

Universitas Katolik Santo Thomas

Repositori Unika Santo Thomas

<http://eprints.ust.ac.id>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB)
Program Studi Manajemen

Undergraduate Papers

Sihombing, Patrice Humala

2025

Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Katolik Santo Thomas Medan)

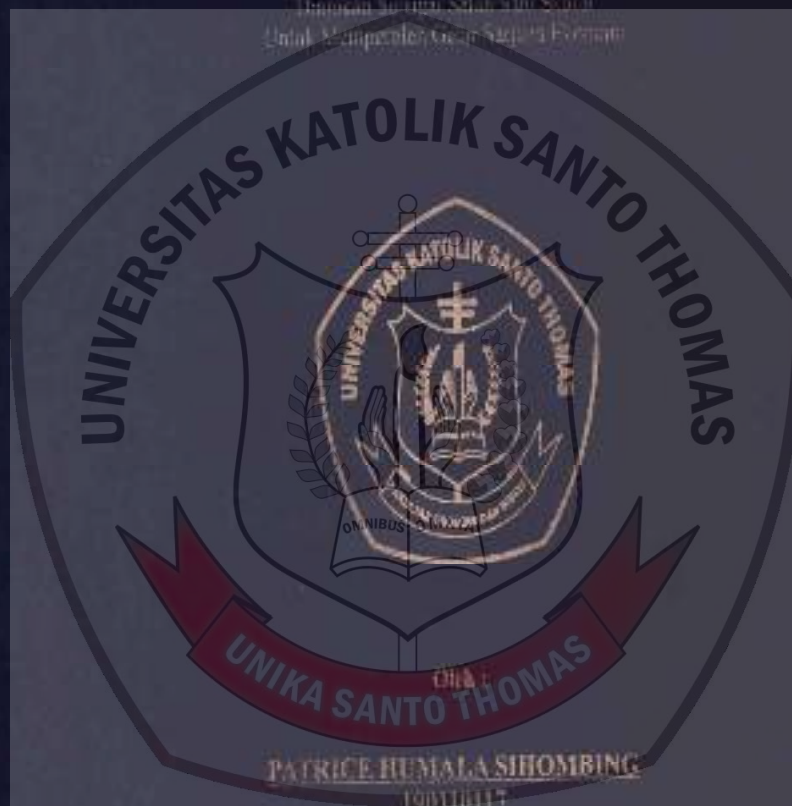
<http://eprints.ust.ac.id/id/eprint/789>

Downloaded from Repositori Institusi UST, Universitas Katolik Santo Thomas

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU TELKOMSEL (STUDI
KASUS MAHASISWA PRODI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KATOLIK SANTO
THOMAS MEDAN

SKRIPSI

Disusun dan Ditulis Oleh: Salat Tini Sitoru
Untuk Memenuhi Tugas Mata Kuliah Forum



PROGRAM STUDI MANAJEMEN SI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS
MEDAN
2025

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU TELKOMSEL (STUDI
KASUS MAHASISWA PRODI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KATOLIK SANTO
THOMAS MEDAN)

SKRIPSI

Dipakan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS

MEDAN

2025

Persetujuan Skripsi

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU TELKOMSEL (STUDI
KASUS MAHASISWA PRODI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KATOLIK SANTO
THOMAS MEDAN)**



Disahkan oleh
Ketua Program Studi

Disahkan Oleh
Pembimbing



Dr. Niska Irani Br Tarigan, MSi
NIDN : 0108108002



Dr. Niska Irani Br Tarigan, MSi
NIDN : 0108108002

PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU TELKOMSEL GATE DI
KASUS MALLASIWA PRIDI WANGGUMEN
(UNIVERSITAS KATOLIK SANTO
THOMAS MEDAN)

PATRICE HUMALA SHOMBING
NPM: 190110117

PROGRAM STUDI MANAJEMEN



Dr. Nandus Nandus
NPM: 190110117



Dr. Nandus Nandus
NPM: 190110117

HALAMAN PERNYATAAN ORIGANALITAS

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Patrice Humala Sihombing

NPM : 190110117

Program Studi : Manajemen

Jenjang Program : Strata Satu

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap

Keputusan Pembelian kartu Telkomsel (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen

Universitas Katolik Santo Thomas Medan)

Menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri bukan plagiat, baik sebagian ataupun seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik penelitian ilmiah.

Apabila kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil plagiat dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Medan, 15 Mei 2025
Peneliti

Patrice Humala Sihombing
Npm: 190110117

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Identitas

1. Nama : Patrice Humala Sihombing
2. Jenis Kelamin : Laki-laki
3. Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 21 Agustus 2000
4. Agama : Katolik
5. Nama Ayah : Dohar Fransiskus Sihombing
6. Nama Ibu : Evi Lucia Munthe
7. Alamat Orangtua : Jl Pembangunan Gang Sosial no.18
8. Alamat Penulis : Jl Tritura no. K584, Tanjung rejo, Kec. Medan Sunggal
9. Nomor HP : 081934267590

II. Riwayat Pendidikan

1. 2007-2012 : SD Santo Thomas 4 Medan
2. 2012-2015 : SMP Santo Thomas 3 Medan
3. 2015-2018 : SMA Santo Thomas 3 Medan
4. 2019-2025 : Universitas Katolik Santo Thomas Medan
5. Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Dari Universitas Katolik Santo Thomas
Tahun 2025

ABSTRAK

PATRICE HUMALA SIHOMBING 190110117, 2025. PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU TELKOMSEL (STUDI KASUS MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS MEDAN)

Pembimbing: Dr. Miska Irani Br Tarigan, MM

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan dokumentasi. Populasi seluruh mahasiswa prodi Manajemen Universitas Katolik Santo Thomas Medan sebanyak 1.039 orang, dengan menggunakan sampel teknik slovin, maka penelitian ini sebanyak 92 orang. Teknik sampling yang digunakan dengan menggunakan *Purposive Sampling*. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Analisis data pada penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 25.

Hasil penelitian ini merumuskan bahwa persamaan regresi berganda adalah $Y = 6,306 + 0,583X_1 + 0,111X_2 + e_i$ artinya dalam uji t menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa prodi manajemen universitas Katolik Santo Thomas Medan dengan nilai t_{hitung} sebesar $14,719 > t_{tabel} 1,66159$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Promosi berpengaruh secara positif dan signifikan dengan nilai t_{hitung} sebesar $2,019 > t_{tabel} 1,66159$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,048 < 0,05$. Uji F menunjukkan kualitas produk dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa prodi

manajemen universitas Katolik Santo Thomas Medan dengan nilai F_{hitung} yaitu sebesar $149,499 > F_{tabel}$ sebesar 3,095.

Nilai koefisien determinasi sebesar 0,835. Artinya variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan promosi sebesar 83,5% sedangkan 16,5% lainnya dipengaruhi oleh faktor diluar model penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian, Telkomsel, Mahasiswa



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan penyertaan-Nya yang dilimpahkan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir “SKRIPSI” ini dengan baik. Adapun judul dari penelitian ini adalah “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU TELKOMSEL (STUDI KASUS MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS MEDAN)”. Adapun penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat kelulusan untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung berupa moral maupun material. Penulis banyak mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Maidin Gultom, S.H., M.Hum selaku Rektor Universitas Katolik Santo Thomas Sumatera Utara Medan.
2. Bapak Dr. Kornel Munthe selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Sumatera Utara Medan.
3. Ibu Dr. Miska Irani Br Tarigan, MM selaku Ketua Program Studi dan pembimbing skripsi penulis yang telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan, arahan dan dukungan selama penulisan skripsi ini

dari Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Sumatera Utara.

4. Ibu Dra. Roslinda Sagala, M.si selaku dosen penguji pertama penulis yang telah memberikan saran dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Esli Silalahi, SE, Msi selaku dosen penguji kedua penulis yang telah memberikan saran dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Pegawai pada Universitas Katolik Santo Thomas Sumatera Utara Medan.
7. Teristimewa untuk orang tua saya yang saya hormati dan saya sayangi yang telah membesarkan, mendidik, mendoakan, memberikan kasih sayang serta mendukung saya baik dari segi moral maupun material dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teristimewa kepada saudara/i saya, adik Carlo Poda Boromeo Sihombing dan Yosephine Astrid Sihombing selaku saudara/i yang telah memberikan dukungan, doa, dan motivasi kepada saya selama penyusunan skripsi ini.
9. Kepada teman saya Kany Alemina, Evelyn, Natasya, Elysabeth, Cheery dan Erna serta teman-teman yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah mendukung saya dalam mengerjakan skripsi ini.
10. Kepada teman-teman manajemen group C stambuk 2019 yang telah mendukung dan memotivasi saya dalam mengerjakan skripsi ini.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, penulis dengan senang hati menerima segala kritik dan saran dari seluruh pihak guna menyempurnakan penulisan skripsi ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan mengharapkan agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca, terutama bagi penulis. Tuhan Yesus Memberkati.

Medan, 15 Mei 2025

Patrice Humala Sihombing
190110117



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDULS

HALAMAN PERSETUJUAN i

HALAMAN PENGESAHAN.....ii

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI..... iii

HALAMAN DAFTAR RIWAYAT HIDUP..... iv

ABSTRAKv

KATA PENGANTARvii

DAFTAR ISI..... x

DAFTAR TABEL..... xiv

DAFTAR GAMBAR..... xv

BAB 1 PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang Masalah..... 1

1.2. Identifikasi Masalah..... 8

1.3 Rumusan Masalah..... 9

1.4 Tujuan Penelitian..... 9

1.5 Manfaat Penelitian 9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... 10

2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran..... 10

2.1.1 Bauran Pemasaran 11

2.2 Kualitas produk 13

2.2.1 Manfaat Kualitas Produk 15

2.2.2 Dimensi Kualitas Produk..... 15

2.2.3 Indikator Kualitas Produk	17
2.3 Promosi.....	23
2.3.1 Manfaat Promosi.....	26
2.3.2 Dimensi Promosi.....	27
2.3.3 Indikator Promosi	27
2.3.4 Bauran Promosi	33
2.4 Keputusan Pembelian	34
2.4.1 Tahapan Keputusan Pembelian.....	34
2.4.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	35
2.4.3 Indikator Keputusan Pembelian	39
2.4.4 Proses Keputusan Pembelian	46
2.5 Kerangka Berpikir	48
2.5.1 Pengaruh Kualitas Produk.....	48
2.5.2 Pengaruh Promosi.....	49
2.5.3 Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi.....	49
2.6 Hipotesis	50
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	51
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	51
3.2 Populasi dan sampel.....	51
3.2.1 Populasi	51
3.2.2 Sampel	52
3.3. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	53
3.3.1. Variabel Bebas	53
3.3.2. Variabel Terikat	54

3.4. Skala Pengukuran Variabel	54
3.5. Teknik Pengumpulan Data	55
3.6 Jenis Data Penelitian	55
3.7 Teknik Analisis Data	56
3.7.1. Uji Validitas	56
3.7.2 Uji Reliabilitas	57
3.7.3 Metode Analisis	59
3.8 Uji Hipotesis	60
3.8.1 Uji Parsial (Uji-t)	60
3.8.2 Uji Simultan (Uji-F)	61
3.9 Koefisien Determinasi (R^2)	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
4.1 Sejarah Singkat PT. Telkomsel	64
4.2 Visi dan Misi Telkomsel	66
4.3 Struktur Organisasi Telkomsel	66
4.4 Hasil Penelitian	69
4.4.1 Karakteristik Responden	69
4.5 Tanggapan Responden	70
4.5.1 Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk	70
4.5.2 Tanggapan Responden Tentang Promosi	73
4.5.3 Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian	76
4.6 Teknik Analisis Data	80
4.6.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Secara Parsial	80
4.6.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Secara Simultan	84

4.7 Persamaan Regresi Linier Berganda.....	85
4.8 Hasil Hipotesis.....	87
4.8.1 Pengujian Secara Parsial (Uji t)	87
4.8.2 Pengujian Secara Simultan (Uji F)	88
4.9 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	88
4.10 Pembahasan	89
4.10.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Katolik Santo Thomas Medan.....	89
4.10.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Katolik Santo Thomas Medan	91
4.10.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Katolik Santo Thomas Medan	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	94
5.1 Kesimpulan	94
5.2 Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

NO	Nama Tabel	Halaman
Tabel 1.1	Data Jumlah Pengguna Operator Seluler, 2023	5
Tabel 3.1	Populasi	51
Tabel 3.2	Operasional Variabel, Indikator dan Skala pengukuran	54
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	69
Tabel 4.2	Usia Responden	69
Tabel 4.3	Data Instrumen Variabel Kualitas Produk	70
Tabel 4.4	Data Instrumen Variabel Promosi	73
Tabel 4.5	Data Instrumen Variabel Keputusan Pembelian	77
Tabel 4.6	<i>Case Processing Summary</i> (X1)	80
Tabel 4.7	<i>Reliability Statistics</i> Kualitas Produk (X1)	80
Tabel 4.8	<i>Item-Total Statistics</i> Kualitas Produk (X1)	81
Tabel 4.9	<i>Case Processing Summary</i> Promosi(X2)	81
Tabel 4.10	<i>Reliability Statistics</i> Promosi (X2)	82
Tabel 4.11	<i>Item-Total Statistics</i> Promosi (X2)	82
Tabel 4.12	<i>Case Processing Summary</i> Keputusan Pembelian(Y)	83
Tabel 4.13	<i>Reliability Statistics</i> Keputusan Pembelian(Y)	83
Tabel 4.14	<i>Item-Total Statistics</i> Keputusan Pembelian(Y)	83
Tabel 4.15	<i>Case Processing Summary</i>	84
Tabel 4.16	<i>Reliability Statistics</i>	84
Tabel 4.17	<i>Item- Total Statistics</i>	85
Tabel 4.18	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	86
Tabel 4.19	Hasil Uji Parsial (Uji t)	87
Tabel 4.20	Hasil Uji Simultan (Uji F)	88
Tabel 4.21	Hasil Koefisien Determinasi (Adjusted R ²)	89

DAFTAR GAMBAR

No	Nama Gambar	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Berpikir	50
Gambar 4.1	Logo Telkomsel	66
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Telkomsel	67



DAFTAR PUSTAKA

- Alma H. Buchari, (2018), Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- Arikunto, S. 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Danang Sunyoto. 2014. Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen. Yogyakarta: CAPS.
- Fahmi. Irham. (2016). Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia Konsep dan Kinerja. Mitra Wacana Media: Jakarta
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Firli Musfar, Tengku. 2020. Buku Ajar Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran. edited by R. Rante Rerung and R. Rino Pratama. Bandung: CV.Media Sains Indonesia.
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Ed 6. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hurriyati, R. (2018). Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: Alfabeta.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- J. Supranto. 2009. Statistik Teori dan Aplikasi Edisi Ketujuh. Jakarta: Erlangga
- Jaiz, M. (2014). Dasar-dasar Periklanan. Yogyakarta: Grahailmu.
- Kotler dan Keller. (2012), Manajemen Pemasaran, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip, Armstrong. 2017. Pemasaran, Edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta.

- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2019). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13.
- Kotler, Philip. 1997, Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu. Jakarta: Prentice Hall.
- Laksana, M. F. (2019). Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Moh. Nazir. 2011. Metode Penelitian. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia
- Rambat, Lupiyoadi. (2015). Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Rangkuti, Freddy. 2009. Strategi Promosi yang kreatif & Analisis kasus – Integrated Marketing Communication. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Setiadi, Nugroho. J. 2010. Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Kencana.
- Singarimbun, Masri & Sofian Effendi. 2008. Metode Penelitian Survei, Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabet
- Syahputra & Herman. 2020. Pengaruh Promosi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Di Os Hotel Batam. Jurnal Ilmiah Kohesi, 4(3), 81–89.
- Tjiptono Fandy, Anastasia Diana (2020) Pemasaran: Penerbit Andi Yogyakarta
- Wangsa, I. N. W., et al. (2022). Promosi Penjualan Untuk Membangun Electronic Word of Mouth dan Mendorong Pengambilan Keputusan Pembelian. Penerbit: Lakeisha.
- Widiyanto, Joko. 2010. SPSS for Windows Untuk Analisis Data Statistik dan Penelitian. Surakarta: BP-FKIP UMS.

JURNAL

- Agustin Trias dan Darmawan. (2018). Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Bank Syariah. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* | Vol. 64 No. 1 November 2018 | administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id
- Arumsari, D. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua. Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, 43.
- Chaerudin, S. M., & Syafarudin, A. (2021). The Effect Of Product Quality, Service Quality, Price On Product Purchasing Decisions On Consumer Satisfaction. *Ilomata International Journal of Tax & Accounting (IJTC)*, 2(1), 61–70.
- Dheany, Arumsari. 2012. Analisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) Merek Aqua (Studi pada Konsumen Toko Bhakti Mart KPRI Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah). Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro: Semarang
- Khayru, R. & F. Issalillah. 2021. Study on Consumer Behavior and Purchase of Herbal Medicine Based on the Marketing Mix, *Journal of Marketing and Business Research*, 1(1), 1-14.
- Nova Alleine Serafina Sagala dan Peran Simanihuruk. 2022. “Pengaruh Kualitas Produk dan Strategi Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel Pada Masa Pandemic Covid – 19 (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unika Santo Thomas Medan).” Volume 1 N: 196.
- Rosyida, A. F., & Widyawati, N. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Darmo Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol.5, No.6.
- Sondakh E. H. B., J. A. D. Kalele, F. S. Ratulangi, C. Palar and S. Rimbing. 2022. Utilization of coconut pulp as methane inhibitor feed on meat quality of goat. *Animal Production*. 24 (1): 17-22.
- Yunita, N. R., Sumarsono, H., & Farida, U. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online di Buka Lapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 3(1), 90. <https://doi.org/10.24269/iso.v3i1.243>