

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat disampaikan beberapa kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. *Lifestyle* berpengaruh positif terhadap Perpindahan Merek *smartphone* Android ke iPhone pada gen Z di Kota Padang.
2. Ketidakpuasan tidak berpengaruh terhadap perpindahan merek *smartphone* Android ke iPhone pada gen Z di Kota Padang.
3. *Variety seeking* berpengaruh positif terhadap perpindahan Merek *smartphone* Android ke iPhone pada gen Z di Kota Padang.

5.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini mengungkapkan bahwa variabel *Lifestyle*, ketidakpuasan konsumen, dan *variety seeking* berkontribusi terhadap kecenderungan perpindahan merek *smartphone* dari Android ke iPhone pada kalangan Generasi Z di Kota Padang. Temuan ini menunjukkan penting bagi pelaku industri *smartphone* maupun pihak-pihak yang terkait dalam pengembangan strategi pemasaran.

Pengaruh *Lifestyle* menunjukkan bahwa Generasi Z sangat mempertimbangkan aspek personalisasi, teknologi terkini, dan citra sosial dalam memilih merek *smartphone*. Oleh karena itu, strategi pemasaran perlu diarahkan pada penyesuaian produk dan komunikasi merek yang mencerminkan nilai-nilai gaya hidup modern dan aspiratif. Pemasar perlu membangun narasi merek yang

sesuai dengan preferensi Gen Z yang cenderung dinamis, ekspresif, dan melek digital.

Selanjutnya, Ketidakpuasan terhadap *smartphone* Android menunjukkan adanya celah pada aspek kualitas layanan, performa produk, atau persepsi terhadap nilai guna. Hal ini menyatakan pentingnya produsen Android untuk melakukan evaluasi terhadap elemen-elemen penyebab ketidakpuasan tersebut dan berupaya meningkatkan kepuasan konsumen melalui peningkatan kualitas, layanan purna jual, serta pengalaman pengguna secara keseluruhan. Memahami titik-titik ketidakpuasan ini dapat mengurangi angka kehilangan pelanggan akibat perpindahan merek.

Selanjutnya, *variety seeking* atau keinginan untuk mencoba merek baru menjadi indikator bahwa Generasi Z memiliki orientasi konsumsi yang lebih fleksibel dan terbuka terhadap eksplorasi alternatif. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas merek di segmen ini relatif rendah dan dapat dipengaruhi oleh stimulus eksternal seperti promosi, desain inovatif, atau pengalaman pengguna yang unik. Oleh karena itu, baik produsen Android maupun iPhone perlu menciptakan inovasi berkelanjutan dan pengalaman merek yang menarik untuk mempertahankan minat dan keterlibatan konsumen.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini merekomendasikan perlunya pendekatan pemasaran yang adaptif dan berbasis konsumen, dengan fokus pada nilai-nilai gaya hidup, peningkatan kualitas layanan untuk mengurangi ketidakpuasan, serta inovasi berkelanjutan untuk mengakomodasi perilaku *variety seeking*. Dengan memahami ketiga aspek ini secara komprehensif, pelaku industri

dapat menyusun strategi yang lebih efektif dalam mempertahankan konsumen lama dan menarik konsumen baru, khususnya dari kalangan Generasi Z di Kota Padang.

5.3 Keterbatasan

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka berikut ini dapat dikemukakan saran dan keterbatasan dalam penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada generasi Z yang melakukan perpindahan merek smartphone android ke iPhone di kota Padang sehingga hasil penelitian ini belum dapat berlaku sama pada Kabupaten dan Kota lainnya.
2. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel yang mempengaruhi Perpindahan merek yaitu Lifestyle, Ketidakpuasan dan Variety seeking, Sehingga dapat menambahkan variabel lain yang juga berpotensi memengaruhi keputusan perpindahan merek, seperti brand image, kualitas produk, atau pengaruh teman sebaya, untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif.
3. Penelitian ini hanya menggunakan sebanyak 100 orang responden.

5.4 Saran

Bagi perusahaan:

1. Sebaiknya perusahaan smartphone android perlu memperhatikan inovasi teknologi dan fitur yang sesuai dengan gaya hidup generasi Z agar tidak kalah saing dengan iPhone terutama dalam hal performa, kamera dan desain.
2. Diperlukan evaluasi terhadap keluhan konsumen terutama terkait sistem operasi dan pengalaman pengguna agar perusahaan dapat segera melakukan perbaikan.
3. Perusahaan juga bisa menawarkan produk secara berkala, baik dari model maupun fitur guna menarik konsumen yang memiliki kecenderungan untuk mencoba yang baru.

Bagi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bung Hatta:

1. Disarankan bagi penelitian yang akan datang dapat menguji model penelitian ini pada Fakultas dan Universitas di daerah lainnya.
2. Bagi peneliti yang akan datang hendaknya menambahkan variabel-variabel lain tersebut ke dalam model penelitiannya.
3. Disarankan bagi penelitian yang akan datang agar menggunakan jumlah responden yang lebih banyak lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Rossy Indriani, Y. P. (2020). Pengaruh Mencari Variasi, Ketidakpuasan Konsumen, Harga Dan Ewom Terhadap Perpindahan Merek (Studi Pada Pengguna Smartphone Samsung Galaxy Series Yang Berpindah Ke Iphone). *Jurnal Ekobis Dewantara* Vol. 3 No. 2 Mei 2020 Pengaruh, 47(3), 1–8.
- Adhani, A., Disman, P. H., Masruroh, R., & Sy, M. E. (2024). *Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Dan Harga Terhadap Perpindahan Merek (Brand Switching) Dari Smartphone Oppo Ke Smartphone Samsung*. 1–11.
- Adnyana, I. P. W., & Seminari, N. K. (2018). Pengaruh Lifestyle, Efek Komunitas Dan Fitur Produk Terhadap Bran Switching Warung Internet Ke Wifi Id Corner (Studi Pada Wifi Id Corner Di Denpasar). *Inobis: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(2), 158–171.
- Ali, A., Khushi Muhammad, A., Shahid Rasheed, M., & Lodhi, R. N. (2019). Brand Loyalty Versus Brand Switching: Revisiting The Concept From Young Consumers' Perspective. *Lahore Journal Of Business*, 8(2), 129–154.
- Alifi, F. H., Rachman, N., & Slamet, A. R. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Perpindahan Merek Produk Sepeda Motor Honda Beat. *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma*, 333–346(3), 37–51.
- Apriliani, D., Zuliansyah, A., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Variety Seeking Dan Packaging Terhadap Brand Switching Studi Konsumen Natasha Skincare Di Bandar Lampung. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 3(2), 167– 176.
- Arikunto. (2006). *Suharsimi Arikunto, Dkk, Penelitian Tindakan Kelas (Jakarta: Bumi Aksara, 2009)*, 2-3. 41 Digilib.Uinsby.Ac.Id Digilib.Uinsby.Ac.Id Digilib.Uinsby.Ac.Id Digilib.Uinsby.Ac.Id Digilib.Uinsby.Ac.Id 2–3.
- Arikunto,s.(2010). Pedoman penyusunan laporan skripsi tugas akhir dan pelaksanaan ujian komprehensif fakultas teknik dan informatika. Pedoman penyusunan skripsi, tugas akhir, dan pelaksanaan ujian komprehensif, 1–184.
- Arun, G. C., & Muralikumaran, C. (2024). *Factors Influencing Brand Switching Behaviour Of Telecom Customers*. *Jurnal Dap*(2023), 5–12.
- Bala, T., Jahan, I., Rahman, M. M., Mondal, A. K. M. G. R., & Ray, A. (2020). Factors Influencing Brand Switching Of Smartphones Among University Students: A Study On Bangladesh. *International Journal Of Economics And Management Studies*, 7(7), 169–177.
- Bashori, A. (2018). *Pengaruh Ketidakpuasan Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek Smartphone Samsung Ke Merek Smartphone Lain Di Wilayah Surabaya*. 6(1984), 1–8.
- Biilman, L. G., Andrianto, N. M., Irawan, A. W., Pakuan, U., & Bogor, K. (2022).

Pengaruh Lifestyle Dan Variety Seeking Terhadap Brand Switching Pada Pengguna Smartphone Android Yang Beralih Ke Smartphone Iphone (Penelitian Pada Mahasiswa Universitas Pakuan Bogor). 307.

Budiyanto, & Utami, E. M. (2021). Pengaruh Lifestyle, Variety Seeking, Trust, Dan Promotion Terhadap Brand Switching (Studi Pada Konsumen Vivo Di Purworejo). *Pakistan Research Journal Of Management Sciences*, 7(5), 1–2.

Dan, P., & Mencari, K. (2019). *Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Ke Samsung Series (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Wahid Hasyim Semarang).*

Dematria Pringgabayu, Agus Rahayu, Heny Hendrayati, & Ayuningtyas Yuli Hapsari. (2023). Brand Switching Behavior Influenced By Product Attributes And Variety Seeking With Consumer Trust As A Mediating Variable. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 3(1), 106–129.

Diany, A. A. (2018). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Media Sosial Instagram Terhadap Pembelian Produk Secara Online Pada Wanita Bekerja Di Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 4(3), 342–352.

Dr. M. Anang Firmansyah, Se., M. (2019). Buku Pemasaran Produk Dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 1–337.

Dwinanto, R. R., & Suasana, I. G. A. K. G. (2018). *Kebutuhan Mencari Variasi Memoderasi Pengaruh Kepuasan Pelanggan Smartphone Samsung Terhadap Niat Berpindah Merek Di Denpasar. 7(11), 6129–6155.*

Farida, F., Nurwanita, N., & Ferdiawan, F. (2020). Pengaruh Berbagai Faktor Terhadap Brand Switching Handphone Pada Mahasiswa Fakultas Dan Ekonomi Islam Iain Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(2), 89–109.

Fintikasari, I., & Ardyan, E. (2018). Brand Switching Behaviour In The Generation Y: Empirical Studies On Smartphone Users. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 20(1), 23.

Firmansyah. (2019). Buku Pemasaran Produk Dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 1–337.

Gozali, I. (2016). Desain Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Untuk Akuntansi, Bisnis Dan Ilmu Sosial Lainnya.

Gujarati. (2012). *Gujarati Character Identification : A Survey. 2(2), 939–943.*

Hadian, A. (2018). Pengaruh Harga Produk Dan Mencari Variasi Terhadap Terhadap Perpindahan Merek Mobil Mpv Di Kota Medan. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 3(1), 346–354.

Hair, J., C.Black, W., Barry, J.Babin, & E.Anderson, R. (2010). Multivariate Data Analysis (Sixth Edition). In *Gedrag & Organisatie* (Vol. 19, Issue 3). <https://doi.org/10.5117/2006.019.003.007>

Hanria, N. (2011). *Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Dan Variety Seeking*

Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Handphone Dari Nokia Ke Blackberry.

- Hardiana, C. D., & Intani, A. L. (2024). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Word Of Mouth, Dan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek Smartphone Iphone Ke Merek Lain (Studi Pada Siswa Sma Di Kecamatan Tambun Selatan Kabupaten Bekasi). *Jurnal Pajak Dan Bisnis*, 5(1), 1–10.
- Hilmi, R. Z., Hurriyati, R., & Lisnawati. (2018). *Pengaruh Persepsi Life Style Dan Media Social Networking Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Perpindahan Merek Pada Telepon Seluler Ke Blackberry*. 3(2), 91–102.
- Khasanah, U., & Cahya, B. T. (2018). Brand Switching Produk Kosmetik Halal: Ditinjau Dari Aspek Daya Tarik Iklan Dan Variety Seeking. *Aktsar: Jurnal Akuntansi Syariah*, 1(2), 199.
- Khoirur Rahma, D. (2024). Analisis Pengguna Ponsel Terhadap Perilaku Generasi Z Dalam Kehidupan Sehari Hari. *Analisis Pengguna Ponsel Terhadap Perilaku Generasi Z Dalam Kehidupan Sehari-Hari*, 3(2), 2.
- Kotler&Keller. (2009). *Buku Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen* (Issue September 2020).
- Kotler&Keller. (2016). Marketing Management. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1).
- Kusmanto, K., & Rahmawati, P. R. (2022). Pengaruh Ketidakpuasan, Atribut Produk, Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek Smartphone Asus Ke Smartphone Lain (Studi Kasus Pada Konsumen Sinar Mas Seluler Cabang Tlogosari Semarang). *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 4(1), 74–85.
- Laksono, D. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Helm Kbc. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat*, 3(2), 145–154.
- Lestari, Diana Vita. (2020). *Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Kebutuhan Mencari Variasi, Kualitas, Dan Iklan Terhadap Perpindahan Merek Produk Lain Ke Merek Smartphone Oppo*.
- Lukito, M. A. (2010). *Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Kebutuhan Mencari Variasi Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Handphone Gsm Dari Nokia Ke Blackberry Di Surabaya*.
- Madaniyah, A., & Sanaji. (2019). Pengaruh Ketidakpuasan Dan Harga Terhadap Perpindahan Merek (Studi Pada Konsumen Restoran Solaria Di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1), 235–241.
- Montolalu, I. T., Mandey, S. L., & Poluan, J. G. (2018). Influence Analysis Of Consumer Dissatisfaction, Need For Finding Product Variation And Competitor Product Advertisement On Brand Exchanging Decition From Facial Cleanser Cleaner At The Supermarket Grand Central Tomohon. *Analisis Pengaruh..... 2178 Jurnal Emba*, 6(4), 2178–2187.

- Mulyani, S., Murni, Y., & Putri, M. (2023). Pengaruh Lifestyle, Kelompok Referensi, Atribut Produk Terhadap Keputusan Perpindahan Merek. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 452–461.
- Musnaini, & Wijoyo, H. (2021). Impact Of Variety Seeking , And Electronic Word Of Mouth Of Cosmetic Brand Switching. *Jurnal Ekonomi*, 03(1), 23– 32.
- Novita, E., Sanjaya, V. F., & Fachri. (2024). *Pengaruh Dissatisfactioncustomer Dan Service Failure Terhadap Brand Switchingdimediasi Variety Seekingdalam Perspektifi Bisnis Islam*. 8(3), 3244–3264.
- Nugroho, M. A., & Badi, R. (2025). *Pengaruh Lifestyle Dan Quality Product Terhadap Brand Switching Dengan Variety Seeking Sebagai Variabel Moderasi Pada Peralihan Smartphone Android Ke Iphone*. 5(2), 1087–1097.
- Nurhidayanti.N.Lamani, Hidayanti, I., & Yusuf, I. Sina H. (2020). *Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Handphone Android Dari Samsung Ke Oppo (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Khairun Ternate)*. 8(2), 34–42.
- Oktarina, V., & Prasetya, A. Y. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Variety Seeking Terhadap Perpindahan Merek (Brand Switching) Pengguna Tri Di Wilayah Ajibarang. *Proceedings Of The National Academy Of Sciences*, 3(1), 1–15.
- Olson, P. &. (2010). *Perilaku Perilaku Konsumen Teori*.
- Phasa, A. S., & Astuti, Y. P. (2021). Analisis Perilaku Brand Switching Dengan Metode Rantai Markov. *Mathunesa: Jurnal Ilmiah Matematika*, 9(1), 212–219.
- Pratama, A., Setianingsih, R., Fikri, K., & Riau, U. M. (2023). *Pengaruh Brand Image , Brand Trust Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Di Pekanbaru*. 3, 252–263.
- Purba, S. D., Tarigan, J. W., Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). Pelatihan Penggunaan Software Spss Dalam Pengolahan Regressi Linear Bergandauntuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungundi Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Karya Abdi*, 5(2), 202–208.
- Purwaningsih, M. D., & Fauzi, R. U. A. (2024). Pengaruh Citra Merek, Variety Seeking Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Brand Switching Produk Kosmetik Lain Ke Produk Kosmetik Wardah. *Simba (Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 6, September 2024.
- Puspita Sari, A. (2020). *Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Perpindahan Smartphone Di Kota Bima*. 2(1), 141–147.
- Putra, E. (2018). The Effect Of Product Quality, Advertising And Customer Satisfaction On Smartphone Brand Switching (Case Study Of Stie Pasaman Students). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 6(3), 287–295.

- Rosi, J., Farida, N., & Budiatmo, A. (2023). Pengaruh Ketidakpuasan Dan Iklan Produk Pesaing Terhadap Perilaku Brand Switching Dengan Kebutuhan Mencari Variasi Sebagai Variabel Moderatingnya. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(1), 82–92.
- Rosyidah, F. E., Cholidah, L. N., & Sulaeman, M. M. (2024). Pengaruh Prior Experince, Variety Seeking Dan Product Knowledge Terhadap Brand Switching. *Journal Of Business Innovation And Accounting Research*, 1(3), 187–198.
- Santoso, S. (2013). *Statistika Ekonomi Plus Aplikasi Spss. Ponorogo : Umpo Press*.
- Septiani, S., Sri Purwanti, R., & Toto. (2020). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Dan Variety Seeking Terhadap Brand Switching (Suatu Studi Pada Konsumen Toko Elin Kosmetik Yang Berpindah Dari Sariayu Ke Wardah). *Business Management And Entrepreneurship Journal*, 2(September), 67–81.
- Sugiyono. (2013). 671612229-Sugiyono-2013-Metode-Penelitian-Kuantitatif-Kualitatif-Dan-R-D-1.Pdf.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1).
- Sugiyono, D. (2010). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. In *Penerbit Alfabeta*.
- Sujarweni, V. W. (2016). *Pengantar Akuntansi Manajemen*. 2(2016), 2018.
- Sumarwan. (2011). *Buku Perilaku Konsumen Final 1* (Issue February).
- Sunariani, N. N., & Arisandi, T. (2018). Keputusan Pindah Merek Smartphone Samsung Ke Xiaomi Melalui Ketidakpuasan Konsumen, Reference Group Dan Electronic Word Of Mouth. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 3(1), 102–110.
- Suprpto, I. A. (2024). Lofestyle Dan Variety Seeking Pengaruh Terhadap Keputusan Brand Switching Pengguna Smartphone Samsung Ke Iphone (Studi Kasus Pada Generasi Z Di Kota Bandung). *Jurnal Bisnis, Manajemen & Ekonomi*, 21(2), 940–953.
- Susanti, F., Barkah, C. S., Tresna, P. W., & Chan, A. (2021). Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Perpindahan Merek (Brand Switching) Pada Produk Susu. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi (Jeba)*, 23(1), 30–44.
- Ummah, M. S. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, Kualitas Produk, Iklan, Dan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek Pada Pembelian Smartphone Android. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
- Unud, E. M. (2018). Kebutuhan Mencari Variasi Memoderasi Pengaruh Kepuasan Pelanggan Smartphone Samsung Terhadap Niat Berpindah Merek Di Denpasar. 7(11), 6129–6155.

- Wahyu, M. I., Hidayati, N., & Pardiman. (2020). Pengaruh Harga, Kebutuhan Mencari Variasi Dan Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Dari Samsung Galaxy Series. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 9(18), 54–65.
- Wibowo, M. G. M. (2020). Peran Ketidakpuasan Konsumen Dan Pencarian Variasi: Sebuah Studi Perpindahan Merek. *Jurnal Ilmu Manajemen (Jim)*, Volume 8 N(2011), 80–86.
- Widargo, S. A., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh Citra Merek, Ketidakpuasan Pasca Konsumsi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Produk Indihome. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 4051–4163.
- Wismana, R., & Rahmasari, L. (2019). Analisis Pengaruh Atribut Produk, Ketidakpuasan, Dan Kepercayaan Terhadap Respon Emosi. *Jurnal Ebistek (Ekonomika, Bisnis, Dan Teknologi)*, 1(1), 1–11.
- Wulandari, D., & Agustini, M. Y. D. H. (2019). Consumer Lifestyle: A Case On Users Of National And International Brand Lipstick. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 17(2), 303–311.
- Yazlisa, T., & Basiya, R. (2023). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Persepsi Harga, Kebutuhan Mencari Variasi Dan Word Of Mouth Terhadap Perpindahan Merek Pada Produk Yamaha Mio Di Kota Semarang. *Yume : Journal Of Management*, 6(2), 676–687. www.Topbrand-Award.Com
- Zahra, I. A., & Dewi, S. S. (2021). Promosi, Ketidakpuasan Konsumen, Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Merek Pixy Kota Bekasi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 16–30.