

## Pengaruh diskon terhadap keputusan penggunaan aplikasi ruang guru di kota karawang

Sisi Oktaviani Diah Ayu Eka Lestari<sup>1\*</sup>, Abdul Yusuf<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang

<sup>1</sup>Email: 1710631020019@student.unsika.ac.id

<sup>2</sup>Email: abdul.yusuf@fe.unsika.ac.id

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menjelaskan dan menganalisis pengaruh diskon terhadap keputusan penggunaan aplikasi Ruang Guru. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif dan verifikatif, Sampel pada penelitian ini adalah pengguna aplikasi Ruang Guru pada rentang usia 16-19 Tahun atau pelajar SMA sederajat di kabupaten Karawang sebanyak 100 pengguna. Pengumpulan data dengan cara Interview dan kuesioner. Analisis data yang dilakukan menggunakan analisis regresi, analisis jalur dan analisis rentang skala. Hasil penelitian pada taraf signifikansi 10% menemukan bahwa Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka kesimpulan yang dapat diambil adalah diskon berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pengguna Aplikasi Ruang Guru di Karawang, hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,561 > 1,938$ ), signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,00 < 0,05$ ). Diskon berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan penggunaan Aplikasi Ruang Guru, hal ini dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $21,636 > 2,36$ ).

**Kata Kunci:** Diskon; keputusan penggunaan; aplikasi

### *The effect of discounts on the decision to use the ruang guru application in karawang city*

#### Abstract

*This research aims to know, explain and analyse the impact of discounts on the use of the Ruang Guru applications. The research was conducted using a descriptive and Verifikatif method, sample in this research is the application of Ruang Guru application in the age range of 16-19 years or high school students in Karawang district as many as 100 users. Data collection in a way of interviews and questionnaires, data analysis conducted with regression analysis, track analysis and scale range analysis. The results of the research on the level of significance 10% found that based on the research that has been done, the conclusion that can be taken the discount is positive and significant effect on the user decision of the Ruang Guru application in Karawang, this is evidenced by the value of T count > T table ( $4.561 > 1.938$ ), the significance is smaller than 0.05 ( $0.00 < 0.05$ ). The discount is positive and significant effect on the decision of using the teacher room application, it is evidenced by the value F count > F table ( $21,636 > 2.36$ ).*

**Keywords:** Discounts; decisions of use; applications

## PENDAHULUAN

Dewasa ini dunia pendidikan maju sangat pesat, salah satu penyebab pesatnya kemajuan pendidikan adalah tuntutan zaman yang semakin berkembang. Ilmu tidak lagi statis, ilmu bergerak sangat dinamis sehingga dunia pendidikan terus berkembang memperbaiki dirinya. Perkembangan pendidikan di Indonesia tidak luput dari adanya sistem kurikulum yang dibentuk pemerintah Indonesia. Pada tahun 2002 sistem pembelajaran elearning telah dikenalkan di Indonesia. Sistem tersebut dikelola oleh Pusat Teknologi Informasi dan Komunikasi Departemen Pendidikan Nasional. Sistem pembelajaran *e-learning* tersebut diberi nama E-dukasi.net yang didirikan sebagai upaya memberdayakan potensi teknologi bagi keberlangsungan dunia pendidikan. *E-learning* merupakan salah satu istilah yang muncul karena adanya pengaruh dari pesatnya perkembangan teknologi informasi. *E-learning* tersusun dari dua bagian, yaitu “e” yang merupakan singkatan dari “*electronica*” dan “*learning*” yang berarti “pembelajaran” (Cahyani, 2015).

Pemberdayaan potensi teknologi ini juga harus diiringi dengan upaya peningkatan kualitas belajar bagi para siswa. Salahsatu cara yang dapat dilakukan adalah melalui pembelajaran bimbingan belajar. Bimbingan belajar konvensional rasanya perlu mulai membenahi dirinya dengan mengganti sistem konvensional tersebut dengan sistem belajar yang lebih praktis efisien dan efektif. Keberadaan e-learning ini didukung oleh keberadaan internet. Internet adalah proses untuk mengantarkan informasi, produk, layanan, dan proses pembayaran melalui kabel telepon, koneksi internet dan akses digital lainnya (Dewi, 2018). Tanpa adanya batasan waktu internet dapat digunakan dimana saja dan kapan saja. Hal tersebut membuat masyarakat mulai menyadari bahwa teknologi berkembang dengan sangat cepat dan bermanfaat untuk kehidupan, oleh karenanya keberadaan internet menjadi salahsatu kebutuhan.

Belajar adalah salah satu kegiatan untuk memperoleh ilmu, sebelum Indonesia merdeka, belajar adalah hal yang sulit dilakukan namun seiring dengan berkembangnya teknologi, belajar adalah hal yang sangat mudah dilakukan saat ini, dengan adanya media baru membuat semakin mudahnya melakukan kegiatan belajar (Ginting, 2020). Adanya teknologi komunikasi saat ini membuat pendidikan tidak lagi hanya bisa dilakukan secara klasikal atau tatap muka, namun bisa melalui perantara media baru Panuju dalam (Ginting, 2020).

Bimbingan belajar online yang mampu menjawab tantangan akan kehadiran teknologi dan diiringi upaya untuk meningkatkan kualitas pendidikan di Indonesia adalah kehadiran Aplikasi Ruang Guru. Ruang Guru adalah aplikasi E-learning berbasis pembelajaran yang dapat diunduh di smartphone. Tidak hanya Ruang Guru aplikasi-aplikasi e-learning yang dapat di unduh pada smartphone juga mulai bermunculan.

Tabel 1. Aplikasi E-learning Playstore

Nama Bimbel	Jumlah Unduhan
Brainly	10 juta +
Ruang Guru	5 juta +
Quipper	1 juta +
Zenius	100 ribu+

Zaman era globalisasi dan perkembangan dunia telah menyebabkan semakin ketatnya persaingan bagi dunia usaha dalam upaya untuk menembus pasaran yang semakin luas. Persaingan yang ketat dalam bisnis tidak saja menerpa pada satu jenis perusahaan saja, namun juga berlaku pada hampir semua jenis perusahaan. Untuk meraih posisi yang lebih baik maka setiap perusahaan memperhatikan kecenderungan dari konsumennya. Salahsatu cara yang dilakukan oleh Ruang Guru adalah memberikan diskon kepada penggunanya. Hal ini dapat memberikan keuntungan dalam waktu yang panjang bagi perusahaan. Keuntungan didapat dari adanya penggunaan produk.

Penerapan promosi diskon harga yang dilakukan oleh Ruang Guru dalam persaingan harga dapat menambah daya tarik konsumen untuk melakukan penggunaan aplikasi dikarenakan banyaknya pilihan yang tersedia, kondisi yang dihadapi, serta pertimbangan pertimbangan yang mendasari perbedaan setiap individu untuk melakukan keputusan penggunaan aplikasi Ruang Guru dengan harga diskon.

Kotler dan Keller (2016:103) mengatakan bahwa Perusahaan akan menyesuaikan daftar harganya dan memberikan harga diskon, potongan harga (*discounts and allowances*) untuk pembayaran yang lebih cepat, pembelian dalam jumlah besar, dan pembelian diluar musim. Sedangkan menurut Tjiptono dalam

(Dewi, 2018) mengatakan bahwa Diskon merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual.

Menurut Kotler dan Keller (2016:104) jenis-jenis diskon terbagi menjadi tiga, yaitu Diskon tunai, potongan harga bagi pembeli yang membayar langsung, Diskon musim, Potongan harga yang melakukan pembelian diluar musim atau di hari besar. Potongan harga, potongan harga yang diberikan kepada konsumen dari harga resmi yang tertera. Diskon merupakan strategi dalam perusahaan untuk mempertahankan konsumen (Ningsih, 2016).

Menurut Herman Malau (2017), Keputusan pembelian membeli suatu merek produk yang paling disukai, terdapat dua faktor yang bisa mempengaruhi yaitu datang dari niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain. Faktor kedua adalah faktor situasional yang tak terduga. Konsumen membentuk niat pembelian berdasarkan faktor-faktor seperti pendapatan yang diharapkan, harga yang diharapkan, dan manfaat produk yang diharapkan. Keputusan pembelian merupakan tindakan dari konsumen untuk membeli produk baik itu berupa jasa ataupun berupa barang.

Keputusan dalam membeli yang diambil oleh pembeli sebenarnya merupakan kumpulan dari jumlah keputusan. Setiap keputusan pembelian mempunyai suatu struktur pembelian konsumen yang juga merupakan bagian yang sangat penting atau menentukan. Setiap keputusan dalam pembelian mempunyai struktur sebanyak tujuh komponen seperti yang dijelaskan oleh Sudaryono (2014:226) yaitu keputusan tentang Jenis Produk, konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli produk tertentu, keputusan tentang Bentuk Produk, konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain, keputusan tentang Merek, konsumen harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli. Setiap merek memiliki perbedaan tersendiri, keputusan tentang Penjualnya, konsumen harus mengambil keputusan dimana produk tersebut akan dibeli, keputusan tentang jumlah produk, konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada saat tertentu, keputusan tentang Waktu Pembelian, konsumen dapat mengambil keputusan tentang kapan ia harus melakukan pembelian, keputusan tentang cara pembayaran, konsumen dapat mengambil keputusan tentang metode atau cara pembayaran produk yang dibeli, secara tunai atau dengan cicilan.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi secara ilmiah dengan mengetahui, menjelaskan dan menganalisis pengaruh diskon terhadap keputusan penggunaan aplikasi Ruang Guru. Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan, sehingga menarik untuk dilakukan sebuah penelitian yang berjudul Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Ruang Guru.

## **METODE**

Pada dasarnya cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu merupakan metode dalam kegiatan penelitian. Cara ilmiah kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis (Sugiyono, 2014). Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah sebuah penelitian yang bertujuan untuk memberikan dan menjabarkan suatu keadaan atau fenomena yang terjadi saat ini dengan menggunakan prosedur ilmiah untuk menjawab masalah secara aktual (Sugiyono, 2014). Secara deskriptif penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai Perilaku Konsumen dalam menentukan keputusan menginap dan objek penelitian adalah konsumen atau pengunjung di hotel yang ada di kabupaten Karawang. Jumlah responden yang menjadi objek penelitian sebanyak 100 orang dengan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus lemeshow.

Sebelum melakukan analisis suatu data, langkah pertama yang harus dilakukan adalah mengetahui jumlah populasi dimana jumlah populasi ini yang akan menentukan jumlah sampel yang akan digunakan sebagai bahan analisis suatu data. Populasi merupakan jumlah keseluruhan data yang menjadi objek suatu penelitian. Menurut Sugiyono (2014), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah siswa-siswi SMA sederajat di Kabupaten Karawang.

Karena populasi remaja yang tinggal dengan orangtua tunggal di kota Sukabumi tidak diketahui jumlahnya, maka rumus yang dibutuhkan untuk mengetahui jumlah sampel adalah menggunakan rumus

Lemeshow (dalam Riduwan & Akdon, 2010), dimana hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 100 responden.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ada 2 (dua) yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data utama yang diperoleh dari hasil pengumpulan data secara langsung seperti Kuesioner. Data sekunder merupakan data pelengkap yang diperoleh dari hasil pengumpulan data secara tidak langsung seperti buku-buku, jurnal, koran elektronik dan skripsi pendahulu.

Teknik Pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Menurut sugiyono (2014, 224). Untuk mendukung metode tersebut, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data Kepustakaan (*Study Library*) yaitu mengumpulkan data dengan cara mengkaji dan memahami berbagai macam bahan bacaan yang erat kaitannya dengan sasaran penelitian secara literatur-literatur dari buku, artikel catatan kuliah dan media internet yang berkaitan dengan Ruang Guru, dan pengumpulan data lapangan yaitu teknik yang digunakan dalam pengumpulan data dilapangan dapat dilakukan dengan cara *interview* (wawancara), kuesioner online dan offline, observasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Sugiono (2014), item yang mempunyai korelasi positif dengan skor total serta korelasi tertinggi, menunjukkan bahwa item tersebut dapat dianggap valid apabila  $r=0,3$  atau  $r>0,3$  sehingga apabila korelasi antar item dengan skor total kurang dari 0,3 maka item instrumen tersebut dinyatakan tidak valid. Dibawah ini adalah hasil pegujian dengan validitas dari setiap item kuesioner dan dikelompokkan ke dalam tiap variabel yaitu:

Tabel 2. Hasil Validitas Item Variabel Diskon

Indikator	Hasil uji validitas variabel diskon (X)			
	No. Item	$r_{hitung}$	$r_{kritis}$	Kriteria
Intensitas pemberian diskon	1	0,468	0,3	Valid
kejelasan pemberian diskon	2	0,645	0,3	Valid
Potongan harga saat live TV	3	0,608	0,3	Valid
Potongan harga saat WORKSHOP	4	0,601	0,3	Valid
potongan harga saat hari-hari besar	5	0,555	0,3	Valid
potongan harga saat tiga bulan sekali	6	0,683	0,3	Valid
potongan harga saat musim ujian	7	0,471	0,3	Valid
Potongan harga yang diberikan dari harga normal	8	0,721	0,3	Valid
Potongan harga saat pembayaran dengan metode tertentu	9	0,509	0,3	Valid
Potongan harga yang diberikan karena durasi satu semester	10	0,577	0,3	Valid
Potongan harga yang diberikan karena durasi satu tahun	11	0,534	0,3	Valid
Potongan harga yang diberikan karena durasi dua tahun	12	0,542	0,3	Valid
Keuntungan khusus	13	0,701	0,3	Valid

Berdasarkan Tabel 2. pada hasil pengujian validitas variabel Diskon menunjukkan bahwa keseluruhan item pertanyaan dinyatakan valid. Diketahui bahwa terdapat nilai tertinggi pada indikator keuntungan khusus pada aplikasi Ruang Guru dengan nilai 0,701. Nilai terendah terdapat pada indikator intensitas pemberian diskon pada Ruang Guru dengan nilai 0,468.

Tabel 3. Hasil Validitas Item Variabel Keputusan Penggunaan

Indikator	Hasil uji validitas variabel keputusan penggunaan (Y)			
	No. Soal	$r_{hitung}$	$r_{kritis}$	Kriteria
Kesesuaian dengan selera konsumen	14	0,603	0,202	Valid
kesesuaian dengan kebutuhan konsumen	15	0,52	0,202	Valid
kesesuaian dengan daya beli konsumen	16	0,598	0,202	Valid
Fitur-fitur yang beranimasi	17	0,664	0,202	Valid
fitur info yang menarik	18	0,731	0,202	Valid
Fitur kuis yang menarik	19	0,664	0,202	Valid
Fitur tambahan yang menarik	20	0,646	0,202	Valid
Aplikasi yang dapat diunduh di playstore	21	0,672	0,202	Valid
Mobile aplikasi yang dapat digunakan dimanapun dan kapanpun	22	0,654	0,202	Valid

Indikator	Hasil uji validitas variabel keputusan penggunaan (Y)			
	No. Soal	$r_{hitung}$	$r_{kritis}$	Kriteria
Merek sudah dikenal di masyarakat umum	23	0,655	0,202	Valid
Merek mudah diingat	24	0,544	0,202	Valid
Merek dekat dengan kehidupan sehari-hari	25	0,725	0,202	Valid
Kemudahan penggunaan aplikasi	26	0,635	0,202	Valid
Pemilihan paket belajar yang jelas	27	0,69	0,202	Valid
Pilihan diskon yang menguntungkan	28	0,482	0,202	Valid
Pembelian saat diskon	29	0,467	0,202	Valid
Membeli paket saat mendekati ujian	30	0,43	0,202	Valid
Kemudahan dalam bertransaksi	31	0,466	0,202	Valid

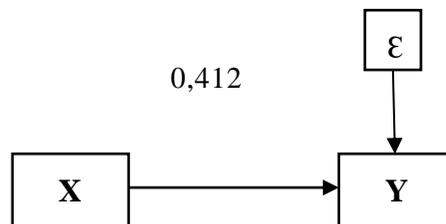
Berdasarkan Tabel 3. pada hasil pengujian validitas variabel Keputusan Penggunaan menunjukkan bahwa keseluruhan item pertanyaan dinyatakan valid. Diketahui bahwa terdapat nilai tertinggi pada indikator Fitur Informasi yang diberikan Ruang Guru menarik dengan nilai 0,731. Nilai terendah terdapat pada indikator pembelian paket belajar Ruang Guru saat mendekati Ujian ID dengan nilai 0,43.

Tabel 4. Hasil uji reliabilitas

No.	Variabel	$r_{hitung}$	$r_{kritis}$	Keterangan
1	Diskon	0,754	0,6	Reliabel
2	Keputusan Penggunaan	0,753	0,6	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 4. diketahui bahwa setiap variabel nilai Alpha Cronbach ( $\alpha$ ) untuk setiap variabel lebih besar dari 0,6 sehingga variabel Diskon (X) dan variabel Keputusan Penggunaan (Y) dinyatakan reliabel dan untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

Adapun koefisien jalur variabel X terhadap variabel Y dapat digambarkan seperti dibawah ini :



Gambar 1. Koefisien Jalur Diskon (X) terhadap Keputusan Penggunaan (Y)

Keterangan : X = Diskon  
Y = Keputusan Penggunaan  
 $\epsilon$  = Variabel lain yang tidak diukur, tetapi mempengaruhi Y

Adapun nilai koefisien determinasi pengaruh langsung antara variabel Diskon (X) terhadap Keputusan Penggunaan (Y) dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$CD = r^2 \times 100\%$$

$$CD = (0,412)^2 \times 100\%$$

$$CD = 0,1697 \times 100\%$$

$$CD = 16,97\%$$

Berdasarkan perhitungan diatas, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh Diskon (X) terhadap Keputusan Penggunaan (Y) yaitu sebesar 16,97%. Besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y pun dapat dilihat melalui Tabel berikut:

Tabel 5. Model summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.412 <sup>a</sup>	.170	.162	6.51655

a. Predictors: (Constant), Diskon (X)  
b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan (Y)

Berdasarkan Tabel 5. diatas menunjukkan bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 16,2% variabel Keputusan Penggunaan (Y) dapat diterangkan oleh variabel Diskon (X) atau dapat diartikan bahwa Diskon (X) memiliki pengaruh terhadap Keputusan Penggunaan (Y) sebesar 16,2% sedangkan sisanya yaitu sebesar 83,8% merupakan pengaruh variabel lain ( $\epsilon$ ) yang tidak diteliti.

Tabel 6. Pengaruh diskon (x) terhadap keputusan penggunaan (y)

Struktural	Sig.	A	t <sub>hitung</sub>	t <sub>tabel</sub>	Kesimpulan
Pyx	0,000	0,05	4,561	1,983	H <sub>0</sub> ditolak

Tabel 6. menunjukkan nilai sig. (0,000) <  $\alpha$  (0,05) dan t<sub>hitung</sub> (4,561) > t<sub>tabel</sub> (1,983) maka H<sub>0</sub> ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan.

## SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka simpulan yang dapat diambil: 1) Diskon berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pengguna Aplikasi Ruang Guru di Karawang, hal ini dibuktikan dengan nilai t<sub>hitung</sub> > t<sub>tabel</sub> (4,561 > 1,938), signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,00 < 0,05). 2) Diskon berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan penggunaan Aplikasi Ruang Guru, hal ini dibuktikan dengan nilai F<sub>hitung</sub> > F<sub>tabel</sub> (21.636 > 2,36). 3) Hasil koefisien determinasi dalam penelitian ini diperoleh sebesar 0.162. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pengguna dipengaruhi oleh Diskon sebesar 16,2%, sedangkan sisanya sebesar 83,8% merupakan kontribusi dari variabel lain ( $\epsilon$ ) yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya yakni dalam program studi Manajemen Ekonomi dan Bisnis. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian yang lebih baik lagi dan terperinci agar dalam setiap masalah dalam perusahaan maupun masalah dari objek tersebut yang akan diteliti dapat dipecahkan dan bermanfaat bagi perusahaan dan objek yang diteliti tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A.A (2019, October). Analisis Aplikasi Ovo menggunakan model delone dan mclean dikalangan mahasiswa universitas airlangga. In Repository Unair.
- Amalia, N.R. & Saryadi. (2018, July). Pengaruh Kemudahan Akses Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Online TIKET.COM. Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro (Vol. 07 No. 3, pp. 1-11).
- Cahyani, E. D. (2019). Analisis Penerimaan Aplikasi Ruang Guru Sebagai Media Pemenuhan Informasi Akademik Siswa Sma Di Kota Surabaya Ditinjau Dari Model Utaut2. In Repository Universitas Airlangga.
- Dewi, I.K., & Kusumawati, A. (2018, March). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online. In Jurnal Administrasi Bisnis JAB (Vol. 56 No. 1, pp. 155-163).
- Ginting, B & Srimenda, S.(2018). Pengaruh Diskon Harga Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online (Studi pada Pengguna Aplikasi Lazada di Kecamatan Pancur Batu). In Repository Universitas Sumatera Utara.

- Ginting, & Violita, Y. (2020). Penggunaan Aplikasi Ruang Guru terhadap Minat Belajar Siswa SMA (Studi Korelasional Pengaruh Penggunaan Aplikasi Ruangguru terhadap Minat Belajar Siswa SMA Negeri 1 Berastagi). In Repository Universitas Sumatera Utara.
- Habbash, M. (2015, December). Learning English Vocabulary Using Mobile Phones: Saudi Arabian Efl Teachers In Focus. *European Scientific Journal* edition (vol.11, No.35 ISSN: 1857 – 7881 (Print) e - ISSN 1857- 7431).
- Kotler, Phillip and Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Management*, 15 th ed, Pearson Education Limited, New York.
- Langi, E.,Londa, N.S., & Tulung, L.(2019). Pengaruh Komunikasi Media *Online* Aplikasi Ruang Guru Pt. Ruang Raya Indonesia Terhadap Peningkatan Prestasi Belajar Siswa Sma Negeri 1 Manado. In *Jurnal Actra Diurna Unsrat* (Vol.01 No. 3, pp. 1-16).
- Malau, Herman, (2017). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta, Bandung.
- Ningsih, W. (2017). Pengaruh Produk Pelayanan Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Bella Acc Yogyakarta. In Repository Universitas Pgrri Yogyakarta.
- Ridwan, M. (2018). Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Medan). In Repository Unisu.
- Rusmiati. (2017, February). Pengaruh Minat Belajar Terhadap Prestasi Belajar Bidang Studi Ekonomi Siswa Ma Al Fattah Sumbermulyo. In *UTILITY: Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Ekonom* (Vol. 01, No. 2, pp 21-36).
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.