

PENGARUH NILAI MEREK DAN PREFERENSI MEREK TERHADAP KEPUTUSAN ORANG TUA DALAM PENDAFTARAN SISWA (STUDI KASUS PADA PONDOK PESANTREN KUN KARIMA PANDEGLANG)

Muhammad Syifar Rahman* Pipin Suryanisari**

* , ** Univeristas La Tansa Mashiro, Rangkasbitung, Indonesia

Article Info

Keywords:

Brand Value, Brand Preference, Parents' Decision on Student Registration

Abstract

This study aims to determine the effect of brand values and brand preferences on parents' decisions on student registration at the Kun karima pandeglang Islamic boarding school. The method used in this research is quantitative method with questionnaire data collection techniques, interviews,. The sample in this study were the guardians of class 1 MTs at Pondok Pesantre Kun Karima Pandeglang, totaling 35 respondents. The data collection technique uses a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The statistical tests used were data normality tests, heteroscedasticity, multicollinearity, autocorrelation, multiple linear regression analysis, correlation coefficient analysis, determinant coefficient analysis, hypothesis testing (t test and f test) using the SPSS V 25 program. The results of this study indicate that Brand Value (X1) has a positive and significant effect on Parents' Decision on student enrollment (Y), Brand Preference (X2) has a positive and significant effect on Parents' Decision on Student Enrollment (Y), Brand Value (X1) and Brand Preference (X2) has a positive effect on Parents' Decisions on Student Registration (Y).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Nilai Merek dan Preferensi Merek terhadap keputusan Orangtua Pendaftaran Siswa di Pondok Pesantren Kun karima pandeglang Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data angket atau kuesioner, wawancara,. Sampel dalam penelitian ini adalah walimurid dari kelas 1 mts di Pondok Pesantre kun karima pandeglang yang berjumlah 35 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitas. Pengujian statistik yang digunakan ialah pengujian normalitas data, heterokedasitas, multikolonieritas, autokorelasi, analisis regresi linier berganda, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinitas, uji hipotesis (uji t dan uji f) dengan menggunakan program SPSS V 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Nilai Merek(X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Orangtua pendaftaran siswa (Y) , Preferensi Merek (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Orangtua Pendaftaran Siswa (Y), Nilai Merek (X1) dan Preferensi Merek (X2) berpengaruh positif terhadap Keputusan Orangtua Pendaftaran Siswa(Y).

Corresponding Author:

pipinsuryanisari5656@gmail.com

The Asia Pacific Journal of Management Studies

Volume 11 dan Nomor 3

September - Desember 2024

Hal. 263 - 268



©2024 APJMS. This is an Open Access Article distributed the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

PENDAHULUAN

Ilmu pengetahuan sangat penting bagi masyarakat untuk meningkatkan kemampuannya dan menjadi kompetitif. Masyarakat harus mengikuti kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, salah satu caranya adalah melalui pendidikan. Selain penting untuk memberdayakan masyarakat terpelajar, pendidikan juga memberikan landasan yang kuat untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dengan membekali angkatan kerja dengan pengetahuan, penguasaan teknologi, keahlian, dan keterampilan yang diperlukan, serta kemampuan untuk meningkatkan kualitas hidup.

Karena derajat pendidikan suatu negara mempunyai dampak langsung terhadap kualitas hidup di sana, maka pendidikan merupakan komponen penting bagi eksistensi negara tersebut dan merupakan unsur pendukung yang sangat penting dalam segala aspek kehidupan.

Sekolah memainkan peran penting dalam kemajuan. Pondok pesantren yang selama ini dinilai sebagian pihak merupakan lembaga pendidikan ketinggalan jaman yang masih menggunakan sistem lama, kini mulai maju.

Agar santrinya tidak tertinggal oleh kemajuan teknologi, beberapa pesantren di Indonesia menyediakan fasilitas yang sesuai bagi santrinya, seperti laboratorium komputer. Pesantren saat ini mampu bersaing dengan lembaga-lembaga terkemuka lainnya dan seringkali dipilih oleh orang tua sebagai pilihan terbaik untuk mendidik anak-anak mereka. Banyak persoalan yang saat ini tengah meresahkan masyarakat. Salah satunya adalah kekhawatiran orang tua terhadap masa depan anak-anak mereka akibat meningkatnya angka kejahatan, khususnya di kalangan remaja. Anda ingin anak anda memiliki masa depan yang sukses sebagai orang tua.

Para orang tua memilih menyekolahkan anaknya ke pesantren karena adanya kecenderungan yang terjadi saat ini yang merugikan hubungan antara putra dan putrinya, seperti kebiasaan minum-minuman keras dan pergaulan bebas, serta rendahnya kesadaran beragama orang tua dan anak. Pesantren selalu bisa menjadi solusi bagi para orang tua yang ingin anaknya memahami

agama, tumbuh menjadi pribadi yang berkarakter, dan terhindar dari pergaulan bebas karena sistem pesantrennya yang 24 jam. Pondok pesantren perlu meningkatkan brand value mereka selain motivasi orang tua agar dapat memperoleh dukungan orang tua sebagai pesantren pilihan. Orang tua mungkin memutuskan untuk menyekolahkan anaknya ke sekolah berasrama karena faktor-faktor seperti fasilitas, kualitas, harga, dan lokasi yang nyaman jika mereka yakin sekolah tersebut akan memberikan pendidikan yang layak. Dalam hal ini, mereka tidak perlu ragu lagi untuk menyekolahkan anaknya ke pesantren.

Salah satu elemen yang harus diperhatikan sekolah ketika merancang pemasaran adalah perilaku konsumen. Sekolah harus mempertimbangkan cara orang tua memilih sekolah. Menurut Kotler dalam Neboja S. Davcik (2015), rangsangan eksternal termasuk unsur lingkungan dan pemasaran mempunyai dampak terhadap keputusan orang tua.

Banyak keluarga di era yang berkembang pesat ini memikirkan betapa bermanfaatnya pendidikan. Akibatnya, banyak orang tua yang kembali mempertimbangkan pesantren. Orang tua membekali pesantren dengan tanggung jawab penuh sebagai orang tua terhadap anak-anaknya selama mereka terdaftar di sana. Jadwal kegiatan dan pengajaran selama 24 jam di pesantren berhasil memadukan pembelajaran dan suasana kekeluargaan.

Dibandingkan lembaga lain, struktur pendidikan di pesantren lebih tertata. Sistem pendidikan di pesantren lebih unggul karena guru lebih banyak meluangkan waktu untuk mendidik anak di sana. Di pesantren, pengajaran diberikan kepada santri mulai dari bangun tidur hingga tidur kembali. Berbeda dengan siswa yang bersekolah di sekolah negeri, mereka hanya mendapat pengajaran dari guru dari pagi hingga siang hari atau setelah gelap. Mereka dibebaskan dari pengawasan guru setelah mereka menyelesaikan tugas sekolah.

Sistem pendidikan pesantren lebih unggul dibandingkan sekolah negeri karena gurunya selalu berada di atas anak-anak. Mereka diawasi dan dikontrol secara terus menerus sikap, etika, dan

tingkah lakunya mulai dari bangun tidur hingga setelah melaksanakan ibadah berjamaah di masjid, setelah mendapat edukasi dari para guru dari pagi hingga makan siang, saat dapat berolahraga, bahkan saat mereka dapat berolahraga. Sebelum mereka tidur di malam hari. Selain itu, upaya dilakukan untuk menjaga ikatan sosial dan interpersonal. Sebaliknya, anak-anak di sekolah negeri diawasi oleh gurunya begitu mereka tiba di sana.

Siswa di sekolah negeri perlu lebih sadar terhadap lingkungan sekitar dan berhati-hati dalam setiap tindakan yang mereka lakukan agar dapat terus bertindak positif. Untuk menghasilkan siswa yang benar-benar terpelajar, orang tua dan guru harus bekerjasama dalam mengelola siswanya masing-masing. Menurut informasi yang diperoleh melalui pra-penelitian yang dilakukan dengan berbicara dengan sejumlah orang tua, banyak orang tua yang awalnya memilih sekolah negeri yang perlu lebih fokus pada pendidikan ekuitas merek. Perlu ditekankan bahwa ekuitas merek harus dipertimbangkan ketika memilih sekolah karena merek yang kuat akan memberikan nilai yang baik bagi institusi tersebut. Setiap merek mengupayakan ekuitas yang tinggi karena hal ini menunjukkan bahwa perusahaan terhubung erat dengan pasar dan konsumennya. Namun pada awalnya banyak orang tua yang mengambil keputusan terkait pesantren tanpa terlebih dahulu mempertimbangkan ekuitas mereknya. Orang tua memilih pesantren karena adanya informasi dari senior atau saudara yang pernah bersekolah di pesantren kun karima, selain banyaknya lulusan mts.

METODE PENELITIAN

Tempat penelitian yang dipilih oleh peneliti yaitu pada Pondok Pesantren Kun Karima Pandeglang Banten, yang berlokasi di Jl. Stasiun Kadomas, Cieked Hilir RT 01/ 10 Desa Karaton, Kecamatan Majasari, Pandeglang – Banten, 42211. Dengan beberapa alasan antara lain karena tempat penelitian tersebut cocok dengan objek penelitian, selain itu lokasinya merupakan tempat peneliti

bekerja, jadi dapat memahami objek penelitian dengan baik.

Menurut Sugiyono (2017:2), “Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk memperoleh data yang valid untuk menemukan, membuktikan, dan mengembangkan suatu pengetahuan sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan memahami permasalahan.”

Pengumpulan data melibatkan instrumen penelitian karena metode penelitian kuantitatif dapat dipandang sebagai metode penelitian yang digunakan untuk menganalisis populasi atau sampel tertentu; analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah disiapkan. Dicermati dari item penelitian Sugiyono (2010:14) menyatakan bahwa “metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu.” Penulis menggunakan teknik numerik. Dalam metode ini, gejala-gejala yang diteliti diwakili oleh angka-angka, mulai dari pengumpulan data hingga penyajian data, disertai dengan tabel, grafik, bagan gambar, dan tampilan lain yang membantu dalam penelitian.

Seluruh partisipan penelitian merupakan populasi (Arikunjto, 2002: 108). Populasi penelitian adalah wali santri baru Pondok Pesantren Kun Karima Pandeglang yang berjumlah 143 orang. Populasi yang diteliti diwakili atau dimasukkan ke dalam sampel (Arikunto, 2002:109). Seluruh sampel diperoleh untuk menjamin bahwa penelitian tersebut adalah penelitian populasi jika jumlah responden kurang dari 100. Sebaliknya sampelnya adalah 10%, 15%, 20%, atau 25% atau lebih jika respondennya lebih dari 100 orang (Arikunto, 2002: 112). Berpijak pada pendapat tersebut,

maka pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah 25% dari populasi yang ada, karena jumlah populasi melebihi 100 yaitu 143 orangtua. Berarti $143 \times 25\% / 100 = 35$, jadi sampel yang di gunakan dalam penelitian ini sebanyak 35 wali

santri. Teknik atau pengambilan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Purposive cluster random sampling, yaitu setiap individu dalam populasi di masing-masing kelas harus mempunyai peluang yang besarnya sudah diketahui untuk bisa diklarifikasi sebagai pilihan dalam sebuah penelitian atau lebih tepatnya sebagai sampel dalam penelitian. Dengan demikian, seorang peneliti dapat memperkirakan besar kecilnya kesalahan dalam pengambilan sampel (Sampling error).

Cara pengambilan sampel yaitu dengan mengambil 25% wali santri pondok pesantren Kun Karima secara acak tanpa menentukan karakteristik walisantri yang akan dijadikan sampel. Artinya jika walisantri pondok pesantren kun karima populasinya ada 143 dan yang akan dijadikan sampel adalah 25% dari 143 atau 35 walisantri, maka setiap elemen tersebut mempunyai kemungkinan 35/143 untuk bisa dipilih menjadi sampel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.009	2.049		2.932	.00
	Nilai Merek	.667	.137	.765	4.855	.000
	Preferensi Merek	.065	.129	.079	.504	.617

Pada tabel diatas diketahui bahwa pada penelitian diambil tingkat signifikan $\alpha=5\%$ atau $\alpha=0,05$ dengan t tabel sebesar 2,03693 dapat dilihat bahwa:

Diketahui nilai signifikan untuk variabel Nilai Merek (X1) terhadap Keputusan Orangtua Dalam Pendaftaran Siswa (Y) sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,855 > t$ tabel 2,03693. Jadi dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, yang artinya Nilai Merek (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Orangtua Dalam Pendaftaran Siswa(Y).

Diketahui nilai signifikan untuk variabel Preferensi Merek (X2) terhadap Keputusan Orangtua Dalam Pendaftaran Siswa(Y) sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $0,504 > t$ tabel 2,03693. Jadi dapat disimpulkan bahwa H2 diterima, yang artinya Preferensi Merek (X2)

berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Orangtua Dalam Pendaftaran Siswa(Y).

Tabel Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	63.708	2	31.854	34.833	.000 ^b
	Residual	29.263	32	.914		
	Total	92.971	34			

Pada tabel diatas diketahui bahwa pada penelitian diambil tingkat signifikan $\alpha=5\%$ atau $\alpha=0,05$ dengan F tabel sebesar 3,29 dapat dilihat bahwa Diketahui nilai signifikan untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $34,833 > 3,29$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima, yang artinya secara simultan X1 Nilai Merek dan X2 Preferensi Merek berpengaruh signifikan terhadap Y keputusan Orangtua Dalam Pendaftaran Siswa.

Pembahasan

Pengaruh Nilai Merek (X1) Terhadap Keputusan Orangtua Dalam Pendaftaran Siswa (Y)

Pada variabel Nilai Merek (X1) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Orangtua Dalam Pendaftaran Siswa (Y) pada Pondok Pesantren Kun Karima Pandeglang. Didalam uji t ini dapat dilihat nilai t sebesar 4,855 $> 2,03693$. Maka hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Nilai Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Orangtua Dalam Pendaftaran Siswa (Y) hal ini ditunjukan juga dengan hasil t hitung $> t$ tabel dengan nilai $0,000 < 0,5$ sehingga H1 diterima dan Ho ditolak. Maka dengan ini dapat disimpulkan Nilai Merek sangat berpengaruh untuk Keputusan Orangtua Dalam Pendaftaran Siswa apalagi di Pondok Pesantren Kun Karima Pandeglang. Karena dengan adanya hubungan Nilai Merek yang baik maka akan menghasilkan Keputusan Pendaftaran Siswa yang efektif dalam penyelesaian atau kegiatan dalam bekerja. Hal ini juga didukung dengan adanya penelitian terlebih dahulu oleh Aditya Julita Sari,IBN Udayana dan Agus Dwi

Cahaya menunjukkan bahwa adanya brand image yang berpengaruh terhadap keputusan memilih.

Pengaruh Preferensi Merek (X2) Terhadap Keputusan Orangtua Dalam Pendaftaran Siswa (Y)

Pada variabel Preferensi Merek (X2) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Terhadap Keputusan Orangtua Dalam Pendaftaran Siswa (Y) Pondok Pesantren Kun Karima Pandeglang. Didalam uji t ini dapat dilihat nilai t sebesar $0,504 > 2,03693$. Maka hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel fasilitas kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Terhadap Keputusan Orangtua Dalam Pendaftaran Siswa (Y) hal ini ditunjukkan juga dengan hasil t hitung $> t$ tabel dengan nilai $0,000 < 0,5$ sehingga H2 diterima dan Ho ditolak. Maka dapat disimpulkan dengan adanya Preferensi Merek di Pondok Pesantren Kun Karima Pandeglang. Wali santri dapat memilih dan menimbang untuk mendaftarkan anaknya di Pondok Pesantren Kun karima Hal ini juga didukung dengan adanya penelitian terlebih dahulu oleh Penelitian yang Dilakukan Guntur Aji Pamungkas, Ratmono menunjukan bahwa adanya Preferensi Merek berpengaruh terhadap Keputusan pendaftaran

Pengaruh Nilai Merek (X1) dan Preferensi Merek (X2) Terhadap Keputusan Orangtua Dalam Pendaftaran Siswa (Y)

Pada variabel Nilai Merek (X1) dan Preferensi Merek (X2) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan Terhadap Keputusan Orangtua Dalam Pendaftaran Siswa (Y) di Pondok Pesantren Kun Karima Pandeglang. Didalam uji F ini dapat dilihat nilai F sebesar $313,831 > 3,12$. Maka hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara simultan (Bersama-sama) variabel X1 promosi jabatan dan X2 fasilitas kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga pendidik (Y) hal ini ditunjukkan juga dengan hasil F

hitung $> F$ tabel dengan nilai $0,000 < 0,5$ sehingga H3 diterima dan Ho ditolak. Hal ini juga didukung dengan adanya penelitian terlebih dahulu oleh yoan defrita ferauchi dan slamet santoso sarwono menunjukkan bahwa nilai merek dan preferensi merek berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan pendaftaran..

KESIMPULAN

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai Nilai Merek dan Preferensi Merek terhadap Keputusan Orangtua Dalam Pendaftaran Siswa studi kasus di Pondok Pesantren Kun Karima Pandeglang. Berdasarkan uji t (parsial) menggunakan SPSS V25 variabel Nilai Merek (X1) dengan nilai t hitung $4,855 (>)$ dari t tabel $2,03693$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang artinya Nilai Merek (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Orangtua Dalam Pendaftaran Siswa (Y). Berdasarkan uji t (parsial) menggunakan SPSS V25 variabel Preferensi Merek (X2) dengan nilai t hitung $0,504 >$ dari t tabel $2,03693$ dengan nilai signifikan $0,000 <$ dari $0,05$ sehingga dapat disimpulkan H2 diterima yang artinya bahwa Preferensi Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Orangtua Dalam Pendaftaran Siswa (Y). Berdasarkan uji F (simultan) menggunakan SPSS V25 dengan nilai F hitung $313,831 >$ dari F tabel $3,12$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang artinya Nilai merek (X1) dan Preferensi merek (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Orangtua Dalam Pendaftaran Siswa (Y).

DAFTAR PUSTAKA

Adistya Noor Fatimah, Teguh Widodo (2021) *“electronic word-of-mouth dalam upaya meningkatkan brand value co-creation dan brand trust yang mengarah pada purchase intention di traveloka”* (studi pengguna twitter di kota bandung) e-Proceeding of Management: Vol.8, No.5

- Budi Rahayu Tanama Putri. 2017 Manajemen Pemasaran
- Ferlita Yulia Jansen, Frederik G Worang, Fitty V Arie 2022 “*Pengaruh Ekuitas Merek, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat*”, 2022 Jurnal EMBA Vol. 10 No. 1 , Hal.279 -288
- Guntur Aji Pamungkas, Ratmono 2021. “Pengaruh Harga, Citra Merek, Preferensi Merek Dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Zoya Di Kalangan Mahasiswa” (Studi pada Mahasiswa Di IAIN Metro), Jurnal Manajemen Diversifikasi Vol. 1. No. 3
- M.Anang Firmansyah. 2019. Pemasaran Dan Merek (Planning & Strategi)
- Mardiana , Reko Syarief Hidayatullah, Siti Julaeha (2021) “*Perancangan Sistem Pendukung Keputusan Dalam Pendaftaran Dan Seleksi Calon Pemegang Dengan Metode SAW Berbasis Website Pada PT JIAEC Di Depok Indonesian*” Journal on Networking and Security - Volume 10 No 2
- Muhamad Apep Mustofa, Azhar Affandi (2021) “*Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jaguar dan Land Rover Pada PT. Wahana Auto Mandiri Jakarta*”. jurnal tadbir peradaban, Vol 1, No 1,
- Muhammad Fahrudin 2019 “*Hubungan Religiusitas Dengan Pengambilan Keputusan Orang Tua Untuk Memilih Sekolah Dengan Sistem Kuttub Di Pendidikan Iman Dan Qur'an Baitul Izzah*” Psikoborneo, 2019, Vol 7, No 2, Hal: 265-273
- Pramudya Prima Nugroho 2022 “*Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Nilai Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Konsumen Dengan Preferensi Merek Sebagai Variabel Meditasi , manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas, Muhammad surakarta*
- Purwoko, Bambang Pujo Dkk. 2020. Metode Penelitian kuantitatif. Lebak
- Rika Maulidia (2021) “*Preferensi Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Memilih Merek Makanan Fast Food di Surabaya*” Jakarta, manajemen Pendidikan 2021
- STIE. 2020. “*Panduan Penulisan Proposal dan Skripsi*”. STIE La Tansa Mashiro. Rangkasbitung.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Bandung: ALfabeta,CV
- Susana Magdalena Welly Muskita, Marleen Muskita (2021) *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap keputusan Pembelian Produk Minuman Teh Kotak “Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Victory Sorong”* Jurnal BADATI Ilmu Sosial & Humaniora Vol. 5 No. 2
- Widya Surya Ningrum 2020 “*Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Preferensi Merek Terhadap Minat Beli Ulang Tupperware Di Kota Tarakan*”. universitas Borbeo ,Tarakan
- Yuyun Yuniati Yuningsih, Galih Raspati, Andi Riyanto, Yuri Rahayu. 2022 “*Refleksi Persepsi dan Preferensi Merek Terhadap Institusional Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian*” Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika, Vol 20 No. 1