

## ANALISIS KONTEN SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN UNTUK BERKULIAH DI BINUS *ONLINE*

Stephanie Denady Sunantra<sup>1</sup>, Febrianka Ramdhannesha Putri<sup>2</sup>

LSPR Institute of Communication & Business, Jakarta, Indonesia<sup>1,2</sup>

Email: ssunantra89@gmail.com<sup>1</sup>, febriankarp@gmail.com<sup>2</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak konten media sosial terhadap keputusan untuk berkuliah di BINUS *Online*. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dan konsep disonansi kognitif dengan menganalisis terhadap berbagai konten yang tersebar di platform media sosial yang berkaitan dengan BINUS *Online*. Temuan kami menunjukkan bahwa media sosial memainkan peran yang signifikan dalam membentuk persepsi dan sikap terhadap lembaga pendidikan tersebut. Konten-konten yang ditemukan mencakup testimoni mahasiswa, ulasan kursus, dan materi promosi lainnya, yang mencerminkan variasi sentimen dari pengalaman memuaskan hingga kritik terhadap tantangan dalam pembelajaran *online*. Konsep disonansi kognitif juga muncul, menyoroti adanya komentar negatif yang ada dalam akun media sosial Binus *Online* yang dapat mempengaruhi keputusan untuk berkuliah di BINUS *Online*. Implikasi penelitian ini memperkuat pentingnya memahami dampak media sosial dalam pengambilan keputusan pendidikan dan menyediakan landasan bagi pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif dan peningkatan layanan kepada mahasiswa dalam konteks pendidikan *online*.

**Kata kunci:** Media sosial, analisis konten, keputusan berkuliah, BINUS *Online*, disonansi kognitif.

### Abstract

*This study aims to analyse the impact of social media content on the decision to study at BINUS Online. The method used is a qualitative approach and the concept of cognitive dissonance by analysing various content spread on social media platforms related to BINUS Online. Our findings show that social media plays a significant role in shaping perceptions and attitudes towards the educational institution. The content found includes student testimonials, course reviews, and other promotional materials, reflecting a variety of sentiments from satisfactory experiences to criticism of the challenges in online learning. The concept of cognitive dissonance also emerged, highlighting the negative comments present in Binus Online's social media accounts that may influence the decision to study at BINUS Online. The implications of this study reinforce the importance of understanding the impact of social media in educational decision-making and provide a foundation for the development of more effective marketing strategies and improved services to students in the context of online education.*

**Keywords:** Social media, content analysis, college decision, BINUS Online, cognitive dissonance.

### Pendahuluan

Pendidikan merupakan kesadaran individu yang terorganisir dalam proses belajar-mengajar untuk mendorong peserta didik menjadi aktif dalam meningkatkan potensi, keterampilan, kecerdasan, dan moral yang baik. Selain itu, pendidikan juga memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan seseorang, serta dapat dianggap sebagai

investasi untuk masa depan di mana sejumlah pekerjaan memerlukan tingkat pendidikan yang sesuai. Sesuai dengan UU No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, perguruan tinggi dapat bermacam-macam bentuknya, seperti akademi, sekolah tinggi, universitas, dan politeknik (Prihartini & Abdullah, 2023).

Media sosial saat ini sudah banyak dimanfaatkan oleh setiap orang untuk berbagai tujuan, salah satunya informasi mengenai pendidikan. Media sosial berperan penting dalam pengambilan keputusan berkuliah dengan menyediakan akses yang luas terhadap informasi dan ulasan mengenai berbagai institusi pendidikan, program studi, dan pengalaman mahasiswa (Sari, 2018). Melalui platform seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *Twitter*, calon mahasiswa dapat memperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang kondisi dan fasilitas kampus, serta berinteraksi dengan mahasiswa aktif dan alumni untuk mendapatkan pandangan langsung tentang pengalaman mereka. Selain itu, media sosial juga memfasilitasi pembentukan komunitas *online* di mana calon mahasiswa dapat saling bertukar informasi, tips, dan saran dalam memilih perguruan tinggi dan program studi yang sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka (Kaharmudzakir & El Qudsi, 2022).

BINUS University telah lama menjadi lembaga pendidikan terkemuka dalam teknologi informasi yang telah menerapkan sistem pembelajaran *multi channel learning* sejak tahun 2001 melalui BINUSMAYA. *Learning Management System* (LMS) yang dikembangkannya sendiri dengan menyediakan ribuan konten mata kuliah digital, BINUS University melayani sekitar 24.000 mahasiswa aktif setiap semesternya. Berbekal pengalaman ini, BINUS University mengembangkan *Binus Online Learning* yang memungkinkan pembelajaran melalui situs web [www.online.binus.edu](http://www.online.binus.edu) dan [www.online.binus.ac.id](http://www.online.binus.ac.id) ideal bagi individu yang ingin mengenyam pendidikan S1 dan mengembangkan diri tanpa terikat oleh jadwal atau tempat tertentu. Metode ini sangat cocok bagi para profesional, karyawan, wiraswastawan, dan ibu rumah tangga, karena fokus pada karakteristik mahasiswa dan bimbingan dari dosen akademisi serta praktisi berpengalaman, memberikan keunggulan yang dapat mempercepat peningkatan karir dan wawasan mahasiswa (BINUS, 2024).

Penelitian terdahulu oleh (Prihartini & Abdullah, 2023) menyatakan bahwa promosi melalui media sosial memiliki dampak positif terhadap keputusan untuk berkuliah di sebuah perguruan tinggi. Semakin aktif promosi dilakukan di media sosial, semakin meningkatkan keputusan untuk berkuliah di institusi tersebut. Penelitian lainnya oleh (Putri et al., 2023) menunjukkan bahwa tiga variabel yang terdapat dalam dimensi media sosial memiliki dampak yang signifikan terhadap kesadaran merek, dan kesadaran merek secara langsung berkontribusi secara positif terhadap keputusan mahasiswa baru pada tahun 2022 untuk memilih Universitas Bosowa sebagai perguruan tinggi pilihannya.

Meskipun media sosial memberikan akses yang luas terhadap informasi dan ulasan tentang pendidikan tinggi, kenyataannya adalah bahwa *platform-platform* tersebut juga dapat menjadi sumber informasi negatif yang memicu disonansi kognitif dalam pengambilan keputusan berkuliah. Di antara banyaknya informasi yang tersedia, terdapat ulasan negatif, opini subjektif, dan konten yang tidak terverifikasi yang dapat membingungkan calon mahasiswa dan menyebabkan ketidakcocokan antara harapan dan kenyataan. Dalam situasi di mana calon mahasiswa menemukan informasi yang kontradiktif atau tidak konsisten, disonansi kognitif dapat muncul mempengaruhi proses pengambilan keputusan dan meningkatkan tingkat ketidakpastian serta kebingungan dalam menentukan pilihan pendidikan yang tepat.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pemahaman peran media sosial dalam pengambilan keputusan pendidikan dengan fokus pada analisis konten

media sosial terhadap keputusan berkuliah di Binus *Online*. Eksplorasi pola perilaku dan preferensi yang muncul dari analisis konten media sosial serta mempertimbangkan dampak disonansi kognitif, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pendidikan di era digital. Implikasi dari hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi Binus Online dan institusi pendidikan lainnya untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan relevan, penelitian ini mengusulkan langkah-langkah konkret untuk meningkatkan daya saing dan retensi mahasiswa melalui penggunaan yang strategis dari *platform-platform* media sosial.

### **Metode Penelitian**

Metodologi penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kualitatif, yang memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena kompleks seperti pengambilan keputusan pendidikan dan disonansi kognitif dengan mendalam (Manzilati, 2017). Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi dan memahami lebih dalam data yang diperoleh dari platform media sosial. Penelitian ini akan melibatkan pengumpulan data yang terdiri dari postingan, komentar, dan ulasan dari berbagai platform media sosial yang relevan dengan Binus *Online*. Data tersebut kemudian akan dianalisis secara mendalam menggunakan metode analisis konten untuk mengidentifikasi pola-pola perilaku, preferensi, serta adanya disonansi kognitif dalam pengambilan keputusan pendidikan.

Disonansi kognitif sendiri adalah fenomena psikologis di mana seseorang mengalami ketidakcocokan antara keyakinan, sikap, atau perilaku mereka dengan informasi yang mereka terima (Luthfi, 2022). Dalam penelitian ini, disonansi kognitif mungkin terjadi ketika individu menemukan informasi yang bertentangan atau kontradiktif tentang Binus *Online* di media sosial yang kemudian dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan. Oleh karena itu, dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini akan memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi secara mendalam bagaimana disonansi kognitif memengaruhi persepsi dan preferensi calon mahasiswa terhadap Binus Online serta bagaimana hal ini tercermin dalam konten yang ditemukan di media sosial.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini menggunakan studi literatur, yaitu suatu metode yang dimanfaatkan untuk menghimpun informasi dari berbagai sumber tertulis yang relevan dengan topik penelitian (Mahanum, 2021). Proses ini mencakup pencarian serta evaluasi terhadap literatur yang meliputi jurnal ilmiah, buku, artikel, laporan riset, dan dokumen-dokumen lain yang relevan dengan subjek penelitian. Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah menganalisisnya melalui tiga tahapan, yaitu mengurangi data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan.

### **Hasil Dan Pembahasan**

Pentingnya pengambilan keputusan dalam memilih tempat kuliah tidak dapat diabaikan, terutama saat ini di mana media sosial memiliki peran yang semakin dominan dalam mempengaruhi preferensi dan keputusan individu. Media sosial bukan hanya menjadi sumber informasi yang luas tentang institusi pendidikan dan program studi yang ditawarkan, tetapi juga menjadi *platform* di mana calon mahasiswa dapat berinteraksi dengan mahasiswa aktif, alumni, dan staf pengajar untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang pengalaman dan reputasi kampus. Selain itu, ulasan, testimoni, dan konten terkait kampus yang tersebar luas di media sosial juga dapat mempengaruhi

persepsi calon mahasiswa tentang suatu perguruan tinggi. Oleh karena itu, dalam era digital ini, pengambilan keputusan memilih tempat kuliah menjadi semakin kompleks karena adanya pengaruh media sosial dalam membentuk preferensi dan opini calon mahasiswa (Purwati, 2020).

Media sosial berperan penting dalam pengambilan keputusan berkuliah di Binus *Online*, diantaranya membentuk persepsi, memperoleh informasi, serta mempengaruhi pilihan individu. Melalui media sosial, calon mahasiswa dapat mengakses beragam informasi terkait program studi, fasilitas kampus, dan pengalaman mahasiswa secara langsung. Adanya *platform* seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *Twitter*, potensi mahasiswa baru dapat berinteraksi langsung dengan mahasiswa yang sudah berkuliah atau alumni dan mendapatkan pandangan langsung tentang pengalaman mereka di Binus *Online*.

Media sosial juga menjadi wadah bagi calon mahasiswa untuk mencari rekomendasi dan ulasan dari pengguna lain. Berbagai grup diskusi atau forum *online* yang berkaitan dengan pendidikan tinggi seringkali menjadi tempat berbagi informasi, pengalaman, serta tips dalam memilih program studi atau perguruan tinggi. Dengan demikian, media sosial memfasilitasi pertukaran informasi antara individu-individu yang memiliki kepentingan serupa, membantu calon mahasiswa mendapatkan sudut pandang yang beragam sebelum membuat keputusan (Zein, 2019).

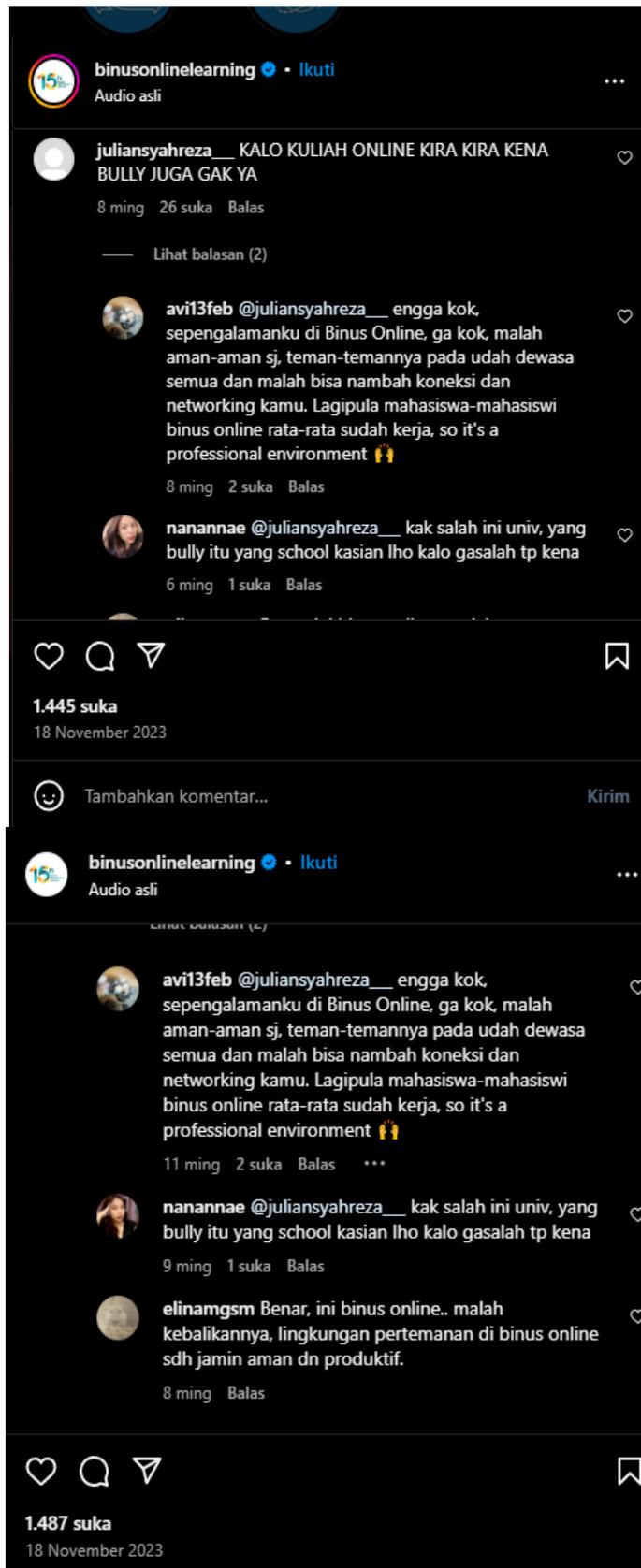
Banyaknya informasi yang tersedia mengenai binus *online* sangat beragam, tidak semua informasi yang berkaitan dengan Binus *Online* bersifat positif, beberapa di antaranya bahkan bisa bersifat negatif dan dapat merusak citra positif yang ingin dibangun oleh Binus *Online*. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi adalah adanya ulasan negatif atau pengalaman buruk yang dibagikan oleh pengguna media sosial (Yanti, 2021). Kritik terhadap kualitas pengajaran, pelayanan, atau fasilitas yang tersebar luas di *platform-platform* media sosial dapat menimbulkan keraguan dan ketidakpercayaan terhadap reputasi Binus *Online*. Selain itu, konten yang tidak resmi atau tidak diverifikasi, seperti rumor atau informasi yang tidak akurat, juga dapat menyebabkan kebingungan dan ketidakpastian di antara calon mahasiswa. Selain itu, adanya disonansi kognitif antara harapan dan kenyataan yang diperoleh dari informasi media sosial juga dapat mengurangi minat untuk berkuliah di Binus *Online* (Putra, 2023). Misalnya, ketika calon mahasiswa menemukan perbedaan antara citra yang dibangun oleh Binus *Online* di media sosial dengan pengalaman nyata yang mereka temui, hal ini dapat menyebabkan keraguan dan ketidakpuasan sehingga mengurangi minat mereka untuk mendaftar.

Binus *Online* memiliki berbagai macam akun media sosial, mulai dari *Facebook*, *Twitter*, *Linkedin*, *Instagram*, dan *Whatsapp*. Akan tetapi setelah dilakukan analisis, hanya pada akun *instagram* yang ramai dengan komentar baik dari calon mahasiswa ataupun mahasiswanya sendiri.

Dilihat dari akun *Instagram* tersebut, terdapat banyak sekali postingan mengenai keunggulan, kegiatan akademis, prestasi, dan testimoni dari para lulusan Binus *Online*. Dari postingan-postingan di akun *Instagram* @binusonlinelearning terdapat beragam komentar. Komentar-komentar tersebut berisi dukungan untuk Binus *Online*, akan tetapi terdapat komentar yang sifatnya negatif dan membuat seseorang yang tadinya ingin berkuliah di Binus *Online* menjadi berpikir dua kali dikarenakan adanya komentar tersebut.

Berikut adalah hasil penelusuran mengenai komentar-komentar negatif yang terdapat dalam postingan akun Instagram Binus Online.

1. “Kalo kuliah online kena Bully juga gak ya?”



2. Ini kalau buat skripsi harus cari kelompok sendiri ya..ribet kelihatannya secara kuliahnya online.”



3. “Kasih tau moderatornya, agar tidak lari dari tanggung jawab, moderator harus kasih contoh yang baik, thx.”



Dilihat dari beberapa pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa komentar tersebut akan mempengaruhi keputusan berkuliah di Binus *Online*. Komentar negatif yang tersebar di media sosial dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan berkuliah di Binus *Online*. Ketika calon mahasiswa menemui ulasan atau komentar yang meragukan kualitas pengajaran, layanan, atau reputasi Binus *Online*, hal ini dapat menimbulkan keraguan dan ketidakpercayaan terhadap institusi tersebut. Bahkan, komentar negatif yang tersebar luas dapat memengaruhi persepsi publik secara keseluruhan tentang Binus *Online*, sehingga mempengaruhi minat calon mahasiswa untuk mendaftar. Terlebih lagi, dalam era di mana opini pengguna media sosial sering dianggap sebagai referensi utama, komentar negatif yang tersebar dapat menjadi faktor utama dalam proses pengambilan keputusan mahasiswa terkait pendidikan mereka dan memicu disonansi kognitif.

Meskipun terdapat komentar negatif yang muncul di *Instagram* Binus *Online*, respons positif dari pengguna lainnya turut hadir untuk membalasnya. Melalui komentar positif ini, dapat digunakan sebagai klarifikasi dan opini positif untuk menyampaikan pengalaman dan informasi yang dimiliki pengguna dengan komentar positif tersebut.

Disonansi kognitif dapat terjadi ketika calon mahasiswa menemukan informasi atau ulasan yang bertentangan dengan keyakinan atau harapan mereka tentang program studi atau perguruan tinggi tersebut (Prawibowo, 2022). Misalnya, ketika seorang calon mahasiswa menemukan ulasan negatif tentang kualitas pengajaran di Binus *Online* setelah sebelumnya memiliki persepsi yang positif, hal ini dapat menyebabkan disonansi kognitif. Disonansi kognitif ini dapat memicu perasaan tidak nyaman atau kebingungan yang kemudian mempengaruhi proses pengambilan keputusan mereka.

Selain itu, disonansi kognitif juga dapat mendorong calon mahasiswa untuk mencari informasi tambahan atau memvalidasi ulasan yang mereka temui (Fernanda, 2021). Misalnya, jika seorang calon mahasiswa menemukan ulasan negatif tentang Binus *Online*, tetapi pada saat yang sama memiliki informasi positif dari sumber lain, mereka akan mencari informasi lebih lanjut untuk mengurangi ketidakcocokan tersebut. Hal ini dapat mendorong mereka untuk melakukan riset lebih lanjut atau bahkan berinteraksi langsung dengan mahasiswa atau alumni Binus *Online* melalui media sosial untuk mendapatkan sudut pandang yang lebih komprehensif. Dengan demikian, disonansi dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan mahasiswa dengan mendorong mereka untuk mencari informasi lebih lanjut dan mempertimbangkan berbagai sudut pandang sebelum membuat keputusan akhir (Sinulingga et al., 2023).

Untuk mengatasi disonansi kognitif yang terjadi terhadap strategi pemasaran dan komunikasi Binus *Online*, langkah-langkah strategis yang dapat diterapkan adalah evaluasi mendalam terhadap informasi yang tersebar di media sosial perlu dilakukan untuk mengidentifikasi ulasan negatif atau komentar yang dapat menimbulkan keraguan di kalangan calon mahasiswa. Respons transparan dan solutif terhadap masalah yang muncul sangat penting, baik melalui tanggapan langsung di platform media sosial maupun melalui publikasi resmi. Selanjutnya, upaya meningkatkan kualitas layanan Binus *Online* perlu dilakukan secara terus-menerus dengan fokus pada peningkatan pengajaran, layanan mahasiswa, dan infrastruktur pendukung lainnya. Komunikasi positif tentang keunggulan Binus *Online* juga harus diperkuat melalui berbagai saluran termasuk media sosial dan situs web resmi. Selain itu, membangun kepuasan dan kepercayaan dari calon mahasiswa dan *stakeholder* lainnya juga penting yang dapat dicapai melalui layanan yang konsisten, program penghargaan, dan kegiatan pengembangan komunitas.

Berdasarkan hasil penelitian yang menyoroti adanya disonansi kognitif terhadap strategi pemasaran dan komunikasi Binus *Online*, terdapat potensi pengembangan program atau peningkatan layanan yang dapat dilakukan untuk mengatasi masalah tersebut. Salah satu langkah yang dapat diambil adalah meningkatkan transparansi dan responsifitas dalam menanggapi ulasan atau komentar negatif yang muncul di media sosial. Hal ini dapat dilakukan dengan menyediakan saluran komunikasi yang terbuka dan jelas bagi calon mahasiswa untuk menyampaikan masukan atau keluhan mereka serta memberikan tanggapan yang cepat dan solutif terhadap masalah yang muncul.

Selain itu, Binus *Online* dapat memperkuat program pengembangan komunitas mahasiswa yang tidak hanya bertujuan untuk memperluas jaringan sosial dan profesional mahasiswa, tetapi juga menjadi sarana untuk membangun kepercayaan dan loyalitas terhadap institusi. Program-program ini dapat mencakup kegiatan akademik dan non-akademik, seperti seminar, workshop, acara networking, dan proyek kolaboratif yang memungkinkan mahasiswa untuk berinteraksi langsung dengan dosen, praktisi, dan sesama mahasiswa.

Selanjutnya, Binus *Online* juga dapat meningkatkan kualitas layanan pendukung, seperti layanan bimbingan akademik, konseling karir, dan dukungan teknis untuk memastikan bahwa mahasiswa mendapatkan dukungan yang memadai dalam menjalani studi mereka. Peningkatan dalam hal ini dapat membantu mengurangi ketidakpastian dan kebingungan yang mungkin timbul akibat disonansi kognitif serta memperkuat citra positif Binus *Online* sebagai institusi yang peduli terhadap kebutuhan dan keberhasilan mahasiswa.

Secara keseluruhan, pengembangan program dan peningkatan layanan berdasarkan hasil penelitian ini dapat membantu Binus *Online* untuk mengatasi disonansi kognitif yang terjadi dan memperkuat posisinya sebagai pilihan pendidikan yang menarik dan terpercaya bagi calon mahasiswa.

## **Kesimpulan**

Melalui analisis konten media sosial terhadap keputusan untuk berkuliah di BINUS *Online*, penelitian ini menyoroti peran penting media sosial dalam membentuk persepsi dan keputusan pendidikan individu. Temuan menunjukkan bahwa konten-konten yang tersebar di media sosial, mulai dari testimoni mahasiswa hingga ulasan memiliki dampak dalam membentuk opini dan sikap terhadap BINUS *Online*. Selain itu, analisis sentimen memperlihatkan variasi perasaan yang berkaitan dengan BINUS *Online*, mencakup pengalaman positif yang memuaskan dan kritik terhadap tantangan dalam pembelajaran *online*. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial bukan hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga menjadi sumber informasi yang kuat yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan pendidikan. Selain itu, konsep disonansi kognitif muncul menyoroti komentar negatif yang muncul di akun Instagram BINUS *Online*. Pemahaman mendalam tentang pengaruh media sosial dalam keputusan berkuliah di BINUS *Online* memberikan implikasi yang penting bagi lembaga pendidikan ini. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan kualitas layanan kepada mahasiswa, dan memperkuat citra institusi secara keseluruhan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan wawasan yang lebih baik tentang dinamika pengambilan keputusan pendidikan di era digital, tetapi juga memberikan landasan bagi pengembangan praktik dan kebijakan yang lebih adaptif dan responsif terhadap lingkungan digital yang terus berkembang.

## BIBLIOGRAFI

- BINUS. (2024). *BINUS Online Learning*. [https://online.binus.ac.id/wp-content/uploads/2022/03/BOL\\_BROCHURE\\_220224\\_1.pdf](https://online.binus.ac.id/wp-content/uploads/2022/03/BOL_BROCHURE_220224_1.pdf)
- Fernanda, M. A. (2021). *Analisis Disonansi Kognitif Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi Teknik Industri Di Universitas Islam Indonesia*.
- Kaharmudzakir, I., & El Qudsi, M. I. (2022). Pengaruh Konten Instagram@interstudioofficial dan Opini Mahasiswa terhadap Citra Perguruan Tinggi InterStudi. *Jurnal Riset Komunikasi*, 5(1), 127–140.
- Luthfi, M. D. (2022). *Analisis Pengetahuan, Sikap, dan Perilaku Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin Terhadap Website Streaming Film Ilegal*. Universitas Hasanuddin.
- Mahanum, M. (2021). Tinjauan Kepustakaan. *ALACRITY: Journal of Education*, 1–12.
- Manzilati, A. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif: Paradigma, metode, dan aplikasi*. Universitas Brawijaya Press.
- Prawibowo, S. T. (2022). *Analisis Disonansi Kognitif Mahasiswa Untuk Pemilihan Asisten Laboratorium Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia*.
- Prihartini, E., & Abdullah, D. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Kuliah Di Perguruan Tinggi Swasta. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 205–219.
- Purwati, L. I. (2020). *Pengaruh Reputasi, Biaya Pendidikan dan Lokasi Terhadap Preferensi Mahasiswa Angkatan 2019 Memilih IAIN Ponorogo*. IAIN Ponorogo.
- Putra, R. P. (2023). *Pengaruh Disonansi Kognitif Terhadap Pembelian Laptop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Indonesia)*. Universitas Islam Indonesia.
- Putri, D., Mardjuni, S., & Mane, A. A. (2023). Peran Media Sosial Dalam Membangun Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Indonesian Journal of Business and Management*, 6(1), 117–122.
- Sari, F. (2018). *Metode dalam pengambilan keputusan*. Deepublish.
- Sinulingga, N. A. B., Sihotang, H. T., & Kom, M. (2023). *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*. Iocs Publisher.
- Yanti, A. E. (2021). *Pengaruh Media Sosial Dan E-Wom Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Intensi Pembelian Produk Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm)*. Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya.
- Zein, M. F. (2019). *Panduan Menggunakan Media Sosial untuk Generasi Emas Milenial*. Mohamad Fadhilah Zein.

---

### Copyright holder:

Stephanie Denady Sunantra, Febrianka Ramdhannessa Putri (2024)

### First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

### This article is licensed under:

