

# MINAT BELI KONSUMEN DI BAKSO KOTA CAK MAN MAGELANG

Erwin Setiawan<sup>\*1</sup>, Steven<sup>2</sup>

Program Studi Perhotelan, AKPAR NHI Bandung

<sup>1,2</sup>Program Studi Perhotelan, Akademi Pariwisata NHI Bandung

Email: [erwinsetiawan29@yahoo.com](mailto:erwinsetiawan29@yahoo.com); [stevenwijaya21@rocketmail.com](mailto:stevenwijaya21@rocketmail.com)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat beli di Bakso Kota Cak Man Magelang. Dalam penulisan ini metode penelitian yang penulis gunakan adalah deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan cara penyebaran kuesioner, observasi, wawancara dan studi kepustakaan. Sedangkan Teknik analisis data dengan menggunakan skala likert. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahuibahwa secara umum minat beli masih belum tercapai. Masalah dalam penelitian: 1) Bagaimana perhatian konsumen terhadap Bakso Kota Cak Man Magelang, 2) Bagaimana ketertarikan konsumen terhadap Bakso Kota Cak Man Magelang? dan 3) Bagaimana keinginan konsumen terhadap Bakso Kota Cak Man Magelang?. 4) Bagaimana Tindakan konsumen terhadap Bakso Kota Cak Man Magelang?. Saran Yang diberikan untuk penelitian ini adalah 1) Bakso Kota Cak Man magelang perlu mengembangkan variasi produk makanan dan minuman,. 2) Bakso Kota Cak Man Magelang diharapkan lebih memperluas iklan dan promosi untuk meningkatkan jumlah pelanggan dalam membeli di Bakso Kota Cak Man Magelang. 3) Bakso Kota Cak Man diharapkan melakukan evaluasi mengenai strategi pemasaran yang efektif karena dilihat permintaan konsumen yang cenderung menurun. 4) Banyak aspek yang masih harus ditingkatkan dan dimaksimalkan kedepannya. Ini juga memberikan pengaruh positif pada perusahaan jika kepuasan pelanggan terpenuhi.

**Kata kunci:** Bakso Kota Cak Man, Minat Beli Konsumen, Perilaku Konsumen

## ABSTRACT

*This study aims to determine buying interest in Bakso Cak Man Magelang. In this paper, the research method that the author uses is descriptive. Data collection techniques were carried out by distributing questionnaires, observations, interviews and literature studies. While the technique of data analysis using a Likert scale. Based on the results of the research, it can be seen that in general, buying interest has not been achieved. The problems in the research: 1) How is consumer attention to Meatballs in Cak Man Magelang, 2) How is consumer interest in Meatballs in Cak Man Magelang? and 3) What is the consumer's desire for Meatballs in Cak Man Magelang City?. 4) What are the consumer's actions towards the Cak Man Magelang City Meatballs?. Suggestions given for this research are 1) Cak Man City Meatballs, Magelang, need to develop a variety of food and beverage products. 2) Cak Man Magelang City Meatballs are expected to further expand advertising and promotions to increase the number of customers buying at Cak Man Magelang City Meatballs. 3) Cak Man City Meatballs are expected to evaluate effective marketing strategies because consumer demand tends to decline. 4) There are many aspects that still need to be improved and maximized in the future. It also has a positive influence on the company if customer satisfaction is met.*

*Keywords:* Buying Interest, Cak Man City Meatballs, Costumer Behavior

## PENDAHULUAN

Kuliner mempunyai peran penting dalam industri pariwisata. Sebab sebagian besar pengeluaran wisatawan adalah untuk kuliner. Pentingnya hubungan antara kuliner dan pariwisata tidak dapat dipisahkan. Setiap destinasi memiliki berbagai kuliner yang berbeda-beda yang

menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan dari berbagai negara. Wisata kuliner di tanah air memiliki potensi yang luar biasa. Keanekaragaman dan keunikan kuliner nusantara yang bersumber dari etnik dan budaya beragam ialah kekayaan yang pertumbuhannya sangat cepat dan memberikan kontribusi yang sangat besar terhadap industri pariwisata. Oleh karena itu, wisata kuliner di Indonesia tumbuh sangat positif.

Dunia kuliner, sangat terkait erat dengan area atau tempat, identitas, dan budaya. Upaya untuk menjual dan mempromosikan segala aspek makanan di salah satu destinasi membutuhkan kreativitas dalam pengembangan produk, proses, pemasaran, dan menciptakan pengalaman bersama makanan. Perkembangan dunia kuliner juga dipengaruhi oleh minat beli konsumen. Semakin tinggi minat konsumen, semakin berkembang juga industri tersebut.

Menurut AG Suyono, Sri Sukmawati, dan Pramono (2012:136) minat beli (*willingness to buy*) merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. “Minat beli konsumen adalah tahap dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan, kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang paling disukainya atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam pertimbangan.”

Pengertian minat beli menurut Kotler dan Keller (2009:15), “Minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian”. Menurut Suradi (2012) dalam Satria (2017) “Minat beli merupakan aktivitas psikis yang timbul karena adanya perasaan (afektif) dan pikiran (kognitif) terhadap suatu barang atau jasa yang diinginkan”. Menurut Engel dkk (2009: 88) dalam Nih Luh Julianti (2014) berpendapat bahwa “Minat beli sebagai kekuatan pendorong atau sebagai motif yang bersifat instrinsik yang mampu mendorong seseorang untuk menaruh perhatian secara spontan, wajar, mudah, tanpa paksaan dan selektif pada satu produk untuk kemudian mengambil keputusan membeli.”

Menurut Suwandari (dalam Rizky dan Yasin, 2014) yang menjadi indikator minat beli seorang calon konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Perhatian (*Attention*) yaitu perhatian calon konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh produsen. Pesan yang ada harus menarik perhatian konsumen sasaran karena pesan yang mampu menarik perhatian yang akan dilihat oleh konsumen.
- b. Ketertarikan (*Interest*) yaitu ketertarikan calon konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh produsen. Setelah perhatian konsumen berhasil direbut, maka pesan harus dapat menimbulkan ketertarikan sehingga timbul rasa ingin tahu secara lebih rinci didalam konsumen, maka dari itu harus dirangsang agar konsumen mau untuk mencoba.
- c. Keinginan (*Desire*) yaitu keinginan calon konsumen untuk memiliki produk yang ditawarkan oleh produsen. Pesan yang baik harus dapat mengetahui keinginan konsumen dalam pemaparan produk yang ditampilkan di pesan tersebut.
- d. Tindakan (*Action*) yaitu calon konsumen melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan.

Perilaku minat konsumen juga dapat dipengaruhi oleh beberapa parameter. Parameter utama adalah produk. Kebijakan produk meliputi perencanaan dan pengembangan produk. Parameter lain yang mempengaruhi minat konsumen adalah harga. Harga suatu produk dapat dikatakan sebagai alat pemasaran yang cukup penting, dibandingkan dengan bauran pemasaran lainnya.

Hal ini disebabkan misalnya karena perubahan harga suatu produk akan mengakibatkan perubahan kebijakan saluran distribusi, dan promosi. Meskipun disangkal bahwa suatu tingkat harga harus dapat menutup biaya bauran pemasaran.

Selain itu promosi juga mempengaruhi minat beli konsumen. Usaha untuk mendorong peningkatan volume penjualan yang tampak paling agresif adalah dengan cara promosi. Dasar pengembangan promosi adalah komunikasi.

Kedai Bakso Cak Man merupakan salah satu kedai bakso yang terkenal di Kota Magelang. Kedai bakso ini terletak di Ruko Valencia Residence A1, Mertoyudan, Magelang, Jawa Tengah. Kedai Bakso Cak Man Magelang sudah berdiri selama 10 tahun. Kedai ini termasuk kedai yang banyak diminati pelanggan. Namun, kedai bakso Cak Man bukanlah satu-satunya kedai bakso yang ada di Magelang.

**Tabel 1. Data Penjualan Kedai Bakso Kota Cak Man Magelang Periode Juni s/d Agustus 2020**

NO	BULAN	PENJUALAN (Rp)
1	Juni	Rp. 76.181.000
2	Juli	Rp. 75.742.400
3	Agustus	Rp. 80.868.200

Sumber: Data Internal Bakso Kota Cak Man Magelang, 2020

Dari tabel 1. dapat dilihat data penjualan Bakso Kota Cak Man periode Juni s/d Agustus 2020. Penjualan di Bakso Kota Cak Man Magelang mengalami penurunan pada bulan Juli dan kembali mengalami kenaikan pada bulan Agustus. Jika dilihat dari data penjualan diatas, penjualan Bakso Cak Man Magelang tidak memenuhi target penjualan seperti bulan-bulan sebelumnya, yakni target penjualan diatas Rp. 100.000.000 setiap bulannya.

**Tabel 2. Data Pengunjung Kedai Bakso Kota Cak Man Magelang Periode Juni s/d Agustus 2020**

NO	BULAN	JUMLAH PENGUNJUNG
1	Juni	4615
2	Juli	4190
3	Agustus	5042
<b>TOTAL</b>		13847

Sumber: Data Internal Bakso Kota Cak Man Magelang, 2020

Dari tabel 2 dapat dilihat data pengunjung Bakso Kota Cak Man periode Juni s/d Agustus 2020. Jumlah pengunjung di Bakso Kota Cak Man Magelang mengalami penurunan pada bulan Juli dan kembali mengalami kenaikan pada bulan Agustus. Jumlah pengunjung Bakso Cak Man Magelang mengalami penurunan dan kenaikan secara fluktuatif, yakni jumlah pengunjung menurun sebanyak 40% dibandingkan sebelumnya

## METODE PENELITIAN

Dalam penulisan ini metode penelitian yang penulis gunakan adalah deskriptif. Seperti yang diungkapkan menurut Sugiyono (2012:56) menjelaskan bahwa : “Rumusan masalah deskriptif adalah suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variable mandiri, baik pada suatu variable atau lebih”.

### Teknik Pengumpulan Data

#### a. Observasi

Pengertian observasi menurut Sugiyono (2012: 145) yaitu “Observasi sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik berkenaan dengan perilaku manusia, proses

kerja, gejala-gejala alam, dan responden yang diamati tidak terlalu besar”. Penulis melakukan pembuktian langsung dengan teori observasi yang ada.

b. Kuesioner

Pengertian kuesioner menurut Sugiyono (2013: 199) “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.”

c. Studi Kepustakaan

Pengertian studi pustaka menurut Arikunto (2014) yaitu “Studi pustaka adalah metode pengumpulan data dengan cara mencari informasi melalui buku-buku, koran, majalah, dan literatur lainnya.” Dengan studi kepustakaan, penulis bermaksud memperoleh dasar-dasar teori dari buku yang berhubungan dengan masalah-masalah yang akan dibahas sebagai pembanding antara kenyataan dengan teori yang didapat.

e. Wawancara

Pengertian wawancara menurut Esterberg dalam Sugiyono (2015:72) ”Wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi maupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikerucutkan menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik tertentu

### Skala Pengukuran dan Teknik Analisis Data

1. Skala Pengukuran

Peneliti menggunakan skala likert untuk melakukan pengolahan data yang telah diperoleh dari Bakso Kota Cak Man Magelang. Dengan menggunakan perhitungan skala likert, maka variabel yang dijabarkan akan diukur menjadi indikator variabel. Indikator variabel nantinya akan dijadikan tolak ukur untuk mengukur instrumen – instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Menurut Weksi Budiaji (2013) :

“Skala likert mempunyai empat atau lebih pertanyaan yang membentuk sebuah nilai yang mempresentasikan sifat individu berupa pengetahuan, sikap dan perilaku, dalam proses analisis data, komposit skor biasanya jumlah atau rata-rata, dari semua butir pertanyaan dapat digunakan, dan penggunaan tersebut valid karena setiap butirnya adalah indikator dari variabel yang dipresentasikan”.

2. Teknik Analisis Data

Analisis data diartikan juga sebagai kegiatan yang dilakukan untuk merubah data hasil dari sebuah penelitian menjadi informasi yang nantinya bisa dipergunakan untuk mengambil sebuah kesimpulan. Menurut Sugiyono (2016) Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit – unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

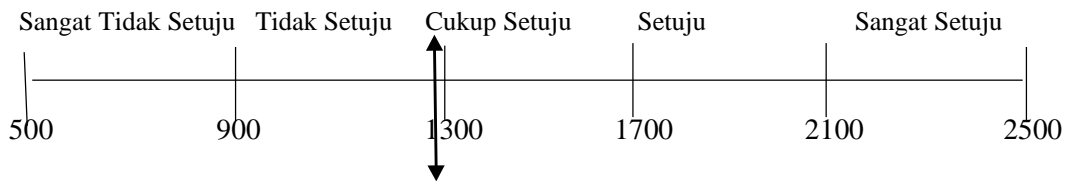
Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2016) : Penelitian deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya yanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Berdasarkan teori diatas, maka penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, data yang diperoleh dari populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan kemudian diinterpretasikan.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Analisis Total Perhatian (Attention) Konsumen di Bakso Kota Cak man Magelang**

Seperti yang sudah dijelaskan peneliti pada bab sebelumnya, perhatian konsumen sangat berpengaruh terhadap minat beli. Perhatian tersebut dapat berupa perhatian calon konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh produsen. diperoleh total skala interval untuk perhatian konsumen di Bakso Kota Cak Man Magelang adalah sebagai berikut:

Sangat Setuju	= 20 x 5	= 100	
Setuju	= 91 x 4	= 364	
Cukup Setuju	= 254 x 3	= 762	
Tidak Setuju	= 25 x 2	= 50	
Sangat Tidak Setuju	= 10 x 1	= 10	+
<b>Total</b>		<b>= 1286</b>	

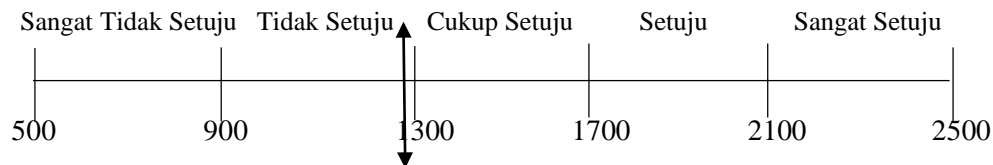


Secara keseluruhan pengukuran skala *likert* dan data – data yang peneliti peroleh, dapat disimpulkan bahwa perhatian (*attention*) konsumen dalam membeli produk di Bakso Kota Cak Man Magelang belum maksimal. Skor yang dihasilkan adalah 1286 dengan kategori tidak setuju, artinya perhatian pelanggan / konsumen dalam melakukan pembelian belum maksimal. Hal ini berarti perhatian pelanggan di Bakso Kota Cak Man harus ditingkatkan agar minat dalam membeli bisa meningkat.

**Analisa Total Ketertarikan (Interest) Konsumen di Bakso Kota Cak Man Magelang**

Total skala interval untuk perhatian konsumen di Bakso Kota Cak Man Magelang adalah sebagai berikut:

Sangat Setuju	= 52 x 5	= 260
Setuju	= 80 x 4	= 320
Cukup Setuju	= 174 x 3	= 522

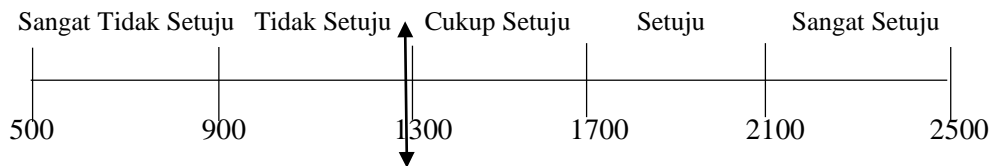


Secara keseluruhan pengukuran skala *likert* dan data – data yang peneliti peroleh, dapat disimpulkan bahwa ketertarikan (*interest*) konsumen untuk membeli produk di Bakso Kota Cak Man Magelang masih kurang. Skor yang dihasilkan adalah 1264 dengan kategori tidak setuju, artinya ketertarikan pelanggan / konsumen dalam melakukan pembelian belum maksimal. Bakso Kota Cak Man perlu memaksimalkan promosi dan variasi menu sehingga ketertarikan konsumen dapat meningkat.

**Analisis Total Keinginan (*Desire*) Konsumen di Bakso Kota Cak Man Magelang**

Produsen harus menarik keinginan calon konsumen untuk memiliki produk yang ditawarkan oleh produsen. Pesan yang baik harus dapat mengetahui keinginan konsumen dalam pemaparan produk yang ditampilkan di pesan tersebut. Maka diperoleh total skala interval untuk perhatian konsumen di Bakso Kota Cak Man Magelang adalah sebagai berikut:

Sangat Setuju	= 47 x 5 = 235	
Setuju	= 111 x 4 = 444	
Cukup Setuju	= 147 x 3 = 441	
Tidak Setuju	= 84 x 2 = 168	
Sangat Tidak Setuju	= 11 x 1 = 11	+
<b>Total</b>	<b>= 1299</b>	



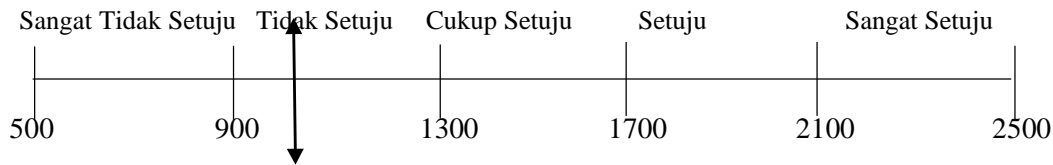
Secara keseluruhan pengukuran skala *likert* dan data – data yang peneliti peroleh, dapat disimpulkan bahwa keinginan (*desire*) konsumen untuk membeli produk di Bakso Kota Cak Man Magelang masih kurang. Skor yang dihasilkan adalah 1299 dengan kategori tidak setuju, artinya keinginan pelanggan / konsumen dalam melakukan pembelian belum terpenuhi. Ekspektasi / harapan pelanggan harus dapat terpenuhi dan di realisasikan sehingga keinginan konsumen dalam membeli dapat meningkat secara maksimal.

**Analisa Total Tindakan (*Action*) Konsumen di Bakso Kota Cak Man Magelang**

Maka diperoleh total skala interval untuk perhatian konsumen di Bakso Kota Cak Man Magelang adalah sebagai berikut

Sangat Setuju	= 25 x 5 = 125	
Setuju	= 53 x 4 = 212	
Cukup Setuju	= 181 x 3 = 543	
Tidak Setuju	= 97 x 2 = 194	
Sangat Tidak Setuju	= 44 x 1 = 44	+
<b>Total</b>	<b>= 1118</b>	

Secara keseluruhan pengukuran skala *likert* dan data – data yang peneliti peroleh, dapat disimpulkan bahwa tindakan (*action*) konsumen untuk membeli produk di Bakso Kota Cak Man Magelang masih kurang. Skor yang dihasilkan adalah 1118 dengan kategori tidak setuju, dengan kata lain tindakan pelanggan / konsumen dalam melakukan pembelian belum terpenuhi atau masih kurang. Hal ini berarti Bakso Kota Cak Man harus meningkatkan banyak aspek supaya tindakan konsumen untuk membeli dapat meningkat.



## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan yang telah di jelaskan dan di uraikan pada bab – bab sebelumnya, maka di dapat beberapa simpulan sebagai berikut

1. Perhatian (attention) konsumen dalam membeli produk di Bakso Kota Cak Man Magelang belum tercapai. Hasilnya terdapat pada kategori tidak setuju, artinya perhatian pelanggan / konsumen dalam melakukan pembelian belum maksimal sehingga masih perlu ditingkatkan lagi untuk memaksimalkan perhatian konsumen.
2. Ketertarikan (interest) konsumen untuk membeli produk di Bakso Kota Cak Man Magelang masih kurang. Skor yang dihasilkan terdapat pada kategori tidak setuju, artinya ketertarikan pelanggan / konsumen untuk melakukan pembelian belum tercapai. Bakso Kota Cak Man perlu memaksimalkan promosi dan variasi menu sehingga ketertarikan konsumen dapat meningkat.
3. Keinginan (desire) konsumen untuk membeli produk di Bakso Kota Cak Man Magelang belum tercapai. Hasilnya terdapat pada kategori tidak setuju, artinya keinginan pelanggan / konsumen dalam melakukan pembelian belum terpenuhi. Ekspektasi pelanggan harus dapat terpenuhi dan di realisasikan sehingga keinginan konsumen dalam membeli dapat meningkat secara maksimal.
4. Tindakan (action) konsumen untuk membeli produk di Bakso Kota Cak Man Magelang belum mendapat respon yang baik dari konsumen. Skor yang dihasilkan terdapat pada kategori tidak setuju, dengan kata lain tindakan pelanggan / konsumen dalam melakukan pembelian belum terpenuhi atau masih kurang. Hal ini berarti Bakso Kota Cak Man harus meningkatkan banyak aspek supaya tindakan konsumen untuk membeli dapat meningkat.

## Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai minat beli konsumen di Bakso Kota Cak Man Magelang, maka ada beberapa saran yang diajukan oleh peneliti kepada Bakso Kota Cak Man Magelang. Tentu saja saran yang diajukan perlu mendapat kajian dari pemilik Bakso Kota Cak Man Magelang agar dapat menjadi hal yang positif dalam membangun Bakso Kota Cak Man Magelang. Berikut ini adalah beberapa saran yang diberikan oleh peneliti:

1. Bakso Kota Cak Man Magelang perlu mengembangkan variasi produk makanan dan minuman, sehingga dengan ada banyaknya pilihan bagi pelanggan ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Menjaga dan mempertahankan kualitas makanan yang disajikan dalam kondisi fresh serta memiliki penampilan dan cita rasa yang baik.
2. Bakso Kota Cak Man Magelang diharapkan lebih memperluas iklan dan promosi untuk meningkatkan jumlah pelanggan dalam membeli di Bakso Kota Cak Man Magelang. Adanya potongan harga atau special price serta diskon menarik lainnya juga memungkinkan peluang pelanggan atau konsumen untuk datang dan membeli produk di Bakso Kota Cak Man Magelang. Dalam hal sosial media peneliti menyarankan agar lebih diperhatikan dan

diperbarui info - info terbaru, hal ini juga berpengaruh pada adanya keinginan pelanggan untuk datang ke Bakso Kota Cak Man Magelang

3. Bakso Kota Cak Man diharapkan melakukan evaluasi mengenai strategi pemasaran yang efektif karena dilihat permintaan konsumen yang cenderung menurun. Contoh strategi pemasaran yang efektif yakni dengan cara content marketing dimana proses pemasaran dengan membuat dan mendistribusikan konten yang relevan untuk menarik, memperoleh, dan melibatkan target konsumen. Konten-konten berupa foto, video, story, artikel, audio dan lain yang menarik, relevan dan bernilai dapat menaikkan minat konsumen.
4. Banyak aspek yang masih harus ditingkatkan dan dimaksimalkan kedepannya. Ini juga memberikan pengaruh positif pada perusahaan jika kepuasan pelanggan terpenuhi.

## REFERENSI

- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Rizky, M.F., dan H Yasin. 2014. *Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan*, Jurnal Manajemen & Bisnis Vol. 14 No. 02, pp. 135-143.
- Satria, Arief Adi. 2017. *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36*, Jurnal Manajemen dan Startup Bisnis Vol.2 No. 01, hal 46-52.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suradi, Mujiono, Yunelly, A. 2012. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Tepung Sagu (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Selat Akar Merbau)*. Jurnal Administrasi Niaga.
- Suyono, AG. Sri Sukmawati, dan Pramono. 2012. *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta: Intidayu Press.