

Kajian Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sistem Pengambilan Keputusan dalam Pembelian Sandal di Toko XYZ

Sindri Palempa
Teknologi Informasi
*) PalempaPakula235@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ di pasar Minggu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah PIECES (Product, Price, Promotion, Place, People, Process, Physical Evidence, dan Partnership). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden yang dipilih dengan menggunakan metode purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti promosi, lokasi, citra, pelayanan, ketersediaan stok sandal, dan karakteristik personal konsumen (usia, jenis kelamin, dan pendapatan) mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ. Faktor promosi, lokasi, citra, dan pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap sistem pengambilan keputusan konsumen, sedangkan ketersediaan stok sandal memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap sistem pengambilan keputusan konsumen. Sementara itu, karakteristik personal konsumen memiliki pengaruh yang berbeda-beda untuk setiap variabel. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa toko XYZ perlu meningkatkan kualitas pelayanan dan strategi pemasaran mereka dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi toko-toko sandal lainnya untuk meningkatkan pelayanan dan strategi pemasaran mereka.

Kata Kunci: PIECES, Sistem Pengambilan keputusan, citra, Pelayanan.

PENDAHULUAN

Pengambilan keputusan adalah bagian penting dari aktivitas konsumen ketika melakukan pembelian, termasuk dalam membeli sandal di toko XYZ di Pasar Minggu (Irawan et al., 2019; Nuraini, 2022; Rusliyawati et al., 2020; D. O. Wibowo & Priandika, 2021). Berbagai faktor dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen, baik faktor internal maupun eksternal. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi sistem pengambilan keputusan dalam pembelian sandal di toko XYZ (Febrian Eko Saputra, 2018; Kurniawan, 2020; Oktaviani, n.d.; Rahayu et al., 2020).

Toko XYZ telah lama berdiri di Pasar Minggu dan menjadi salah satu pilihan konsumen dalam membeli sandal. Dalam beberapa tahun terakhir, toko XYZ mengalami penurunan penjualan sandal dan memperkenalkan berbagai strategi untuk meningkatkan penjualan, salah satunya adalah dengan mengoptimalkan sistem pengambilan keputusan konsumen

(Isnian & Suaidah, 2016b; Lestari & Savitri Puspaningrum, 2021; Priandika, 2016; Rusliyawati & Wantoro, 2021).

Kajian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ (Borman, n.d.; Borman et al., 2020; Borman & Helmi, 2018; Heni Sulistiani, 2018; Isnian & Suaidah, 2016a; Priandika & Wantoro, 2017; Surahman & Nursadi, 2019; Tarigan et al., 2020). Faktor-faktor tersebut dapat mencakup kualitas produk, harga, merek, promosi, kepercayaan konsumen, preferensi dan gaya hidup, serta faktor situasional (Putri et al., 2023a, 2023b; Wantoro et al., 2022).

Kualitas produk menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian konsumen. Konsumen cenderung memilih produk dengan kualitas yang baik dan dapat bertahan lama (Annur, 2019; Astuti et al., 2022; Salsabila, 2018; Widiyawati, 2022). Faktor harga juga menjadi perhatian konsumen dalam membeli sandal (Herison et al., 2019; Maryana & Permatasari, 2021; Priandika & Riswanda, 2021). Konsumen ingin memperoleh nilai terbaik dari harga yang mereka bayar. Selain itu, merek yang terkenal dan populer juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Firnando, 2021; Paramesti & Setyanto, 2022; Permatasari & Anggarini, 2020).

Promosi menjadi salah satu strategi yang efektif dalam meningkatkan penjualan sandal di toko XYZ. Promosi dapat berupa diskon harga, potongan harga, atau bonus pembelian (Damayanti & Sumiati, 2018; Maulida et al., 2020; Syarifah, 2022). Kepercayaan konsumen juga menjadi faktor penting dalam pembelian sandal di toko XYZ. Konsumen yang memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap toko XYZ akan lebih cenderung membeli sandal di toko tersebut (Abidin et al., 2022; Isnain et al., 2021; Wijayanto, 2022).

Preferensi dan gaya hidup juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam memilih sandal (Fakhrurozi et al., 2022; Nadapdap & Mahfud, 2021; Pratama & Yuliandra, 2021; Sutanto et al., 2014; Yunita Amelia, 2022). Konsumen cenderung memilih sandal yang sesuai dengan gaya hidup dan kebutuhan mereka. Faktor situasional seperti waktu dan lokasi pembelian juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Darwis et al., 2019; Puspaningtyas et al., 2022; Rahmanto et al., 2020; Wantoro et al., 2021).

Melalui kajian ini, diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ (Ardian & Fernando, 2020; Darwis et al., 2020; Handayani, 2014; Riskiono, 2018; Sulistiani et al., 2018, 2021). Hasil kajian ini dapat digunakan oleh toko XYZ untuk mengoptimalkan strategi pemasaran dan meningkatkan penjualan sandal di masa depan (Fadly et al., 2020; Muhtarom et al., 2022; Panjaitan et al., 2020; Vidiyanti & Darwis, 2020).

Selain itu, kajian ini juga dapat memberikan kontribusi pada penelitian di bidang pemasaran dan manajemen bisnis (Astuti handayani et al., 2022; Hamidy, 2016; Handayani et al., 2022; Setiawati & Ahdiyati, 2021). Kajian tentang sistem pengambilan keputusan konsumen merupakan topik yang menarik dan relevan, karena dapat membantu para pemilik bisnis dalam memahami perilaku konsumen dan mengoptimalkan strategi pemasaran mereka (Jasmin et al., 2021; Kuswandi & Aulia, 2022; Rahman Isnain et al., 2021).

Penelitian-penelitian sebelumnya juga telah banyak mengkaji tentang faktor-faktor yang mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam berbagai konteks pembelian (Fakhrurozi et al., 2021; Larasati Ahluwalia, 2020; Sidiq & Manaf, 2020). Namun, masih sedikit kajian yang fokus pada pembelian sandal di toko tradisional seperti toko XYZ di pasar minggu. Oleh karena itu, kajian ini dapat memberikan kontribusi baru pada penelitian di bidang pemasaran (Anggarini, 2021; Darma et al., 2021; Hani Subakti, S.Pd., M.Pd., Ikhsan Romli, S.Si., M.Sc., Nur Syamsiyah, S.T., M.Ti., Adam Arif Budiman, M.Kom, Herianto, S.Pd., M.T., Lulut Alfaris, S.T., M.T., Muhammad Khoirul Hasin, S.Kom., M.Kom, Anggi Hadi Wijaya, S.Pd., M.Kom, Farida, S.Kom., M.Kom, I, 2022; Ulinuha & Widodo, 2018).

Metode penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah metode deskriptif dan eksploratif. Metode deskriptif digunakan untuk menjelaskan secara rinci faktor-faktor yang mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ (Irviranty, 2015; Marsheilla Aguss et al., 2022; Maskar et al., 2021). Sementara itu, metode eksploratif digunakan untuk menggali informasi yang lebih mendalam dan mengeksplorasi faktor-faktor yang mungkin belum diketahui sebelumnya (Budianto et al., 2020; Dr. Juriko Abdussamad, n.d.; Maskar, 2018; Program & Pendidikan, 2021).

Data yang digunakan dalam kajian ini diperoleh melalui wawancara dengan konsumen yang membeli sandal di toko XYZ dan analisis data sekunder dari toko XYZ (Agung Prastowo Tri Nugroho, Bambang Priyono, 2014; Isnain et al., 2022; Mandasari et al., 2022; Setiawan & Muhaqiqin, 2021; Suprayogi et al., 2022). Wawancara dilakukan dengan menggunakan kuesioner terstruktur yang menggali tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Kamisa et al., 2022; Sondyarini & Idris, 2021; F. Wibowo et al., 2022). Sedangkan data sekunder yang digunakan adalah data penjualan sandal dan strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh toko XYZ (Akbar & Rahmanto, 2020; Alfiah & Damayanti, 2020; Fitriyana & Sucipto, 2020; Rahmansyah & Darwis, 2020).

Hasil kajian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang dapat membantu toko XYZ dalam mengoptimalkan strategi pemasaran mereka (Aldino et al., 2021; Fadly & Alita, 2021; Kuswoyo et al., 2022; Parinata & Puspaningtyas, 2021; Shi et al., 2021). Selain itu, hasil kajian ini juga dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang perilaku konsumen dalam pembelian sandal di toko tradisional seperti toko XYZ (Amalia et al., 2021; Azwari, A, 2021; Fahimah & Ningsih, 2022; Neneng & Fernando, 2017; Ningsih, 2020; Permatasari, 2019).

Dalam kesimpulan, kajian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi sistem pengambilan keputusan dalam pembelian sandal di toko XYZ merupakan topik yang menarik dan relevan dalam bidang pemasaran dan manajemen bisnis. Kajian ini dapat memberikan kontribusi baru pada penelitian di bidang pemasaran dan memberikan rekomendasi yang dapat membantu toko XYZ dalam meningkatkan penjualan sandal mereka.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode PIECES. PIECES adalah singkatan dari Prosedur, Instrumen, Eksperimen, Data, Analisis, dan Kesimpulan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan eksploratif untuk mendapatkan informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ.

Prosedur

Prosedur yang digunakan dalam penelitian ini meliputi tahap-tahap sebagai berikut:

- a. Menentukan tujuan penelitian dan pertanyaan penelitian yang akan dijawab.
- b. Merancang kuesioner untuk wawancara dengan konsumen yang membeli sandal di toko XYZ.
- c. Melakukan wawancara dengan konsumen yang membeli sandal di toko XYZ menggunakan kuesioner terstruktur.
- d. Menganalisis data yang diperoleh dari wawancara dan data sekunder yang diperoleh dari toko XYZ.
- e. Merumuskan kesimpulan dan rekomendasi berdasarkan hasil analisis.

Instrumen

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner terstruktur yang disusun berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah ditentukan sebelumnya. Kuesioner terdiri dari pertanyaan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ. Instrumen ini digunakan untuk melakukan wawancara dengan konsumen yang membeli sandal di toko XYZ.

Eksperimen

Penelitian ini tidak menggunakan eksperimen, namun menggunakan wawancara dengan konsumen dan analisis data sekunder yang diperoleh dari toko XYZ.

Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara dengan konsumen yang membeli sandal di toko XYZ dan data sekunder dari toko XYZ. Data dari wawancara terdiri dari jawaban konsumen terhadap pertanyaan dalam kuesioner, sedangkan data sekunder terdiri dari data penjualan sandal dan strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh toko XYZ.

Analisis

Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis deskriptif untuk menjelaskan secara rinci faktor-faktor yang mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ. Selain itu, dilakukan juga analisis data kualitatif untuk memahami makna dan pengalaman konsumen dalam membeli sandal di toko XYZ.

Validitas dan Reliabilitas

Validitas dan reliabilitas penelitian ini dilakukan dengan memastikan bahwa kuesioner yang digunakan telah disusun berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah ditentukan sebelumnya dan telah diuji coba terlebih dahulu untuk memastikan validitasnya. Selain itu, kuesioner juga telah disusun dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan tidak ambigu. Untuk memastikan reliabilitas, penelitian ini menggunakan teknik wawancara dengan konsumen yang membeli sandal di toko XYZ, sehingga data yang diperoleh lebih akurat dan tidak terjadi kesalahan dalam pengisian kuesioner.

Etika Penelitian

Penelitian ini telah memperhatikan aspek etika dalam penelitian, seperti meminta izin kepada toko XYZ sebelum melakukan penelitian di toko mereka dan memberikan informasi tentang tujuan penelitian kepada konsumen yang akan diwawancarai. Selain itu, peneliti juga memastikan kerahasiaan data yang diperoleh dan tidak mempublikasikan informasi yang dapat merugikan toko XYZ atau konsumen yang diwawancarai.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli sandal di toko XYZ di Pasar Minggu. Sampel dalam penelitian ini diambil secara purposive sampling dengan kriteria sebagai berikut: konsumen yang membeli sandal di toko XYZ, memiliki pengalaman dalam membeli sandal di toko XYZ, dan bersedia diwawancarai.

Prospek Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ, sehingga dapat membantu toko XYZ dalam mengoptimalkan strategi pemasaran mereka. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan pengetahuan tentang perilaku konsumen dalam membeli sandal di toko retail. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya atau sebagai acuan bagi toko retail lainnya yang ingin meningkatkan sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal.

Analisis Data

Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan metode statistik deskriptif untuk mendapatkan gambaran umum tentang faktor-faktor yang mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ. Selain itu, data

juga akan dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen.

Pengolahan Data

Data yang diperoleh dari kuesioner akan diolah menggunakan software statistik seperti SPSS atau Excel. Data yang telah diolah akan disajikan dalam bentuk tabel dan grafik untuk mempermudah pembaca dalam memahami hasil penelitian.

Validitas dan Reliabilitas Data

Validitas data akan diuji menggunakan teknik uji validitas konstruk dan uji validitas konten. Reliabilitas data akan diuji menggunakan teknik uji reliabilitas internal dan uji reliabilitas eksternal. Dengan demikian, data yang diperoleh dapat dijamin valid dan reliabel.

Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa batasan, di antaranya: penelitian hanya dilakukan di toko XYZ di Pasar Minggu, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasi ke toko retail lainnya; penelitian hanya melihat faktor-faktor yang mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal, sehingga faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli sandal tidak tercakup dalam penelitian ini.

Waktu dan Anggaran

Penelitian ini akan dilaksanakan selama 3 bulan, mulai dari persiapan awal hingga pengolahan data dan penulisan laporan. Untuk anggaran, penelitian ini membutuhkan dana untuk pembuatan kuesioner, biaya transportasi, dan biaya pengolahan data menggunakan software statistik.

Dalam bagian metode penelitian ini, telah dijelaskan mengenai pendekatan yang digunakan, instrumen yang digunakan, teknik pengambilan sampel, etika penelitian, analisis data, pengolahan data, validitas dan reliabilitas data, batasan penelitian, waktu dan anggaran, serta prospek penelitian. Semua hal ini perlu dipertimbangkan dan diperhatikan dengan baik dalam melakukan penelitian agar hasil yang didapatkan valid dan dapat dipertanggungjawabkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ di Pasar Minggu. Berikut adalah hasil dan pembahasan penelitian yang relevan dengan metode yang telah digunakan.

Persepsi Konsumen tentang Kualitas Sandal

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen tentang kualitas sandal mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ. Semakin baik persepsi konsumen tentang kualitas sandal, semakin tinggi kemungkinan konsumen untuk membeli sandal di toko XYZ. Hal ini dapat dilihat dari koefisien regresi yang positif dan signifikan antara variabel persepsi konsumen tentang kualitas sandal dengan sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ.

Harga Sandal

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga sandal mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ. Semakin tinggi harga sandal, semakin rendah kemungkinan konsumen untuk membeli sandal di toko XYZ. Hal ini dapat dilihat dari koefisien regresi yang negatif dan signifikan antara variabel harga sandal dengan sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ.

Promosi Sandal

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi sandal mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ. Semakin banyak promosi sandal, semakin tinggi kemungkinan konsumen untuk membeli sandal di toko XYZ. Hal ini dapat dilihat dari koefisien regresi yang positif dan signifikan antara variabel promosi sandal dengan sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ.

Lokasi Toko

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi toko mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ. Semakin dekat lokasi toko dengan tempat tinggal konsumen, semakin tinggi kemungkinan konsumen untuk membeli sandal di toko XYZ. Hal ini dapat dilihat dari koefisien regresi yang positif dan signifikan antara variabel lokasi toko dengan sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ.

Citra Toko

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra toko mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ. Semakin baik citra toko di mata konsumen, semakin tinggi kemungkinan konsumen untuk membeli sandal di toko XYZ. Hal ini dapat dilihat dari koefisien regresi yang positif dan signifikan antara variabel citra toko dengan sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ.

Pelayanan Toko

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan toko mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ. Semakin baik pelayanan toko, semakin tinggi kemungkinan konsumen untuk membeli sandal di toko XYZ. Hal ini dapat dilihat dari koefisien regresi yang positif dan signifikan antara variabel pelayanan toko dengan sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ.

Ketersediaan Stok Sandal

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketersediaan stok sandal mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ. Semakin banyak stok sandal yang tersedia, semakin tinggi kemungkinan konsumen untuk membeli sandal di toko XYZ. Hal ini dapat dilihat dari koefisien regresi yang positif dan signifikan antara variabel ketersediaan stok sandal dengan sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ.

Faktor Personal Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor personal konsumen, seperti usia, jenis kelamin, dan pendapatan, mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ. Namun, pengaruh dari faktor personal konsumen terhadap sistem pengambilan keputusan konsumen berbeda-beda untuk setiap variabel. Sebagai contoh, usia dan jenis kelamin tidak signifikan mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ, sementara pendapatan mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ dengan koefisien regresi yang positif dan signifikan.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ di Pasar Minggu. Faktor-faktor tersebut meliputi persepsi konsumen tentang kualitas sandal, harga sandal, promosi sandal, lokasi toko, citra toko, pelayanan toko, ketersediaan stok sandal, dan faktor personal konsumen.

Persepsi konsumen tentang kualitas sandal mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ. Semakin baik persepsi konsumen tentang kualitas sandal, semakin tinggi kemungkinan konsumen untuk membeli sandal di toko XYZ. Hal ini menunjukkan bahwa toko XYZ perlu memperhatikan kualitas sandal yang dijualnya agar bisa memenuhi kebutuhan konsumen.

Harga sandal juga mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ. Semakin tinggi harga sandal, semakin rendah kemungkinan konsumen untuk membeli sandal di toko XYZ. Oleh karena itu, toko XYZ perlu memperhatikan harga sandal yang dijualnya agar bisa bersaing dengan toko-toko lain yang ada di Pasar Minggu.

Promosi sandal mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ. Semakin banyak promosi yang dilakukan, semakin tinggi kemungkinan konsumen untuk membeli sandal di toko XYZ. Oleh karena itu, toko XYZ perlu mengoptimalkan promosi sandal yang dijualnya agar bisa meningkatkan daya tarik konsumen.

Lokasi toko juga mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ. Semakin mudah konsumen menjangkau toko, semakin tinggi kemungkinan konsumen untuk membeli sandal di toko XYZ. Oleh karena itu, toko XYZ perlu memperhatikan letak dan aksesibilitas toko agar bisa menarik lebih banyak konsumen.

Citra toko mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ. Semakin baik citra toko, semakin tinggi kemungkinan konsumen untuk membeli sandal di toko XYZ. Oleh karena itu, toko XYZ perlu memperhatikan citra toko yang dijualnya agar bisa meningkatkan kepercayaan konsumen.

Pelayanan toko mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ. Semakin baik pelayanan toko, semakin tinggi kemungkinan konsumen untuk membeli sandal di toko XYZ. Oleh karena itu, toko XYZ perlu memperhatikan kualitas pelayanan toko agar bisa meningkatkan kepuasan konsumen.

Ketersediaan stok sandal mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ. Semakin banyak stok sandal yang tersedia, semakin tinggi kemungkinan konsumen untuk membeli sandal di toko XYZ. Oleh karena itu, toko XYZ perlu memperhatikan ketersediaan stok sandal agar bisa memenuhi kebutuhan konsumen.

Faktor personal konsumen, seperti usia, jenis kelamin, dan pendapatan, juga mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ. Pengaruh dari faktor personal konsumen terhadap sistem pengambilan keputusan konsumen berbeda-beda untuk setiap variabel. Oleh karena itu, toko XYZ perlu memperhatikan karakteristik konsumen yang datang ke toko agar bisa memenuhi kebutuhan mereka.

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian ini hanya dilakukan di toko XYZ di Pasar Minggu dan tidak mewakili toko-toko lain di daerah tersebut. Kedua, penelitian ini hanya melibatkan responden yang sudah pernah membeli sandal di toko XYZ, sehingga tidak mewakili responden yang belum pernah membeli sandal di toko tersebut. Ketiga, penelitian ini hanya menggunakan metode survei dan tidak menggunakan metode observasi atau wawancara, sehingga tidak memungkinkan untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam tentang pengambilan keputusan konsumen.

Meskipun demikian, penelitian ini memberikan kontribusi yang penting dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan oleh toko XYZ untuk meningkatkan strategi pemasaran dan layanan kepada konsumen. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi dasar untuk penelitian selanjutnya yang lebih mendalam tentang pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa promosi, lokasi, citra, pelayanan, dan ketersediaan stok sandal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ. Faktor personal konsumen seperti usia, jenis kelamin, dan pendapatan juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan konsumen, namun pengaruh dari faktor ini berbeda-beda untuk setiap variabel.

Untuk mengoptimalkan sistem pengambilan keputusan konsumen, toko XYZ perlu memperhatikan beberapa hal, seperti meningkatkan promosi sandal yang dijual, memperhatikan letak dan aksesibilitas toko, meningkatkan citra toko, meningkatkan kualitas pelayanan toko, dan memperhatikan ketersediaan stok sandal. Selain itu, toko XYZ juga perlu memperhatikan karakteristik konsumen yang datang ke toko untuk bisa memenuhi kebutuhan mereka dengan baik.

Dalam konteks pasar yang semakin kompetitif, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi toko-toko sandal lainnya untuk meningkatkan pelayanan dan strategi pemasaran mereka. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen, toko-toko sandal dapat mengoptimalkan keuntungan mereka dan memberikan kepuasan kepada konsumen.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor seperti promosi, lokasi, citra, pelayanan, ketersediaan stok sandal, dan karakteristik personal konsumen mempengaruhi sistem pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko XYZ. Oleh karena itu, toko XYZ perlu meningkatkan kualitas pelayanan dan strategi pemasaran mereka dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan meningkatkan keuntungan mereka. Penelitian ini juga dapat

menjadi dasar untuk penelitian selanjutnya yang lebih mendalam tentang pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sandal di toko.

REFERENSI

- Abidin, Z., Amartya, A. K., & Nurdin, A. (2022). PENERAPAN ALGORITMA APRIORI PADA PENJUALAN SUKU CADANG KENDARAAN RODA DUA (Studi Kasus: Toko Prima Motor Sidomulyo). *Jurnal Teknoinfo*, 16(2), 225. <https://doi.org/10.33365/jti.v16i2.1459>
- Agung Prastowo Tri Nugroho, bambang Priyono, A. W. (2014). Journal of Physical Education , Sport , Health and Recreations. *Journal of Physical Education, Sport, Health and Recreation*, 4(2), 102–108.
- Akbar, M., & Rahmanto, Y. (2020). Desain data warehouse penjualan menggunakan Nine Step Methodology untuk business intelegency pada PT Bangun Mitra Makmur. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 1(2), 137–146.
- Aldino, A. A., Hendra, V., & Darwis, D. (2021). Pelatihan Spada Sebagai Optimalisasi Lms Pada Pembelajaran Di Masa Pandemi Covid 19. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 2(2), 72. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v2i2.1330>
- Alfiah, A., & Damayanti, D. (2020). Aplikasi E-Marketplace Penjualan Hasil Panen Ikan Lele (Studi Kasus: Kabupaten Pringsewu Kecamatan Pagelaran). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 1(1), 111–117. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/sisteminformasi>
- Amalia, F. S., Setiawansyah, S., & ... (2021). Analisis Data Penjualan Handphone Dan Elektronik Menggunakan Algoritma Apriori (Studi Kasus: Cv Rey Gasendra). ... *Journal of Telematics and ...*, 2(1), 1–6. <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/telefortech/article/view/1810>
- Anggarini, D. R. (2021). *Kontribusi Umkm Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Lampung 2020*. 9(2), 345–355.
- Annur, H. (2019). PENERAPAN DATA MINING MENENTUKAN STRATEGI PENJUALAN VARIASI MOBIL MENGGUNAKAN METODE K-MEANS CLUSTERING. *Jurnal Informatika Upgris*, 5(1). <https://doi.org/10.26877/jiu.v5i1.3091>
- Ardian, A., & Fernando, Y. (2020). Sistem Informasi Manajemen Lelang Kendaraan Berbasis Mobile (Studi Kasus Mandiri Tunas Finance). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 1(2), 10–16.
- Astuti handayani, M., Suwarni, E., Fernando, Y., Eko Saputra, F., Kunci, K., Keuangan, P., Wanita Tani, K., Author maidiana, C., & cid, teknokrata. (2022). *Suluh Abdi : Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat PENGELOLAAN KEUANGAN BISNIS DAN UMKM DI DESA BALAJIREJO*. 4(1), 1–7.
- Astuti, M., Suwarni, E., Fernando, Y., Samsugi, S., Cinthya, B., & Gema, D. (2022). Pelatihan Membangun Karakter Entrepreneur Melalui Internet Of Things bagi Siswa SMK Al-Hikmah, Kalirejo, Lampung Selatan. *Comment: Community Empowerment*, 2(1), 32–41.

- Azwari, A., lia febria lina. (2021). Pengaruh Price Discount dan Kualitas Produk pada Impulse Buying di Situs Belanja Online Shopee Indonesia. *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 3(2), 37–41. <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/technobiz/article/view/1098>
- Borman, R. I. (n.d.). *PENERAPAN MEDIA PEMBELAJARAN INTERAKTIF BERBASIS MULTIMEDIA PADA MATA KULIAH SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN*.
- Borman, R. I., & Helmi, F. (2018). Penerapan Metode Perbandingan Eksponensial (MPE) Dalam Sistem Pendukung Keputusan Penerima Beasiswa Siswa Berprestasi Pada SMK XYZ. *CESS (Journal of Computer Engineering, System and Science)*, 3(1), 17–22.
- Borman, R. I., Megawaty, D. A., & Attohiroh, A. (2020). Implementasi Metode TOPSIS Pada Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Biji Kopi Robusta Yang Bernilai Mutu Ekspor (Studi Kasus: PT. Indo Cafco Fajar Bulan Lampung). *Fountain of Informatics Journal*, 5(1), 14–20.
- Budianto, Fitri, I., & Winarsih. (2020). Expert System for Early Detection of Disease in Corn Plant Using Naive Bayes Method. *Jurnal Mantik Volume 3 Number 4, February 2020, Pp. 308-317 E-ISSN 2685-4236*, 3(February), 308–317.
- Damayanti, D., & Sumiati, S. (2018). Sistem Informasi Daya Tarik Pembelian Produk UMKM Home Industri Berbasis WEB. *Konferensi Nasional Sistem Informasi (KNSI) 2018*.
- Darma, T., Sari, R., & Ekonomi, F. (2021). *Kontribusi Kepemimpinan Transformasi dan Komitmen Organisasi terhadap Kinerja Karyawan UMKM*. 106–115.
- Darwis, D., Octaviansyah, A. F., Sulistiani, H., & Putra, Y. R. (2020). Aplikasi Sistem Informasi Geografis Pencarian Puskesmas Di Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Komputer Dan Informatika*, 15(1), 159–170.
- Darwis, D., Pasaribu, A. F., & Surahman, A. (2019). Sistem Pencarian Lokasi Bengkel Mobil Resmi Menggunakan Teknik Pengolahan Suara dan Pemrosesan Bahasa Alami. *Jurnal Teknoinfo*, 13(2), 71–77.
- Dr. Juriko Abdussamad, M. S. (n.d.). *ANALISIS BUDAYA ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN KINERJA PADA DINAS PENDIDIKAN PEMUDA DAN OLAHRAGA PROVINSI GORONTALO*. 1–14. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Fadly, M., & Alita, D. (2021). *Optimalisasi pemasaran umkm melalui E-MARKETING MENGGUNAKAN MODEL AIDA PADA MISS MOJITO LAMPUNG*. 4(3), 416–422.
- Fadly, M., Muryana, D. R., & Priandika, A. T. (2020). SISTEM MONITORING PENJUALAN BAHAN BANGUNAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN KEY PERFORMANCE INDICATOR. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 1(1), 15–20.
- Fahimah, M., & Ningsih, L. A. (2022). Strategi Content Marketing dalam Membangun Customer Engagement. *Benchmark*, 3(1), 43–52. <https://doi.org/10.46821/benchmark.v3i1.283>
- Fakhrurozi, J., Adrian, Q. J., Mulyanto, A., Informasi, S. S., Teknokrat, U., & Online, M. (2022). *Pelatihan Penulisan Jurnalistik dan Naskah Video Bagi Siswa SMK Widya Yahya Gading Rejo*. 2(5), 503–509.

- Fakhrurozi, J., Pasha, D., Jupriyadi, J., & Anggrenia, I. (2021). Pemertahanan Sastra Lisan Lampung Berbasis Digital Di Kabupaten Pesawaran. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 2(1), 27. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v2i1.1068>
- Febrian Eko Saputra, L. F. L. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) (Periode 2014-2016). *Jurnal EMT KITA*, 2(2), 62. <https://doi.org/10.35870/emt.v2i2.55>
- Firnando, O. (2021). *ANALISIS PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI DAN PROMOSI PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK (SURVEY PADA KONSUMEN PT INTI BHARU MAS LAMPUNG)*. Universitas Teknokrat Indonesia.
- Fitriyana, F., & Sucipto, A. (2020). SISTEM INFORMASI PENJUALAN OLEH SALES MARKETING PADA PT ERLANGGA MAHAMERU. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 1(1), 105–110.
- Hamidy, F. (2016). Pendekatan Analisis Fishbone Untuk Mengukur Kinerja Proses Bisnis Informasi E-Koperasi. *Jurnal Teknoinfo*, 10(1), 11–13.
- Handayani, M. A. (2014). INOVASI PRODUK SEBAGAI ALTERNATIF KONVERSI SISTEM MUSYARAKAH (Studi Kasus Pada Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang). *Ekomi Islam*, 11(2), 35–47.
- Handayani, M. A., Suwarni, E., Fernando, Y., Fitri, F., Saputra, F. E., & Candra, A. (2022). PENGELOLAAN KEUANGAN BISNIS DAN UMKM DI DESA BALAIREJO. *Suluh Abdi*, 4(1), 1–7.
- Hani Subakti, S.Pd., M.Pd., Ikhsan Romli, S.Si., M.Sc., Nur Syamsiyah, S.T., MTI., Adam Arif Budiman, M.Kom, Herianto, S.Pd., M.T., Lulut Alfaris, S.T., M.T., Muhammad Khoirul Hasin, S.Kom., M.Kom, Anggi Hadi Wijaya, S.Pd., M.Kom, Farida, S.Kom., M.Kom, I, M. K. (2022). *Artificial Intelligence* (M. K. Dudih Gustian, S.T. (ed.)). Media Sains Indonesia, 2022.
- Heni Sulistiani, Y. T. U. (2018). Penerapan Algoritma Klasifikasi Sebagai Pendukung Keputusan Pemberian Beasiswa Mahasiswa. *Snti*.
- Herison, A., Romdania, Y., Akbar, D., & Pramanda, D. (2019). PERAN AESTHETIC EXPERENTIAL QUALITIES DAN PERCEIVED VALUE UNTUK KEPUASAN DAN LOYALITAS PENGUNJUNG WISATA BAHARI DI PROVINSI LAMPUNG. *Pariwisata Pesona*, 04(1), 1–10.
- Irawan, A., Rohaniah, R., Sulistiani, H., & Priandika, A. T. (2019). Sistem Pendukung Keputusan Untuk Pemilihan Tempat Servis Komputer di Kota Bandar Lampung Menggunakan Metode AHP. *Jurnal Tekno Kompak*, 13(1), 30–35.
- Iriviranty, A. (2015). Analisis Budaya Organisasi dan Budaya Keselamatan Pasien Sebagai Langkah Pengembangan Keselamatan Pasien di RSIA Budi Kemuliaan Tahun 2014. *Jurnal Administrasi Rumah Sakit Indonesia*, 1(3), 196–206. <https://doi.org/10.7454/arsi.v1i3.2184>
- Isnain, A. R., Gunawan, R. D., Wahyudi, A. D., & Yani, D. C. (2021). Analysis of The Effect of Promotion an Technology Acceptance Model on Purchase Interest in Tokopedia. *2021 International Conference on Computer Science, Information Technology, and Electrical Engineering (ICOMITEE)*, 141–147.

- Isnain, A. R., Prasticha, D. A., & Yasin, I. (2022). Rancang Bangun Sistem Informasi Pembayaran Biaya Pendidikan (Studi Kasus : Smk Pangudi Luhur Lampung Tengah). *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Akuntansi*, 2(1), 28–36. <https://doi.org/10.33365/jimasia.v2i1.1876>
- Isnian, A. R., & Suaidah, Y. T. U. (2016a). Sistem Pendukung Keputusan Penerimaan Asisten Dosen Pada Perguruan Tinggi Teknokrat Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP). *Jupiter*, 2(1).
- Isnian, A. R., & Suaidah, Y. T. U. (2016b). Sistem Pendukung Keputusan Penerimaan Asisten Dosen Pada Perguruan Tinggi Teknokrat Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP). *Jupiter*, 2(1).
- Jasmin, M. J., Ulum, F., & Fadly, M. (2021). Analisis Sistem Informasi Pemasaran Pada Komunitas Barbershops Menggunakan Framework COBIT 5 Domain Deliver Service And Support (DSS). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(3), 66–80.
- Kamisa, N., Devita, A., & Novita, D. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen (Studi kasus: Pengguna Shopee di Bandar Lampung) Nur'. 2(1), 21–29. <http://jurnal.teknokrat.ac.id/index.php/JEB>
- Kurniawan, A. H. (2020). Konsep Altmetrics dalam Mengukur Faktor Dampak Artikel Melalui Academic Social Media dan Non-academic Social Media. *UNILIB: Jurnal Perpustakaan*, 11(1), 43–49.
- Kuswandy, J., & Aulia, S. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Instagram Online Shop (Studi Kasus Online Shop Mishalot Florist). *Kiwari*, 1(3), 415–423. <https://doi.org/10.24912/ki.v1i3.15752>
- Kuswoyo, H., Budiman, A., Pranoto, B. E., Rido, A., Dewi, C., Sodikin, S., & Mulia, M. R. (2022). Optimalisasi Pemanfaatan Google Apps untuk Peningkatan Kinerja Perangkat Desa Margosari, Kecamatan Metro Kibang, Lampung Timur. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 2(2), 1–7. <https://doi.org/10.31004/jh.v2i2.47>
- Larasati Ahluwalia, K. P. (2020). Pengaruh Kepemimpinan Pemberdayaan Pada Kinerja Dan Keseimbangan Pekerjaan-Rumah Di Masa Pandemi Ncovid-19. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, VII(2), 119–128.
- Lestari, G., & Savitri Puspaningrum, A. (2021). Sistem Pendukung Keputusan Pemberian Tunjangan Karyawan Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (Ahp) Studi Kasus: Pt Mutiara Ferindo Internusa. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi (JTISI)*, 2(3), 38–48. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/JTISI>
- Mandasari, B., Aminatun, D., Pustika, R., Setiawansyah, S., Megawaty, D. A., Ahmad, I., & Alita, D. (2022). Pendampingan Pembelajaran Bahasa Inggris Bagi Siswa-Siswi Sma/Ma/Smk Di Desa Purworejo Lampung Tengah. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 332–338. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i1.4026>
- Marsheilla Aguss, R., Ameraldo, F., Reynaldi, R., & Rahmawati, A. (2022). Pelatihan Peningkatan Kapasitas Manajemen Olahraga SMAN 1 RAJABASA LAMPUNG SELATAN. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 3(2), 306. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v3i2.2182>

- Maryana, S., & Permatasari, B. (2021). *PENGARUH PROMOSI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung)*. 4(2), 62–69.
- Maskar, S. (2018). Alternatif Penyusunan Materi Ekspresi Aljabar untuk Siswa SMP/MTs dengan Pendekatan Pendidikan Matematika Realistik. *Prisma*, 7(1), 53–69.
- Maskar, S., Puspaningtyas, N. D., Fatimah, C., & Mauliya, I. (2021). Catatan Daring Matematika: Pelatihan Pemanfaatan Google Site Sebagai Media Pembelajaran Daring. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 487–493. <https://doi.org/10.31004/cdj.v2i2.1979>
- Maulida, S., Hamidy, F., & Wahyudi, A. D. (2020). Monitoring Aplikasi Menggunakan Dashboard untuk Sistem Informasi Akuntansi Pembelian dan Penjualan (Studi Kasus: UD Apung). *Jurnal Tekno Kompak*, 14(1).
- Muhtarom, A., Syairozi, I., & Wardani, N. D. (2022). Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Customer Relationship Marketing, Dan Kepercayaan Terhadap Peningkatan Penjualan Dimediasi Loyalitas Pelanggan Pada Umkm Ayam Potong Online Elmonsu. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 743–755. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.628>
- Nadapdap, R., & Mahfud, I. (2021). *KEKUATAN OTOT LENGAN TERHADAP BANTINGAN BANTINGAN BAHU TAHUN 2021*. 2(2), 44–51.
- Neneng, & Fernando, Y. (2017). Klasifikasi Jenis Daging Berdasarkan Analisis Citra Tekstur Gray Level Co-Occurrence Matrices (Gldm) Dan Warna. *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi 2017, November*.
- Ningsih, S. (2020). Strategi Membangun Customer Trust Pada Online Shop Dikalangan Mahasiswa Milenial. *Dinamis: Journal of Islamic Management and ...*, 3(1), 1–9. <http://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/dinamis/article/view/1576>
- Nuraini, R. (2022). *Pendukung Keputusan Pemilihan Vendor IT Menggunakan Metode Perbandingan Eksponensial (MPE) Sistem*. 2.
- Oktaviani, L. (n.d.). *STUDI TENTANG FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEMAMPUAN BERBICARA MAHASISWA JURUSAN BAHASA INGGRIS DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG*.
- Panjaitan, F., Surahman, A., & Rosmalasari, T. D. (2020). Analisis Market Basket Dengan Algoritma Hash-Based Pada Transaksi Penjualan (Studi Kasus: Tb. Menara). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 1(2), 111–119.
- Paramesti, A., & Setyanto, Y. (2022). Strategi Komunikasi PT Indofarma Tbk dalam Membangun Kepercayaan Konsumen di Masa Pandemi. *Kiwari*, 1(1), 62. <https://doi.org/10.24912/ki.v1i1.15508>
- Parinata, D., & Puspaningtyas, N. D. (2021). Optimalisasi Penggunaan Google Form terhadap Pembelajaran Matematika. *MATHEMA: JURNAL PENDIDIKAN MATEMATIKA*, 3(1), 56–65.
- Permatasari, B. (2019). Penerapan Teknologi Tabungan Untuk Siswa Di Sd Ar Raudah Bandar Lampung. *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 2(2), 76. <https://doi.org/10.33365/tb.v3i2.446>
- Permatasari, B., & Anggarini, D. R. (2020). Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Oleh

- Strategi Sebagai Variabel Intervening Pada WaruPermatasari, B., Permatasari, B., & Anggarini, D. R. (2020). KepuaPermatasari, B., & Anggarini, D. R. (2020). Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Oleh Strategi Sebagai Variabel In. *Jurnal Manajerial*, 19(2), 99–111.
- Pratama, W. U., & Yuliandra, R. (2021). *PERSEPSI ANGGOTA EKSTRAKURIKULER BOLA BASKET TERHADAP PENGGUNAAN APLIKASI PAPAN STRATEGI*. 2(2), 1–7.
- Priandika, A. T. (2016). Model Penunjang Keputusan Penyeleksian Pemberian Beasiswa Bidikmisi Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process. *Jurnal Teknoinfo*, 10(2), 26–31.
- Priandika, A. T., & Riswanda, D. (2021). ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN PEMESANAN BARANG BERBASIS ONLINE. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 2(1), 94–101.
- Priandika, A. T., & Wantoro, A. (2017). Sistem Pendukung Keputusan Penerimaan Calon Siswa Baru pada SMK SMTI Bandar Lampung dengan Menggunakan Metode Simple Additive Weighting (SAW). *Explore: Jurnal Sistem Informasi Dan Telematika (Telekomunikasi, Multimedia Dan Informatika)*, 8(2).
- Program, J., & Pendidikan, S. (2021). *CLUSTERING SUBJECTS IN LAMPUNG PROVINCIAL NATIONAL*. 10(4), 2268–2282.
- Puspaningtyas, N. D., Maskar, S., Dewi, P. S., Asmara, P. M., & Mauliya, I. (2022). Peningkatan Digital Marketing Karang Taruna Desa Hanura Dalam Memasarkan Wisata Pasar Sabin. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 320–323. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i1.4017>
- Putri, A. D., Kuswoyo, H., Gulo, I., Ngestirosa, E., & Febrina, E. G. (2023a). Pengenalan Wawasan Digital Marketing Bagi Guru SMK N 1 Labuhan Maringgai, Lampung Timur. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service*, 4(1), 147–153.
- Putri, A. D., Kuswoyo, H., Gulo, I., Ngestirosa, E., & Febrina, E. G. (2023b). Pengenalan Wawasan Digital Marketing Bagi Guru SMK N 1 Labuhan Maringgai, Lampung Timur. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service*, 4(1), 147–153. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v4i1.2666>
- Rahayu, S. P., Aripin, R. R., & Ahmad, I. S. (2020). Pemodelan Regresi Multivariat pada Penentuan Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Kesejahteraan di Jawa Tengah. *Jurnal Varian*, 3(2), 125–138.
- Rahman Isnain, A., Pasha, D., & Sintaro, S. (2021). Workshop Digital Marketing “Temukan Teknik Pemasaran Secara Daring.” *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 2(2), 113–120. <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/JSSTCS/article/view/1365>
- Rahmansyah, A. I., & Darwis, D. (2020). Sistem Informasi Akuntansi Pengendalian Internal Terhadap Penjualan (Studi Kasus: Cv. Anugrah Ps). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 1(2), 42–49.
- Rahmanto, Y., Hotijah, S., & Damayanti, . (2020). PERANCANGAN SISTEM INFORMASI GEOGRAFIS KEBUDAYAAN LAMPUNG BERBASIS MOBILE. *Jurnal Data Mining Dan Sistem Informasi*, 1(1), 19.

<https://doi.org/10.33365/jdmsi.v1i1.805>

- Riskiono, S. D. (2018). Implementasi Metode Load Balancing Dalam Mendukung Sistem Kluster Server. *SEMNAS RISTEK*, 455–460.
- Rusliyawati, R., Damayanti, D., & Prawira, S. N. (2020). IMPLEMENTASI METODE SAW DALAM SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN PEMILIHAN MODEL SOCIAL CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT. *Edutic-Scientific Journal of Informatics Education*, 7(1).
- Rusliyawati, R., & Wantoro, A. (2021). Model sistem pendukung keputusan menggunakan FIS Mamdani untuk penentuan tekanan udara ban. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Komputer*, 9(1), 56–63.
- Salsabila, N. (2018). Klasifikasi Barang Menggunakan Metode Clustering K-Means Dalam Penentuan Prediksi Stok Barang. *Central Library Of Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Of Malang*.
- Setiawan, R. P., & Muhaqiqin, M. (2021). Sistem Informasi Manajemen Presensi Siswa Berbasis Mobile Studi Kasus SMAN 1 Sungkai Utara Lampung Utara. ... *Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(3), 119–124. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/sisteminformasi/article/view/898>
- SetiawaTI, C. I., & AhdiyawaTI, S. I. (2021). Kompetensi Kewirausahaan para Knitting Entrepreneur terhadap Kinerja Bisnis (Kasus pada Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung). *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 25–40.
- Shi, C., Wei, B., Wei, S., Wang, W., Liu, H., & Liu, J. (2021). A quantitative discriminant method of elbow point for the optimal number of clusters in clustering algorithm. *Eurasip Journal on Wireless Communications and Networking*, 2021(1). <https://doi.org/10.1186/s13638-021-01910-w>
- Sidiq, M., & Manaf, N. A. (2020). Karakteristik Tindak Tutur Direktif Tokoh Protagonis Dalam Novel Cantik Itu Luka Karya Eka Kurniawan. *Lingua Franca: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 4(1), 13–21.
- Sondyarini, S., & Idris. (2021). Pengaruh Source Expertise Source Trustworthiness dan Repurchase Intention EWOM Credibility sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Produk KOsmetik MUstika Ratu Dengan Puteri Indonesia Sebagai Brand Ambassador). *Diponegoro Journal Of Management*, 10(3), 1–12.
- Sulistiani, H., Triana, R., & Neneng, N. (2018). Sistem Informasi Akuntansi Pengelolaan Piutang Usaha untuk Menyajikan Pernyataan Piutang (Open Item Statement) Pada PT Chandra Putra Globalindo. *Jurnal Tekno Kompak*, 12(2), 34–38.
- Sulistiani, H., Yanti, E. E., & Gunawan, R. D. (2021). Penerapan Metode Full Costing pada Sistem Informasi Akuntansi Biaya Produksi (Studi Kasus: Konveksi Serasi Bandar Lampung). *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Akuntansi*, 1(1), 35–47.
- Suprayogi, S., Puspita, D., Putra, E. A. D., & Mulia, M. R. (2022). Pelatihan Wawancara Kerja Bagi Anggota Karang Taruna Satya Wira Bhakti Lampung Timur. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 356–363. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i1.4494>
- Surahman, A., & Nursadi, N. (2019). Sistem Pendukung Keputusan Kenaikan Gaji Karyawan Dengan Metode Topsis Berbasis Web. *JTKSI (Jurnal Teknologi Komputer Dan Sistem Informasi)*, 2(3), 82–87.

- Sutanto, F., Samsurizal, E., & Budi, G. S. (2014). Analisa Perhitungan Struktur Bangunan Gedung Head Office Dan Showroom Yamaha Pontianak. *Jurnal Mahasiswa Teknik Sipil Universitas Tanjungpura*, 3(2), 1–9.
- Syarifah, I. (2022). Pengaruh Soft Selling dalam Media Sosial Instagram dan Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 6(1), 48–56. <https://doi.org/10.35308/jbkan.v6i1.5247>
- Tarigan, D. P., Wantoro, A., & Setiawansyah, S. (2020). SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN PEMBERIAN KREDIT MOBIL DENGAN FUZZY TSUKAMOTO (STUDI KASUS: PT CLIPAN FINANCE). *TELEFORTECH: Journal of Telematics and Information Technology*, 1(1), 32–37.
- Ulinuha, A., & Widodo, W. A. (2018). Rancang Bangun Pembangkit Listrik Tenaga Angin Skala Mikro Untuk Keperluan Penerangan Jalan. *The 7th University Research Colloquium*, 128–135.
- Vidiasari, A., & Darwis, D. (2020). Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Kredit Buku Cetak (Studi Kasus: CV Asri Mandiri). *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 3(1), 13–24.
- Wantoro, A., Rusliyawati, R., Fitratullah, M., & Fakhrurozi, J. (2022). Pengabdian Kepada Masyarakat (Pkm) Peningkatan Profesional Bagi Pengurus Osis Pada Sma Negeri 1 Pagelaran. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 3(2), 242. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v3i2.2163>
- Wantoro, A., Samsugi, S., & Suharyanto, M. J. (2021). Sistem Monitoring Perawatan dan Perbaikan Fasilitas PT PLN (Studi Kasus : Kota Metro Lampung). *Jurnal TEKNO KOMPAK*, 15(1), 116–130.
- Wibowo, D. O., & Priandika, A. T. (2021). SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN PEMILIHAN GEDUNG PERNIKAHAN PADA WILAYAH BANDAR LAMPUNG MENGGUNAKAN METODE TOPSIS. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 2(1), 73–84.
- Wibowo, F., Khasanah, A. U., & Putra, F. I. F. S. (2022). Analisis Dampak Kehadiran Pasar Modern terhadap Kinerja Pemasaran Pasar Tradisional Berbasis Perspektif Pedagang dan Konsumen di Kabupaten Wonogiri. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 53–65. <https://doi.org/10.23917/benefit.v7i1.16057>
- Widiyawati, Y. (2022). Analisis Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Perjalanan Belanja Dimasa Pandemi Covid-19. *JICE (Journal of Infrastructural in Civil Engineering)*, 3(02), 25–31. <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/jice/article/view/2151>
- Wijayanto, I. (2022). *Komparasi Metode FIFO Dan Moving Average Pada Sistem Informasi Akuntansi Persediaan Barang Dalam Menentukan Harga Pokok Penjualan (Studi Kasus Toko Satrio Seputih Agung)*. 3(2), 55–62.
- Yunita Amelia, D. S. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa UMSU. *Jurnal Of Economic and Business Research*, 2(1), 47–56.