berdasarkan tabel 1 diatas, diketahui bahwa dari 82 responden sebanyak 35 orang responden berjenis kelamin Laki-Laki dengan persentase 42,7% sedangkan responden dengan jenis kelamin Perempuan sebanyak 47 orang responden dengan persentase 57,3 %. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan memiliki pola pikir bahwa kuliah dapat membuka wawasan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk masuk kedalam dunia kerja.

b. Tingkat Usia

Tabel.2 Tingkat usia responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17 Tahun	2	2.4	2.4	2.4
	18 Tahun	15	18.3	18.3	20.7
	19 Tahun	36	43.9	43.9	64.6
	20 Tahun	16	19.5	19.5	84.1
	≥ 21 Tahun	13	15.9	15.9	100.0
Total		82	100.0	100.0	

(Sumber: Output data SPSS V.25, 2023)

Berdasarkan data dari table 2 tersebut kebanyakan Calon mahasiswa baru yang mendaftarkan diri merupakan calon mahasiswa yang berumur 19 tahun yang berjumlah 36 orang responden dengan persentase 49,3% sedangkan untuk yang berumur 20 tahun sebanyak 16 orang responden dengan persentase 19,5%, yang berumur ≥ 21 Tahun sebanyak 13 Orang dengan persentase 15,9%, yang berumur 18 Tahun sebanyak 15 Orang dengan persentase 18,3% dan yang berumur 17 tahun sebanyak 2 orang responden dengan persentase 2,4%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin bertambahnya umur seseorang dapat mendorong untuk mencari informasi terlebih dahulu dan jika ada informasi yang belum didapat, maka akan bertanya secara langsung pada pihak yang terkait.

c. Asal Sekolah

Tabel.3 Asal Sekolah Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	30	36.6	36.6	36.6
	SMK	46	56.1	56.1	92.7
	Madrasah Aliyah	5	6.1	6.1	98.8
	Paket C	1	1.2	1.2	100.0
	Total	82	100.0	100.0	

(Sumber: Output data SPSS V.25, 2023)

Berdasarkan Data tabel 3 diatas menunjukkan sebanyak 46 orang responden berasal dari SMK (Sekolah Menengah Kejuruan) dengan persentase 56,1%, sebanyak 30 orang responden berasal dari SMA (Sekolah Menengah Atas) dengan persentase 36,6%, sebanyak 5 orang responden dengan persentase 6,1% berasal dari Madrasah Aliyah dan sebanyak 1 orang responden dengan persentase 1,2% berasal dari Paket C. Hal ini menunjukkan bahwa sekarang sekolah perhotelan dan pariwisata khususnya Politeknik Sahid memiliki banyak peminat diluar SMK (Sekolah Menengah Kejuruan).

d. Responden mengetahui kampus

Tabel.4 Responden mengetahui kampus

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Media Sosial	31	37.8	37.8	37.8
	Website	7	8.5	8.5	46.3
	Keluarga/Teman	44	53.7	53.7	100.0
	Total	82	100.0	100.0	

(Sumber: Output data SPSS V.25, 2023)

Berdasarkan data tabel 4 sebanyak 44 orang responden dengan persentase 53,7% mengetahui Politeknik Sahid dari keluarga/teman, sebanyak 31 orang responden dengan persentase 37,8% mengetahui Politeknik Sahid dari media sosial dan sebanyak 7 orang responden dengan persentase 8,5% mengetahui Politeknik Sahid dari *website*. Hal ini menunjukkan bahwa banyak Calon mahasiswa di Politeknik Sahid mendapatkan informasi mengenai kampus berasal dari adanya keluarga/teman.

e. Daerah tempat tinggal

Tabel 5 Daerah tempat tinggal responden

Tempat Tinggal					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Jakarta	22	26.8	26.8	26.8
	Bogor	8	9.8	9.8	36.6
	Depok	15	18.3	18.3	54.9
	Tangerang	23	28.0	28.0	82.9
	Bekasi	6	7.3	7.3	90.2
	Lainnya	8	9.8	9.8	100.0
	Total	82	100.0	100.0	

(Sumber: Output data SPSS V.25, 2023)

Dari tabel 5 diatas total 82 orang responden, sebanyak 23 orang responden dengan persentase 28% berasal dari Tangerang, sebanyak 22 orang responden dengan persentase 26,8% berasal dari DKI Jakarta, sebanyak 15 orang responden dengan persentase 18,3% berasal dari Kota Depok, sebanyak 8 orang responden dengan persentase 9,8% berasal dari Kota Bogor, sebanyak 6 orang responden dengan persentase 7,3% berasal dari Kota Bekasi dan sedangkan 8 orang responden dengan persentase 9,8% lainnya berasal dari luar daerah . Hal ini membuktikan bahwa Politeknik Sahid memiliki lokasi yang strategis dan juga memiliki 3 kampus lainnya yang tersebar di daerah Jakarta yaitu, daerah Taman Puring, Pondok Cabe, dan Sudirman.

2. Uji Validitas

Tabel. 6 Uji validitas Harga (Variabel X)

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Pengaruh Harga (X)	X1	0.698	0.2172	Valid
	X2	0.702	0.2172	Valid
	X3	0.823	0.2172	Valid
	X4	0.685	0.2172	Valid
	X5	0.596	0.2172	Valid
	X6	0.686	0.2172	Valid
	X7	0.794	0.2172	Valid
	X8	0.751	0.2172	Valid

(Sumber: Output data SPSS V.25, 2023)

Berdasarkan data dari tabel 6, terdapat 8 pertanyaan kuesioner dari variabel X (Harga). Berdasarkan perbandingan antara nilai r hitung dengan nilai r tabel lebih besar, maka dapat disimpulkan bahwa semua butir soal untuk variabel X (Harga) adalah valid.

Tabel 7. Hasil Pengujian Uji Validitas Minat Beli (Variabel Y)

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Minat Beli (Y)	Y1	0.708	0.2172	Valid
	Y2	0.809	0.2172	Valid
	Y3	0.858	0.2172	Valid
	Y4	0.800	0.2172	Valid
	Y5	0.807	0.2172	Valid
	Y6	0.855	0.2172	Valid
	Y7	0.874	0.2172	Valid
	Y8	0.816	0.2172	Valid
	Y9	0.869	0.2172	Valid
	Y10	0.750	0.2172	Valid

(Sumber: Output data SPSS V.25, 2023)

Berdasarkan data dari tabel 7, terdapat 10 pertanyaan kuesioner dari variabel Y (Minat Beli). Berdasarkan perbandingan antara nilai r hitung dengan nilai r tabel lebih besar, maka dapat disimpulkan bahwa semua butir soal untuk variabel Y (Minat Beli) adalah valid

3. Uji Reliabilitas

Tabel 8. Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Cronbach Alpha	Cut of Value	Keterangan
Harga (X)	0,861	0,6	Reliabel
Minat Beli (Y)	0,944	0,6	Reliabel

(Sumber: Output data SPSS V.25, 2023)

Pada tabel 8 diatas terlihat bahwa seluruh pernyataan variabel Harga (X) memiliki nilai Koefisien Cronbach's Alpha 0,861 lebih besar dari 0,60 yang berarti keseluruhan rhitung > rtabel. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dinyatakan reliabel. Variabel Minat Beli (Y) memiliki nilai Koefisien Cronbach's Alpha 0,944 yang berarti keseluruhan rhitung > rtabel. Maka kuesioner keputusan Pemesanan (Y) secara keseluruhan dapat dikatakan reliabel.

4. Metode Analisis Data

a. Analisis Regresi Sederhana

Tabel 9. Analisis Regresi Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	27.935	4.205		6.643	.000
1 Pengaruh Harga	.452	.154	.312	2.939	.004

a Dependent Variable: Minat Beli Calon Mahasiswa

(Sumber: Output data SPSS V.25, 2023)

Berdasarkan hasil dari Coefficientsa diatas didapatkan hasil konstanta (a) adalah 27,935. sedangkan nilai dari Pengaruh Harga (koefisien regresi) adalah 0,452 sehingga persamaan regresinya dapat ditulis sebagai berikut: Minat beli (Y) = Konstanta (a) + Koef. Regresi (Bx) = hasil dari Coefficientsa diatas didapatkan hasil konstanta (a) adalah 27,935 + 0,452x.

- 1) Konstanta sebesar 27,935 artinya jika Pengaruh Harga tidak ada maka Minat beli sebesar 27,935.
- 2) Koefisien Koefisien regresi (x) sebesar 0,452 yang berarti setiap kenaikan variabel Pengaruh Harga maka akan meningkatkan minat beli sebesar 0,452. Begitu pula sebaliknya, setiap variabel Pengaruh Harga mengalami penurunan maka minat beli akan mengalami penurunan sebesar 0,452. Tanda (+) menunjukkan hubungan satu arah, sedangkan tanda (-) menunjukkan hubungan terbalik antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

- 3) Berdasarkan nilai signifikansi, dari tabel Coefficientsa nilai signifikansinya sebesar 0,004 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Pengaruh Harga (X) mempunyai pengaruh terhadap variabel Suku Bunga (Y).

b. Uji t

Tabel 9. Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	27.935	4.205			6.643
Pengaruh Harga	.452	.154	.312		2.939

a Dependent Variable: Minat Beli Calon Mahasiswa

(Sumber: Output data SPSS V.25, 2023)

H_1 = Hasil Uji t diatas dapat disimpulkan bahwa pada variabel Pengaruh Harga seperti pada table 4.29 diatas diperoleh t hitung sebesar 2,939 dengan t-tabel sebesar 1,99006 yang berarti nilai t-hitung > t-tabel ($2,939 > 1,99006$) dan nilai Sig. < 0,05. Dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak, yang artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan Pengaruh Harga (X) secara parsial terhadap Minat Beli (Y).

Pembahasan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli calon mahasiswa baru dan juga seberapa besar kontribusi harga terhadap minat beli calon mahasiswa baru Politeknik Sahid.

1. Dari hasil uji t atau pengujian secara individual yang dilakukan terbukti bahwa variabel Pengaruh Harga berpengaruh signifikan terhadap Minat beli Calon Mahasiswa Baru. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Calon Mahasiswa Baru.
2. Adapun hasil yang diperoleh dari hasil t hitung > t tabel yaitu $2,939 > 1,99006$ dan nilai signifikansi < 0,05 ($0,004 < 0,05$). Artinya Hipotesis dapat diterima dan juga variabel Harga berpengaruh sebesar 90,7 % terhadap variabel Minat Beli Calon Mahasiswa Baru.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa Harga mempunyai hubungan atau mempunyai korelasi terhadap Minat Beli, sehingga Calon Mahasiswa Baru yang mengetahui informasi tentang Politeknik Sahid dapat memutuskan dengan mudah dalam pembelian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan dibahas pada Bab IV tentang pengaruh harga terhadap minat beli calon mahasiswa baru Politeknik Sahid, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut: Harga memiliki pengaruh terhadap minat beli calon mahasiswa baru Politeknik Sahid.

1. Harga memiliki kontribusi sangat tinggi terhadap minat beli yaitu sebesar 90,7%.

SARAN

Berdasarkan Berdasarkan kesimpulan di atas mengenai pengaruh harga terhadap minat beli calon mahasiswa baru di Politeknik Sahid, maka penulis mengajukan beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak Politeknik Sahid dan bagi peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Politeknik Sahid khususnya bagian penetapan harga harus mencoba untuk melakukan analisis secara berkala terhadap efektivitas strategi harga yang diterapkan karena Strategi harga harus selaras dengan strategi pemasaran dan nilai yang ditawarkan kepada mahasiswa.
2. Mempertimbangkan kembali harga yang sudah ditetapkan harus sudah sesuai dengan fasilitas dan manfaat yang akan di terima oleh calon mahasiswa baru, sehingga mereka akan merasa tidak keberatan untuk membeli sesuai dengan harga yang sudah ditetapkan sebelumnya oleh Politeknik Sahid.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Azwar, & Syaifuddin. (2012). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Liberty.
- Durianto, & et al. (2013). *Inovasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartanto, B., & Indriyani, L. (2022). *Minat Beli di Marketplace shopee* (B. Nasution (ed.)).
- Hasan, A. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Persaingan Terhadap Minat Beli*. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 415–424.
- Huang, H. (2020). *Globalstat academic*. In *Analisis Regresi Sederhana*. <https://www.globalstatistik.com/analisis-regresi-sederhana-ini-penjelasan/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. *Prinsip - Prinsip Pemasaran*, 314.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Principles of Marketing* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (3rd ed.). Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Limanto, R. (2021). *Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Hswgrail*. Id. 6(April).
- Mandasari, K. (2012). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Memilih Jasa Perhotelan*. *Jurnal Ekonomi Manajemen*.
- Mufreni, A. N. (2016). *Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan Dan Bahan Kemasan*. *Jurnal Ekonomi Manajemen* 2, 51.
- Mundir, A. (2012). *Minat Beli*. *Ilmiah Jurnal: Minat Beli Konsumen*, 1.

- Nainggolan, P., & Heryenzus, N. dan. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah Di Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*.
- Ningtias, A. A., & Budiarti, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Bimbingan Belajar Alfagama Surabaya. *Jurnal Ilmu Riset Dan Manajemen*, 1-16.
- Oliver, R. L. (2012). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. McGraw-Hill.
- Siregar, A. Y., & Nasution, L. (2021). STRATEGI PERMINTAAN PRODUK ULOS DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN DI GERAJ "GALERI ULOS SIANIPAR" MEDAN, SUMATERA UTARA.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Siyoto, D. S. (2015). *Dasar Metodeologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Siyoto, D. S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodeologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfa Beta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfa Beta.
- Sunyoto, D., & Susanti, F. E. (2015). *Manajemen Pemasaran* (cet. 1). CAPS.
- Suwandari, & et al. (2014). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Manajemen & Bisnis*.
- Tjiptono, F. (2013). *Marketing Scales*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). Analisis Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Foodcourt Agrowisata Istana Jambu Grogol Kediri. *Strategi Pemasaran*, 289-290.
- Wicaksana, G. pranata, & et al. (2022). *Pemasaran Kewirausahaan Sosial dari Perspektif Teori* (1st ed.). Inara Publisher.