



Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Ravis Catering di Surakarta

Berta Berlianda^{1*}, R. Taufiq Nur Muftiyanto², Agus Suyatno³
Universitas Duta Bangsa Surakarta, Indonesia¹²³

Jl. Ki Mangun Sarkoro No.29, Nusukan, Kec.Banjarasari, Kota Surakarta, Jawa Tengah

Email : berthaberlianda1@gmail.com¹ taufiq_nurmuftiyanto@udb.ac.id²

Abstract. *New businesses face their own challenges due to developments in the current business world. Business is currently experiencing a lot of progress due to the emergence of various companies in various fields, both industry and services. The research carried out by the author is a type of quantitative research. 285 Ravis customers were involved in this research. The purposive nonprobability method was used to find samples in this research. Data is provided directly to data collectors by data sources. Data obtained from questionnaires and interviews in this research were processed through the Likert data processing system. Ho is rejected and ha is accepted, according to the t test results, because the price variable is tcount 8.717 and table 1.66660. Based on the results of the coefficient of determination table, ho and ha are accepted.*

Keywords: Price , Purchasing Decisions, Ravis Catering

Abstrak. Bisnis baru menghadapi tantangan tersendiri karena perkembangan dunia usaha saat ini. Bisnis saat ini mengalami banyak kemajuan karena munculnya berbagai perusahaan di berbagai bidang, baik industri maupun jasa. Penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah jenis penelitian kuantitatif. 285 pelanggan Ravis terlibat dalam penelitian ini. Metode purposive nonprobability digunakan untuk mencari sampel dalam penelitian ini. Data diberikan langsung kepada pengumpul data oleh sumber data. Data yang diperoleh dari kuesioner dan wawancara dalam penelitian ini diproses melalui sistem pengolahan data Likert. Ho ditolak dan ha diterima, menurut hasil uji t, karena variabel harga adalah thitung 8,717 dan ttabel 1,66660. Berdasarkan hasil dari tabel koefisien determinasi, ho dan ha diterima.

Kata kunci: Harga , Keputusan Pembelian, Ravis Catering

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan dunia usaha saat ini menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku usaha yang sedang memulai bisnisnya. Dengan munculnya berbagai jenis bisnis di berbagai bidang, baik industri maupun jasa, usaha saat ini mengalami banyak kemajuan. Saat ini, Surakarta telah menunjukkan kemajuan yang baik. Ini ditunjukkan oleh munculnya usaha UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah), yang memiliki peluang besar untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia, baik di kota maupun perdesaan. UMKM memiliki kemampuan untuk menciptakan lapangan pekerjaan dan membantu mendukung program pemerintah untuk mengatasi pengangguran. Salah satu UMKM yang berperan yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia adalah UMKM kuliner, yang merupakan komponen yang lebih produktif untuk pertumbuhan ekonomi Surakarta. Usaha kuliner adalah salah satu perusahaan yang saat ini berkembang pesat dan memiliki potensi pertumbuhan yang sangat besar. banyak bisnis menghasilkan keuntungan, tetapi banyak juga yang gulung tikar atau bangkrut karena persaingan yang

Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Ravis Catering di Surakarta semakin ketat dan pemasaran yang tidak efektif. Usaha kuliner merupakan salah satu sektor yang mempunyai pasar yang akan terus berkembang seiring dengan tingkat kebutuhan konsumen. Keadaan ini merupakan tantangan bagi bisnis dan menimbulkan persaingan yang ketat. Karena itu, pengusaha harus melakukan analisis harga untuk memastikan bahwa produk mereka terus berkembang dan konsumen lebih tertarik untuk membuat keputusan pembelian tentang produk yang ditawarkan oleh pengusaha. Pemasaran adalah suatu interaksi yang bertujuan untuk menciptakan hubungan pertukaran, tetapi tujuan pemasaran lebih dari hanya menghasilkan penjualan dan memastikan bahwa pembeli dan penjual puas. Konsep pemasaran yang sederhana dan menarik ini mengklaim bahwa tujuan keberadaan sosial ekonomi suatu organisasi adalah untuk memenuhi kebutuhan penjual dan konsumen. Hal ini didasarkan pada gagasan bahwa penjualan bergantung pada keputusan pelanggan untuk membeli suatu produk dari pada tenaga penjual yang agresif. Definisi Pemasaran adalah sebuah proses pembuatan komunikasi yang terintegrasi dengan tujuan memberikan informasi tentang barang atau jasa yang dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia. Menurut Kotler dan Armstrong (2010) Harga dapat berupa jumlah uang yang dibayar untuk suatu produk atau jasa atau jumlah nilai yang diterima konsumen sebagai akibat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. (Blum Hanso, 2016) Salah satu jenis usaha UMKM kuliner dan pelayanan jasa yang memiliki prospek yang cukup baik dalam dunia usaha yang ada di Surakarta saat ini adalah usaha kuliner catering, sampai saat ini, bisnis catering masih dianggap sebagai salah satu jenis bisnis yang memiliki prospek yang baik. Ini ditunjukkan oleh perkembangan usaha ini yang berkembang pesat dari tahun ke tahun. Semakin banyak orang sekarang tidak mau repot-repot memasak untuk menjamu tamu dan berbagai acara. Bisnis catering sangat berpotensi untuk mendapatkan keuntungan yang besar dan menciptakan lapangan kerja baru. Namun Ravis Catering bukan satu-satunya usaha kuliner yang berada di Kota Surakarta. Menyadari banyaknya tantangan dan persaingan dalam usahanya, pemilik usaha harus mempersiapkan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan minat beli konsumen demi tercapainya target pasar untuk menghindari hal yang kurang menguntungkan bagi pemilik usaha. Maka dari latar belakang diatas peneliti menggunakan variabel harga untuk mengetahui keputusan pembelian di Ravis Catering. Oleh karena itu, Peneliti akan melakukan penelitian yang disebutkan sebagai berikut **“Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ravis Catering Di Surakarta”**

2. KAJIAN TEORITIS

Teori Yang Relevan

Harga

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Setyaningrum dalam bukunya, harga merupakan nominal penukaran yang berupa sejumlah uang digunakan untuk mendapatkan barang atau jasa tertentu yang diperlukan oleh konsumen. Menurut Tjiptono, harga merujuk kepada sejumlah uang dalam bentuk satuan moneter dan komponen non-moneter yang menentukan jumlah uang yang diberikan untuk mendapatkan dan menikmati sebuah barang atau jasa. (B A B li and A Harga, 2015)

Indikator Harga

Menurut Ghanimata dan Kamal dalam Shartykarini, Riza Firdaus, and Rusniati terdapat empat indikator penting yang mempengaruhi penentuan harga, yaitu:

a) Keterjangkauan harga

Kemampuan beli konsumen merupakan hal yang dijadikan dasar untuk menentukan indikator keterjangkauan harga. Penetapan harga dilakukan oleh perusahaan atau pemilik jasa dengan memperhatikan kemampuan konsumen untuk menikmati atau membeli jasa yang disediakan.

b) Kesesuaian harga dengan rasa atau kualitas produk

Setiap produk atau jasa memiliki rasa atau kualitas tersendiri. Dalam menentukan harga, perusahaan atau pemilik jasa menyesuaikan dengan kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen.

c) Daya saing harga

Indikator ini membahas tentang persaingan harga yang terjadi di pasar. Penawaran harga terjadi pada satu jenis produk yang sama yang diberikan oleh produsen/penjual berbeda dan bersaing saling satu sama lain. Perusahaan atau produsen harus mengatur penentuan harga terhadap produk yang dimiliki agar tidak kalah saing dengan pesaing.

d) Kesesuaian harga dengan manfaat

Produsen/penjual menyesuaikan harga dari produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan manfaat atau porsi yang dapat diperoleh konsumen.

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler & Armstrong (2015) Bagian dari perilaku konsumen adalah keputusan pembelian, yang merupakan studi tentang cara individu, grup, dan organisasi

Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Ravis Catering di Surakarta memilih, membeli, dan menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Sedangkan menurut Scifman dan Kanuk (2008) Keputusan adalah melakukan pilihan; dengan kata lain, anda harus memiliki opsi jika seorang konsumen akan mengambil keputusan. Jika seorang konsumen memiliki pertimbangan pilihan antara melakukan pembelian atau tidak, seseorang tersebut berada pada posisi mengambil keputusan.

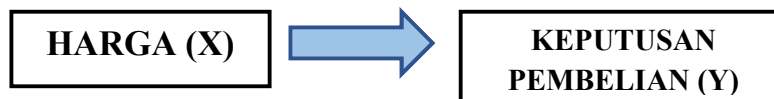
Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator kualitas pelayanan menurut Kotler dalam Arni Purwani dan Rahma Wahdiniwaty adalah sebagai berikut:

1. Reliability, kemampuan untuk melakukan layanan yang dapat diandalkan dan akurat.
2. Responsiveness, kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.
3. Assurances, pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menjamin mutu sehingga peserta percaya dan yakin.
4. Empathy, perhatian individual terhadap pelanggan.
5. Tangibles, penampilan fasilitas fisik, peralatan, sarana dan prasarana.

Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas maka diuraikan kerangka konseptual mengenai pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Ravis Catering Surakarta. Yang meliputi faktor *independent* (X) dan *dependen* (Y) Model penelitian ini dapat dijelaskan melalui kerangka konseptual pada gambar sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Hipotesis

Setelah merumuskan masalah, hipotesis dapat dibuat sebagai jawaban sementara terhadap masalah yang telah diuraikan. Oleh karena itu, hipotesis dari penelitian ini akan dirumuskan berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan sebagai berikut:

1. Hipotesis Alternatif (Ha)

Ada pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di Ravis Catering Surakarta.

2. Hipotesis nol (Ho)

Tidak ada pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Di Ravis Catering Surakarta.

3. METODE PENELITIAN

Populasi

Menurut Sugiyono (2011) Semua pelanggan Ravis, sebanyak 285 orang, termasuk dalam populasi penelitian ini. Populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari subjek atau obyek yang memiliki atribut dan kualitas tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian sampai pada kesimpulan.

Sampel

Menurut (Taufiq Nur Muftiyanto,2024) Baik jumlah dan karakteristik populasi terdiri dari sampel. Pembeli Ravis Catering adalah unit sampel penelitian ini. Dalam penelitian ini, sampel diambil menggunakan nonprobability sampling. Purposive sampling adalah metode pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya, mungkin menunjukkan bahwa individu tersebut memiliki pengetahuan paling luas tentang apa yang diharapkan darinya, atau mungkin dia bertindak sebagai penguasa, yang akan memudahkan peneliti untuk menjelajahi situasi sosial atau obyek yang diteliti. Sebagai contoh, penulis menggunakan rumus slovin berikut:

$$n = \frac{N}{N.d^2+1}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

d^2 = Presisi (ditetapkan 10% dengan tingkat kepercayaan 95%)

Sehingga:

$$n = \frac{N}{N.d^2+1}$$

$$n = \frac{285}{285.(0,1)^2+1} = \frac{285}{3,85} = 74,02 \text{ (74 orang)}$$

Metode Pengumpulan Data

Metode Data yang dikumpulkan untuk penelitian ini adalah:

1. Survey Kepuasan Konsumen

Survei kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti:

- a). Observasi Langsung

Penulis melakukan pengamatan langsung di lapangan untuk mengetahui aktivitas secara langsung di Ravis Catering di Surakarta.

- b). Wawancara

Penulis mewawancarai pemilik usaha Ravis Catering di Surakarta untuk mendapatkan informasi.

c). Kuisisioner

Memberikan sejumlah daftar pertanyaan kepada pelanggan Ravis Catering di Surakarta yang bertujuan untuk mengumpulkan data tentang harga untuk memengaruhi keputusan pembelian. Sistem pengolahan data yang dilakukan pada Dalam penelitian ini, skala Likert digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena. Pada penelitian ini responden memilih salah satu dari jawaban yang tersedia, kemudian masing-masing jawaban diberi skor tertentu. Total skor inilah yang ditafsir sebagai posisi responden dalam *skala Likert*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini penyebaran kuisisioner dilakukan dengan menggunakan *google form* kepada responden. Penelitian ini membutuhkan 74 responden. Informasi yang sudah didapatkan akan dianalisis berdasarkan: Nama, Usia, Jenis Kelamin, Pekerjaan, Alamat. Untuk seluruh data yang dipakai pada penelitian ini diproses dengan aplikasi IBM SPSS 25.

Uji Instrumen

Dalam penelitian ini, uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk memastikan apakah data yang digunakan akurat dan dapat dipertanggung jawabkan.

Uji Validitas

Uji validitas dilaksanakan pada harga terhadap keputusan pembelian. Setiap item pertanyaan dibilang valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. Perhitungan r_{tabel} pada sampel 74 ditemukan skor $df (n-2)$ ialah 72. Teknik yang digunakan adalah nilai r_{tabel} pada signifikansi 0,05 menggunakan uji 2 sisi maka diperoleh nilai r_{tabel} sebanyak 0,2287.

Dibawah ini adalah hasil uji validitas:

Variabel	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Harga	X1.1	0,741	0,2287	Valid
	X1.2	0,729		Valid
	X1.3	0,678		Valid
	X1.4	0,726		Valid
	X1.5	0,609		Valid

Keputusan Pembelian	Y1.1	0,688	0,2287	
	Y1.2	0,581		Valid
	Y1.3	0,642		Valid
	Y1.4	0,646		Valid
	Y1.5	0,753		Valid

Dilihat dari uji validitas diatas , bisa diketahui setiap pertanyaan pada variabel harga dan keputusan pembelian menghasilkan rhitung $>$ rtabel (0,2287), maka untuk setiap unsur pertanyaan dari 2 variabel ialah valid.

Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Crobach's Alpha</i>	<i>Standar Reliabel</i>	Keterangan
Harga	0,736	0,6	Valid
Keputusan Pembelian	0,678	0,6	Valid

Dapat dilihat dari tabel diatas untuk setiap variabel mempunyai nilai *crobach's alpha* $>$ 0,6, maka kesimpulannya untuk semua persoalan dari variabel dikatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized
Residual

N		74
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.23799051
Most Extreme Differences	Absolute	.183
	Positive	.148
	Negative	-.183
Test Statistic		.183
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* diatas dapat dilihat bahwa nilai residual tidak berdistribusi normal. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai *Asymp.sig* 0,000 yang lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05

Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Ravis Catering di Surakarta
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		74	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.23799051	
Most Extreme Differences	Absolute	.183	
	Positive	.148	
	Negative	-.183	
Test Statistic		.183	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.013 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.010
		Upper Bound	.016

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Setelah dilakukan uji Monte Carlo diperoleh bahwa nilai residual dalam penelitian ini berdistribusi normal. Hal ini dapat dibuktikan bahwa nilai signifikansi yang semula 0,000 setelah dilakukan uji Monte Carlo naik menjadi 0,013 sudah lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.932	1.252		-1.543	.127
X1	.130	.058	.254	2.225	.029

a. Dependent Variable: Abs_RES

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil nilai sig pada variabel harga (X1) sebesar 0.029 menunjukkan nilai lebih dari 0.05. Jadi diabil kesimpulan untuk uji heteroskedastisitas bebas masalah heteroskedastisitas

Uji Ketetapan Model

Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.717 ^a	.513	.507	1.247

a. Predictors: (Constant), Harga

Berdasarkan hasil tabel diatas nilai koefisien determinasi yang merupakan hasil dari Adjusted R² sebanyak 0,507 atau 50,7%. Oleh karena itu, hasil koefisien determinasi sebesar 50,7 persen menjelaskan bahwa pengaruh harga (X) dibandingkan dengan keputusan pembelian (Y) adalah 50,7%, dan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini memengaruhi 49,3% dari total.

Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.553	1.781		3.118	.003
Harga	.723	.083	.717	8.717	.000

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian

Berikut rumus regresi sederhana yang digunakan:

$$Y = a + Bx$$

$$Y = 5,553 + 0,723x$$

1. a = nilai konstan dari koefisien tidak standar; dalam hal ini, nilainya adalah 5,553. Nilai konstan ini menunjukkan bahwa nilai konsisten keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 5,553 jika tidak ada harga (X).
2. b = nilai koefisien regresi adalah 0,723. Setiap harga naik 1 maka keputusan pembelian naik sebesar 0,723.

Uji Parsial (Uji T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.553	1.781		3.118	.003
Harga	.723	.083	.717	8.717	.000

Ditunjukkan oleh hasil uji t sebelumnya, Keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh variabel harga. karena t_{tabel} sebesar 1,66660 dan t_{hitung} sebesar 8,717 menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Sebagai kesimpulan dari penelitian dengan judul "Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ravis Catering di Surakarta", dapat dikatakan bahwa:

1. Berdasarkan nilai koefisien regresi yang signifikan, Ada kesimpulan bahwa keputusan pembelian (Y) dipengaruhi secara signifikan oleh harga (X), yang berarti bahwa variabel keputusan pembelian juga akan meningkat jika variabel harga meningkat. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel harga didapat dengan nilai t_{hitung} 8,717 dan nilai t_{tabel} 1,66660, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
2. Tabel Koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai sebesar 50,7%, yang merupakan hasil dari persegi panjang R, dan 49,3% yang Variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini memengaruhi sisa.

Saran

Penulis mengusulkan hal-hal berikut berdasarkan temuan dan hasil penelitian:

1. Bagi pemilik Ravis Catering disarankan untuk lebih memantau perkembangan harga yang didapat berubah sewaktu-waktu sesuai dengan kondisi dan keadaan yang terjadi, serta dapat mengevaluasi perubahan-perubahan harga dari produk lain yang memiliki produk sejenis atau sama. Dan meningkatkan keputusan pembelian sehingga bisa meningkatkan kemajuan yang lebih strategis dalam berbisnis.
2. Untuk meningkatkan hasil penelitian, peneliti yang akan datang diharapkan untuk mempelajari lebih banyak sumber atau referensi menyempurnakan apa yang belum sempurna sehingga hasil penelitian bisa lebih sempurna dari penelitian sebelumnya.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa. dengan terselesaikannya karya ilmiah ini penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak yang telah berkontribusi terhadap penelitian ini yang sudah terlaksanakan.

7. DAFTAR REFERENSI

- Alam, G. (2017). *Pelayanan kualitas produk dan jasa*. Unikom, 15(2), 1–23. <https://elibrary.unikom.ac.id/>
- Bashar, K., Dismawati, S., Nur Annisa, & Yuniar. (2019). Upaya penegakan hukum terhadap tindak kecurangan pemilu serentak tahun 2019 di Kelurahan Pandang Kota Makassar. *Jurnal Penelitian Dan Penalaran*, 6(2), 129. <http://journal.unismuh.ac.id/>
- Ghozali, I. (2018). $B_i = \Sigma_i M$. In *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS* (pp. 28–37).
- Hanso, B. (2016). *Pengaruh harga terhadap penjualan sepeda motor Honda PT Indako Trading Coy*. Perpustakaan Pancabudi, 4, 15–48.
- Ii, B. A. B., & Harga, A. (2015). Ari Setyaningrum, *Prinsip-prinsip pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2015). Fandi Tjiptono, *Strategi pemasaran* (Yogyakarta: Andi, 2015).
- Ii, B. A. B., & Landasan Teori, A. (2015). No title. *No Title*, 11–34.
- Iii, B. A. B. (2018). *Purchase intention* (pp. 29–37).
- Iii, B. A. B. (2017). *PLS SEM 2*, 2, 45–63.
- Iii, B. A. B. (2017). *Metodologi penelitian: Independent variable* (pp. 38–66).
- Marpaung, R. (2013). *Pengaruh kepemimpinan dan motivasi terhadap semangat kerja pegawai Dinas Pertanian, Perternakan dan Perikanan Kabupaten Siak*. *Jurnal Ekonomi*, 21, 1–16.
- Muftiyanto, R. T. N. (2024). *Metodologi penelitian ekonomi*. Bossscript.
- Nita, et al. (2015). *Metode penelitian. Metodologi Penelitian*, 5(December), 118–138.
- Suliyanto. (2011). *Analisis regresi berganda*. In *Ekonometrika terapan: Teori & aplikasi dengan SPSS* (no. Akkc 156, pp. 55).
- Wahyudi, W. (2022). Analisa kepuasan konsumen terhadap sistem informasi penjualan tiket konser menggunakan metode End User Computing Satisfaction (EUCS) pada website Motikdong.com. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(4), 73. <https://doi.org/10.58487/akrabjuara.v7i4.1989>
- Wikanti, P. (2022). *Variabel terikat (dependent)* (pp. 27–50).