

## **PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK CENTRAL ASIA KCP ISKANDAR MUDA, MEDAN**

**Owen De Pinto Simanjuntak<sup>1</sup>, Roberto Roy Purba<sup>2</sup>, Marupa Siregar<sup>3\*</sup>**  
Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sari Mutiara Indonesia, Indonesia  
Email : [owendepintojuntak@gmail.com](mailto:owendepintojuntak@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Penelitian ini berfokus pada variabel word of mouth dan gaya hidup terhadap minat menabung. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Sampel yang diambil berjumlah 96 responden yang merupakan nasabah BCA KCP Iskandar Muda Medan. Data dianalisis menggunakan SPSS 26, dimana menguji validitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis untuk menguji pengaruh WOM dan gaya hidup terhadap minat menabung. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara WOM dan gaya hidup terhadap minat menabung di BCA KCP Iskandar Muda Medan. Hal ini menunjukkan bahwa rekomendasi dan informasi positif yang diberikan orang lain melalui WOM dapat mempengaruhi minat seseorang untuk menabung di bank serta penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Gaya hidup yang mengutamakan stabilitas keuangan dan pengelolaan yang bijak dapat meningkatkan minat individu untuk menabung.

Kata Kunci: Word of Mouth, Gaya Hidup, Minat Menabung.

### **ABSTRACT**

*Saving interest is an important financial behavior in creating personal financial stability. This quantitative study employs a questionnaire as the data collection instrument. The sample includes 96 respondents who are customers of BCA KCP Iskandar Muda Medan. The data are analyzed using validity tests, classical assumption tests, and hypothesis tests to examine the influence of WOM and lifestyle on saving interest. The results indicate a positive and significant influence between WOM and saving interest in BCA KCP Iskandar Muda Medan. It suggests that positive recommendations and information provided by others through WOM can influence an individual's interest in saving money in the bank. Additionally, the findings reveal that lifestyle has a positive and significant influence on saving interest. A lifestyle that prioritizes financial stability and wise management can increase an individual's interest in saving money.*

**Keywords: Word of Mouth, Lifestyle, Saving Interest.**

## PENDAHULUAN

Indonesia menerapkan dua sistem perbankan, yaitu sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah. Bank biasa dapat diartikan seperti bank umum sebagai bank yang menjalankan kegiatan komersialnya, dengan cara menambah modal dan mentransfer modal dengan metode bunga dari dana untuk jangka waktu tertentu.

Masyarakat menikmati banyak keuntungan ketika menggunakan produk perbankan. Meliputi tabungan, deposito, reksadana, dan lainnya. Nasabah mengharapkan dananya aman dan dikelola dengan baik oleh manajemen bank. Persaingan antar bank juga tidak bisa dihindari, sehingga setiap bank berlomba-lomba melakukan inovasi dan meningkatkan kualitas layanan (Mayangsari & Prastiwi, 2016).

Menabung di bank merupakan salah satu bentuk perilaku keuangan yang penting untuk mencapai kestabilan finansial. Bank BCA KCP Iskandar Muda sebagai salah satu lembaga perbankan terkemuka di Indonesia, terus berupaya menarik minat masyarakat untuk menabung melalui berbagai strategi pemasaran dan promosi.

Aspek lain yang menjadi faktor penentu pilihan konsumen terhadap produk/jasa adalah *word of Mouth (WOM)*. *Word of Mouth* merupakan suatu strategi yang sangat mempengaruhi keputusan seseorang sebagai konsumen dalam menggunakan suatu produk atau jasa. *Word of Mouth* merupakan strategi periklanan yang menggunakan aktivitas pemasaran dari orang ke orang dengan tujuan untuk meningkatkan pilihan produk dan menghasilkan tingkat penjualan tertentu (Rembon et al., 2018).

Gaya hidup mencakup kebiasaan, aktivitas, dan nilai-nilai yang dianut oleh seseorang. Gaya hidup yang sehat dan terencana biasanya diiringi dengan kebiasaan menabung yang baik. Orang dengan gaya hidup yang terorganisir cenderung lebih sadar akan pentingnya menabung untuk masa depan. Selain itu, gaya hidup yang konsumtif dapat mempengaruhi kemampuan dan minat

seseorang untuk menabung.

Dengan memahami pengaruh *Word of Mouth* dan gaya hidup terhadap minat menabung, Bank BCA KCP Iskandar Muda dapat merancang strategi yang lebih efektif dalam menarik nasabah baru dan mempertahankan nasabah yang sudah ada. Hal ini diharapkan dapat mendukung pertumbuhan dan perkembangan bank dalam jangka panjang

## LANDASAN TEORI

### Minat Menabung

Menurut Hutomo & Chanafi (2016), Minat digambarkan sebagai keadaan pikiran seseorang sebelum bertindak, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat bukan sekedar mewarnai tingkah laku seseorang untuk melakukan aktivitas yang membuatnya merasa tertarik pada suatu hal. Apalagi minat mempunyai arti yang luas, karena dengan minat kita bisa mengubah sesuatu yang tidak jelas menjadi lebih jelas.

### *Word Of Mouth*

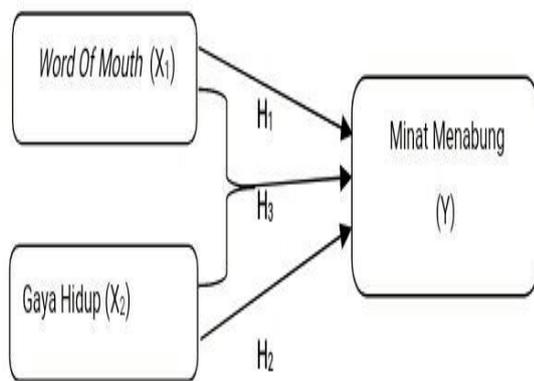
Menurut Naufal (2015), *word of mouth* merupakan interaksi individu ke pribadi yang memuat informasi mengenai suatu produk. Calon konsumen lebih percaya dari mulut ke mulut karena informasi produk yang diterima berasal dari orang-orang yang sudah mengetahui dan pernah membeli produk tersebut.

### Gaya Hidup

Menurut Aulianigrum dan Rochmanwati 2021 Gaya hidup ditentukan oleh aktivitas seseorang, kebutuhan seseorang dan pendapat pribadinya dan paling baik digambarkan oleh perilakunya terhadap lingkungan dan orang lain, khususnya bagaimana mereka menjalani hidup dan mengalokasikan uang dan waktu mereka.

### Kerangka berpikir

Berdasarkan penjelasan di atas maka ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut:



Keterangan:

X<sub>1</sub> : *Word Of Mouth*

X<sub>2</sub> : Gaya Hidup

Y : Minat Menabung.

### Hipotesa

H<sub>1</sub> : *Word of Mouth* berpengaruh terhadap Minat Menabung di BCA KCP Iskandar Muda Medan

H<sub>2</sub> : Gaya hidup mempengaruhi tingkat Minat Menabung di BCA KCP Iskandar Muda Medan

H<sub>3</sub> : *Word of Mouth* dan Gaya Hidup mempengaruhi Minat Menabung di BCA KCP Iskandar Muda Medan.

### METODE PENELITIAN

#### Sampel dan Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Subyek penelitian ini adalah calon nasabah Bank BCA KCP Iskandar Muda Medan yang ingin menabung di Bank BCA. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini sampel diambil dengan rancangan *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel dengan teknik pengambilan *Purposive Sampling*, yaitu teknik penentuan

sampel dipilih dengan menggunakan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019). Penentuan ukuran sampel yang tidak diketahui jumlah populasinya maka ada baiknya menggunakan rumus lemeshow untuk menentukannya. Maka jumlah sampel yang diperlukan adalah 96 responden.

Berdasarkan pendapat Roscoe dalam buku Sugiyono (2019), bahwa ukuran sampel yang layak dalam dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Maka penentuan jumlah sampel/responden sebesar 96 sudah masuk dalam kriteria sehingga layak untuk diteliti.

Jenis Data yang digunakan peneliti untuk menganalisis masalah dan menguji hipotesis yaitu data primer. Data di kumpulkan menggunakan kuesioner dengan meminta responden menilai tanggapan mereka pada skala Likert dalam menanggapi serangkaian pertanyaan.

#### Uji Instrumen Penelitian

Uji validitas merupakan ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen yang digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2019). Uji validitas digunakan untuk menilai atau mengukur suatu instrument apakah sah atau valid tidak nya suatu kuesioner. Data dikatakan valid jika koefisien *r* hitung melebihi atau sama dengan 0,3610 *r*-tabel.

Atau dengan melihat nilai signifikansi (Sig.) sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi > 0,05 = Valid
- Jika nilai signifikansi < 0,05 = Tidak valid

Tabel 1. Validitas

Variabel	No	Rhit	Rtab	Kesimpulan
Word of Mouth	X1.1	0,655	0,3610	VALID
	X1.2	0,693	0,3610	VALID
	X1.3	0,718	0,3610	VALID
	X1.4	0,758	0,3610	VALID
	X1.5	0,797	0,3610	VALID
	X1.6	0,834	0,3610	VALID
	X1.7	0,766	0,3610	VALID
	X1.8	0,745	0,3610	VALID
Gaya Hidup	X.2.1	0,735	0,3610	VALID
	X.2.3	0,811	0,3610	VALID
	X.2.3	0,770	0,3610	VALID
	X.2.4	0,580	0,3610	VALID
	X.2.5	0,524	0,3610	VALID
	X.2.6	0,780	0,3610	VALID
	X.2.7	0,811	0,3610	VALID
	X.2.8	0,789	0,3610	VALID
Minat Menabung	Y.1	0,802	0,3610	VALID
	Y.2	0,861	0,3610	VALID
	Y.3	0,857	0,3610	VALID
	Y.4	0,750	0,3610	VALID
	Y.5	0,692	0,3610	VALID

Dari table 1. Diatas dapat disimpulkan seluruh instrument pertanyaan valid diatas 0,3610.

Suatu kuesioner dikatakan handal atau reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini, alat untuk mengukur reliabilitas adalah *Cronbach Alpha*. Dimana nilainya harus >0,60 agar dikatan reliabel.

Tabel 2. Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Koefisien Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Word Of Mouth	.885	0,60	Reliabel
Gaya Hidup	.870	0,60	Reliabel
Minat Menabung	.835	0,60	Reliabel

Dari table 2 diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh variable reliabel.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisa regresi digunakan untuk menaksir nilai variabel Y berdasarkan nilai variabel X, serta taksiran perubahan variabel Y untuk setiap satuan perubahan variabel X. Bentuk persamaan dari regresi linier berganda adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Selanjutnya dilakukan Uji parsial dan uji secara simultan. Uji parsial atau uji t dalam analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara parsial (sendiri-sendiri/masing-masing variabel) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y) pada uji t didasarkan oleh:

- Jika nilai Sig. < 0,05 maka variabel bebas (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y) atau  $H_0$  ditolak
- Jika nilai Sig. > 0,05 maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y) atau  $H_0$  diterima

Pada pengujian secara simultan akan diuji pengaruh kedua variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk pengujian pengaruh simultan, didasarkan pada:

- $H_0$  ditolak jika nilai f hitung > f tabel, maka pada  $\alpha = 5\%$
- $H_0$  diterima jika nilai f hitung < f tabel, maka pada  $\alpha = 5\%$

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil olah data yang dilakukan menggunakan SPSS. 26 didapatkan hasil regresi linier berganda sebagai berikut.

$$Y = 3.458 + 0,260 X_1 + 0,125 + e$$

Persamaan analisis regresi linier berganda ini dapat dipahami sebagai berikut:

- $\alpha = 3,458$  artinya jika word ofmouth dan gaya hidup nol maka tingkat bunga tabungan sebesar 3,458

2.  $\beta_1 = 0,260$  artinya dengan asumsi gaya hidup bernilai tetap, setiap peningkatan 1 unit dari mulut ke mulut akan meningkatkan tingkat bunga tabungan sebesar 0,260
3.  $\beta_2 = 0,125$  artinya dengan asumsi word of mouth adalah tetap, setiap kenaikan satu satuan gaya hidup maka akan meningkatkan tingkat tabungan sebesar 0,125.

**Tabel 3. Uji T**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std Error	Beta		
1	Constant)	3.458	2.219		1.559	.122
	Word of mouth	.260	.058	.437	4.524	.000
	Gaya hidup	.125	.062	.195	2.019	.046

1. Berdasarkan uji SPSS 26 diperoleh hasil pengujian dan dikaitkan dengan teori variabel *word of mouth* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat menabung yang terlihat dari signifikansi nilai variabel harga tersebut adalah  $\text{sig } 0,000 < 0,05$  dan nilai t Hitung sebesar  $4,524 >$  dari 1,689 t-tabel. Maka H1 diterima, oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Word of Mouth (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat menabung. Rekomendasi dari orang yang dipercaya, seperti teman atau keluarga, cenderung lebih dipercaya daripada informasi dari iklan atau sumber komersial lainnya. Jika seseorang mendengar cerita positif tentang manfaat menabung dari seseorang yang mereka percayai, mereka lebih mungkin terinspirasi untuk mulai menabung. *word of mouth* dapat

menyebarkan informasi penting tentang produk atau layanan tabungan, seperti suku bunga yang menguntungkan, fitur-fitur produk, dan pengalaman pelanggan lainnya. Informasi ini dapat membantu individu membuat keputusan yang lebih baik tentang menabung. Melihat atau mendengar bahwa orang-orang di sekitar mereka menabung dapat mendorong seseorang untuk mengikuti tren tersebut. Pengaruh sosial ini bisa sangat kuat, terutama dalam budaya di mana kebiasaan menabung dihargai.

2. Berdasarkan uji SPSS 26 diperoleh hasil pengujian dan dikaitkan dengan teori variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap niat menabung yang terlihat melalui nilai signifikansi variabel harga yaitu  $\text{sig } 0,046 < 0,05$  dan nilai t-hitung  $2,019 > 1,689$ . Maka H2 diterima, oleh karena itu, disimpulkan bahwa variabel gaya hidup (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat menabung.

Gaya hidup adalah faktor yang kompleks dan multifaset yang memengaruhi niat menabung seseorang. Memahami bagaimana berbagai aspek gaya hidup berinteraksi dapat membantu individu membuat keputusan keuangan yang lebih baik dan membangun kebiasaan menabung yang sehat.

Individu dengan gaya hidup konsumtif cenderung menghabiskan lebih banyak uang untuk barang-barang dan pengalaman yang dianggap penting bagi mereka, seperti fashion, makan di luar, atau liburan. Ini dapat mengurangi jumlah uang yang tersedia untuk ditabung. Orang yang mengutamakan stabilitas keuangan dan keamanan cenderung memiliki niat menabung yang lebih tinggi. Mereka mungkin lebih sadar akan pentingnya memiliki dana darurat dan menyiapkan diri untuk masa depan.

Kebiasaan belanja impulsif dan tanpa perencanaan dapat menghalangi niat menabung. Sebaliknya, mereka yang

memiliki kebiasaan belanja yang terencana dan terkendali lebih mungkin untuk menyisihkan sebagian dari penghasilan mereka untuk ditabung. Nilai-nilai pribadi dan tujuan hidup juga memainkan peran penting. Individu yang menghargai kestabilan finansial dan merencanakan masa depan mereka cenderung memiliki niat menabung yang lebih kuat. Misalnya, seseorang yang ingin membeli rumah, mempersiapkan pendidikan anak, atau merencanakan pensiun yang nyaman akan lebih termotivasi untuk menabung. Gaya hidup juga dipengaruhi oleh lingkungan sosial. Jika seseorang berada di lingkungan di mana menabung dianggap penting dan dihargai, mereka lebih mungkin untuk memiliki niat menabung. Sebaliknya, jika lingkungan sosialnya lebih fokus pada konsumsi dan pengeluaran, ini bisa mempengaruhi kebiasaan menabung mereka.

**Tabel 4. Uji F**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	116.879	2	58.439	20.442	.000 <sup>b</sup>
	Residual	265.861	93	2.859		
	Total	382.740	95			

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$  dan nilai Ftabel  $> F_{hitung}$  yaitu sebesar  $20,442 > 3,09$ . Jadi bisa disimpulkan hipotesis diterima atau terdapat pengaruh secara simultan antara *word of mouth* (X1) dan gaya hidup (X2) terhadap tingkat suku bunga tabungan (Y) di Bank BCA KCP Iskandar Muda Medan. Seperti keluarga, atau orang yang dikenal cenderung lebih dipercaya dibandingkan iklan atau informasi resmi. Pengalaman positif seseorang dengan produk atau layanan keuangan tertentu akan sangat memengaruhi keputusan orang lain untuk

menggunakannya. Cerita tentang pengalaman menabung yang berhasil atau manfaat yang diperoleh dari suatu produk tabungan akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan realistis kepada calon nasabah. Informasi yang baik akan menyebar dengan cepat, terutama di era digital saat ini. Ulasan positif di media sosial atau forum diskusi dapat menjadi pemicu minat yang besar.

Dengan memperhatikan *word of mouth* dan gaya hidup, lembaga keuangan dapat membangun kepercayaan, meningkatkan relevansi produk, dan pada akhirnya berhasil menarik minat calon nasabah untuk menabung. Kombinasi antara strategi pemasaran yang efektif dan produk yang inovatif akan menjadi kunci keberhasilan dalam mencapai tujuan tersebut

**Tabel 5. Koefisien determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.553 <sup>a</sup>	.305	.290	1.691
a. Predictors: (Constant), Gaya hidup, Word of mouth				
b. b. Dependent Variable: Minat menabung				

Berdasarkan Tabel 5 diketahui nilai koefisien determinasi R Square yang digunakan untuk mengukur kemampuan menjelaskan variasi variabel terikat model adalah sebesar 0,305. Hal ini menunjukkan bahwa 30,5% preferensi tabungan nasabah di BCA KCP Iskandar Muda Medan dipengaruhi oleh suku bunga tabungan dan perubahan lokasi, sedangkan sisanya sebesar 69,5% dipengaruhi oleh tabungan. Variabel lain tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

1. Berdasarkan uji Software Statistic 26 diperoleh hasil pengujian dan dikaitkan dengan teori bahwa Word of Mouth (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat menabung.
2. Berdasarkan uji Software Statistic 26 diperoleh hasil pengujian dan dikaitkan dengan teori bahwa variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap niat menabung mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat menabung.
3. Berdasarkan uji Software Statistic 26 diperoleh hasil pengujian dan dikaitkan dengan teori bahwa variabel pengaruh secara simultan word ofmouth dan gaya hidup terhadap tingkat tabungan di Bank BCA KCP Iskandar Muda Medan Terdapat pengaruh secara simultan Word of Mouth dan Gaya Hidup terhadap Minat Menabung

### Saran

1. Pihak Bank BSI untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada nasabah. Berdasarkan temuan di lapangan, rata-rata pelanggan Bank BCA KCP Iskandar Muda Medan sepakat bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, namun ada beberapa hal yang perlu diperbaiki oleh Organisasi masih menimbulkan perselisihan dari pelanggan, seperti tempat parkir yang tidak memadai, antrian yang tidak memadai, dan juga fasilitas seperti vending machine yang tidak dapat digunakan (rusak).
2. Sebaiknya Bank BCA KCP Iskandar Muda Medan dapat merefleksikan pembelian nasabah terhadap kinerja bank yang fasilitasnya kurang memadai sehingga nasabah dapat memikirkan di mana mereka akan menabung dan berinvestasi pada hal-hal yang bernilai.
3. Sebaiknya Bank BCA KCP Iskandar Muda Medan dapat menawarkan suku bunga preferensi kepada nasabah yang

berminat menabung di Bank BCA KCP Iskandar Muda Medan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Andre Muzakir, Yulia Ulfa Variana, Any Tsalasatul Fitriyah, Suriani.2022, Beranda  
Majalah:<https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/jps/index>
- Chindi Afrizama & Angra Melina 2017-2020, Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku menabung mahasiswa pendidikan ekonomi Yayasan Pendidikan STKIP Merangin, Jurnal Ekonomi & Pendidikan.
- Dian Budi Wijaksono & Leavy Gaby Jeasy & Ridha Chairunisa, 2021, Memanfaatkan promosi dari mulut ke mulut dan branding bank syariah Indonesia untuk menjaring minat dan loyalitas nasabah Hutomo dan Chanafi Ibrahim.2016.” Pengaruh produk perbankan syariah terhadap suku bunga tabungan dengan persepsi masyarakat sebagai variabel moderasi di Pati.Tinjauan Ekonomi Islam, edisi 4, edisi 1
- Iqbal, Muhammad, Abdul Hamid, Mastura.2019. Dampak motivasi perilaku dan pemahaman terhadap keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah di Aceh Tamiang. Tinjauan Investasi Islam 4(2), 153-165.
- Isma Aulia Khairunnisa & Hendry Cahyono 2020, Hubungan Pengetahuan, Agama dan Lingkungan Sosial dengan Tingkat Tabungan Bank Syariah, Islamic Business and Economic Review.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran* (9th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). PT. Indekurang Setuju.
- Mega Sifti, Nora Pitri Nainggolan, 3 Juli 2020, Pengaruh gaya hidup, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada toko online shoppee. Jurnal ilmiah Kohesi,
- Ngoma Muhammad dan Ntale, Peter

- Dithan.(2019). Komunikasi dari mulut ke mulut: Perantara pemasaran pelanggan dan hubungan.Rembon, A., Mananeke,
- L.dan Gunawan, E. (2018).Pengaruh Word of Mouth dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT.<https://doi.org/10.35794/emba.v5i3.18675>
- Misbahuddin dan Hasan Iqbal (2013) Analisis statistik data penelitian, ed.Kali ke-2 Ibukota Jakarta:Skenario bumi
- Purba, R. R., & Siagian, E. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Café Rilek's Medan. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (TEKESNOS)*, 2.
- Purba, R. R., & Siregar, M. (2020). Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. *Jurnal TEKESNOS*, 2(1).
- Sarah, E. M., Purba, R. R., & Anggraini, V. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitasproduk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. In *Matahari Jayatama Teknikal* (Vol. 1, ISangat Setujuue 2).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R& D*. ALFABETA.