



Jurnal Economic Insights

Journal homepage: <https://jei.uniss.ac.id/index.php/v1n1>
ISSN Online : 2809-4360

Analisis Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Item Virtual Melalui Discord

Suprihono Setyawan⁽¹⁾, Muhammad Fauzi⁽²⁾, Muhammad Wikan⁽³⁾

⁽¹⁾Universitas Selamat Sri, ⁽²⁾Universitas Selamat Sri, ⁽³⁾Universitas Selamat Sri

⁽¹⁾ wawan.suprihonoSetyawan@gmail.com, ⁽²⁾ fauzinahrowisaid@gmail.com,

⁽³⁾ wikan.muhammad@yahoo.co.id

INFO ARTIKEL

Kata Kunci:

kualitas pelayanan, harga,
produk item virtual,
keamanan dan kepercayaan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan konsumen dalam hal ukuran kepuasan konsumen, penggunaan Discord untuk melakukan pembelian, dan penanganan masalah yang melibatkan pembelian item virtual melalui Discord. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan jenis sumber data yang digunakan yaitu data primer. Teknik analisis data yang digunakan yaitu pengumpulan data, menyeleksi data, dan menganalisis serta menyimpulkan. Hasil data yang dikumpulkan berupa memberikan kuesioner dengan beberapa konsumen di Discord.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga, produk item virtual, keamanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian item virtual melalui Discord. Kepuasan konsumen pada Discord sudah memuaskan. Penulisan artikel ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai analisis kepuasan konsumen.

PENDAHULUAN

Di era perkembangan teknologi saat ini sangat mempengaruhi kehidupan manusia dimana semua aktivitas dilakukan dengan menggunakan internet. Internet sering digunakan untuk kebutuhan komunikasi, interaksi sosial, transaksi bisnis, bahkan di bidang hiburan. Dimana internet sangat populer dikalangan anak – anak,

remaja hingga dewasa salah satunya *game online*.

Game online adalah adalah jenis permainan komputer yang memanfaatkan jaringan komputer. Jaringan yang biasanya digunakan adalah jaringan internet dan yang sejenisnya serta selalu menggunakan teknologi yang ada saat ini, seperti modem dan koneksi kabel. Biasanya permainan daring disediakan sebagai tambahan layanan dari perusahaan penyedia jasa *online*, atau dapat diakses langsung melalui sistem yang disediakan dari perusahaan yang menyediakan permainan tersebut. Sebuah *game online* bisa dimainkan secara bersamaan dengan menggunakan computer yang terhubung ke dalam sebuah jaringan tertentu.

Ada berbagai macam tipe *game online* diantaranya *game* arkade, *game* balapan, *game* kartu, *game* kasino, *game* kata, *game* laga, *game* musik, *game* olahraga, *game* papan, *game* pendidikan, *game* petualang, *game* RPG, *game* simulasi, *game* teka-teki, *game* trivia dan *game* strategi perang, yang masing masing memiliki fitur khas tersendiri.

Game online sekarang ini sudah mulai adanya *virtual* ekonomi, yaitu suatu kegiatan dimana pemain/*player* melakukan transaksi jual beli *item virtual* dalam *game online* menggunakan uang riil, *virtual* ekonomi sekarang sudah menjadi model bisnis dalam industri video *game*, *item virtual* tak lagi hanya berguna dalam permainan tetapi juga menjadi asset yang menjanjikan untuk diperjualbelikan sesama pemain. *game online* yang tadinya berfungsi untuk menyediakan layanan hiburan semata, di era canggih ini mulai dengan adanya fitur penjualan virtual item dalam *game* atau mentransfer item yang dimiliki ke pemain lain, yang bertujuan untuk menambah keuntungan dan ketertarikan pengguna.

Dalam melakukan kegiatan transaksi jual beli *item virtual* dalam *game* terdapat beberapa situs jual beli *item virtual* diantaranya Facebook, Shopee, TokoPedia, Kaskus, dan Discord. Dengan adanya situs jual beli tersebut penjual dan pembeli merasa nyaman, aman, dan puas dalam menggunakan situs tersebut dalam bertransaksi. Menurut Kotler,(2005:56). Kepuasan pelanggan pada dasarnya merupakan resistansi sikap konsumen ditunjukkan dengan kepuasan konsumen

terhadap suatu produk yang mereka konsumsi.

Namun terdapat beberapa kejadian yang sering terjadi terhadap konsumen dalam pembelian *item virtual* melalui situs jual beli diantaranya ukuran kepuasan pelanggan dalam pembelian *item virtual* melalui Discord, cara pembelian *item virtual* melalui Discord, dan cara penanganan ketika terjadi permasalahan dalam pembelian *item virtual* melalui Discord. Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut untuk menganalisis konsumen yang merasa puas atau tidak puas dalam melakukan pembelian *item virtual* melalui Discord, untuk menganalisis konsumen dalam menggunakan Discord untuk melakukan pembelian *item virtual* dan untuk menganalisis penanganan masalah dalam melakukan pembelian *item virtual* melalui Discord. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai menerapkan ilmu pengetahuan yang pernah diperoleh saat kuliah, dan dokumentasi karya ilmiah mahasiswa dalam bentuk laporan karya ilmiah.

METODE

Jenis penelitian

Berdasarkan permasalahan, maka penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan secara holistic, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong,2005:6)

Tahapan dalam penelitian kualitatif yang terdiri dari rumusan masalah, kajian teori, pengumpulan data, mengolah data, dan menarik kesimpulan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, produk *item virtual*, keamanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian *item virtual* melalui Discord. Sampel yang dijadikan pengamatan adalah pengguna Discord dalam melakukan pembelian *item virtual*.

Sumber data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari penyebaran kuesioner di lokasi penelitian. Peneliti menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden secara langsung kepada konsumen yang menjadi sampel dalam penelitian ini. (Utama et al, 2019)

Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi Penelitian Dalam suatu kegiatan baik yang bersifat ilmiah maupun yang berifat sosial, perlu dilakukan pembatasan populasi dan cara pengambilan sampel. Sampel yang diambil unsur-unsurnya harus representatif artinya dapat mewakili keseluruhan dari populasi. Populasi adalah keseluruhan obyek penelitian yang terdiri dari manusia dan benda ataupun peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu dalam penelitian (Sugiyono, 2002). Populasi adalah keseluruhan wilayah individu, obyek, untuk suatu generalisasi atau suatu kesimpulan yang dikenakan (Sutrisno Hadi, 2004). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Discord yang jumlahnya tidak dapat diketahui dengan pasti.

Sampel Penelitian adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik mirip dengan populasi itu sendiri. Sedangkan sampling adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif (Margono, 2004).

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu peneliti menentukan kriteria mengenai responden mana saja yang dapat dipilih sebagai sampel. Kriteria yang dimaksud menggambarkan demografi responden, misal dari sisi usia, jenis kelamin, apakah konsumen menggunakan Discord dalam melakukan pembelian produk *item virtual* atau tidak. Penelitian ini adalah total kuesioner yang akan disebar ke seluruh responden berjumlah (18).

Teknik analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak memasuki

lapangan dan setelah selesai di lapangan. Dalam hal ini, Nasution (1988) menyatakan “Analisis telah mulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan langsung terus sampai penulisan hasil penelitian. Namun dalam penelitian kualitatif, analisis data lebih difokuskan selama proses di lapangan bersama dengan pengumpulan data.

Teknik analisis data

Teknik analisis data merupakan metode dalam memilah dan mengolah sebuah data menjadi informasi sehingga data tersebut menjadi mudah untuk dipahami dan juga bermanfaat untuk pemecahan masalah dalam penelitian sehingga bisa mengambil kesimpulan. Menurut Sugiyono dalam analisis data untuk mempermudah dalam mengolah data, ada beberapa langkah dalam penganalisaan data sebagai berikut :

- 1) Mengumpulkan sejumlah data untuk diseleksi dan dilakukan analisis.
- 2) Menyeleksi data-data yang relevan dengan penelitian.
- 3) Menganalisis (membahas) serta menyimpulkan.

Dengan demikian penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan penyelidikan, menyeleksi, memutuskan, menganalisa, dan mengaplikasikan serta mengambil kesimpulan.

HASIL

Discord

Discord adalah tentang memberi orang kekuatan untuk menciptakan ruang untuk menemukan milik dalam hidup mereka. Discord ingin mempermudah pengguna untuk berbicara secara teratur dengan orang-orang yang pengguna sayangi. Discord ingin penggunaannya membangun hubungan yang tulus dengan teman dan komunitas pengguna yang dekat dengan rumah atau di seluruh dunia. Discord mulai memecahkan masalah besar yaitu bagaimana berkomunikasi dengan teman-teman di seluruh dunia saat bermain game online. Sejak kecil, pendiri Jason Citron dan Stan Vishnevskiy sama-sama menyukai video game, menghargai persahabatan dan koneksi yang terbentuk saat memainkannya. Pada

saat itu, semua alat yang dibuat untuk pekerjaan ini lambat, tidak dapat diandalkan, dan rumit. Jason dan Stan tahu bahwa mereka dapat membuat layanan yang lebih baik yang mendorong pembicaraan, membantu membentuk kenangan, dan menciptakan kembali perasaan kebersamaan yang semuanya ditemukan melalui permainan.

Pada tahun 2015, Stan dan Jason mulai menghidupkan Discord. Orang-orang dari seluruh dunia menyukainya. Discord memudahkan untuk benar-benar berkomunikasi dengan teman-teman, melampaui pembicaraan biasa. Teman-teman tetap berhubungan dengan berbagai komunitas mereka. Discord memudahkan untuk berpartisipasi dalam percakapan, beralih ke teks, suara, dan video untuk berbicara. Teknologinya rumit tetapi tujuannya sederhana, jadikan Discord rumah yang mengundang dan nyaman untuk bergabung dengan komunitas dan teman penggunanya. Dalam beberapa tahun, Discord mulai lepas landas, dan orang-orang setia yang menyukai produk Discord bermunculan di seluruh dunia.

Sesuai uraian diatas mengenai gambaran umum dari Discord dimana lokasi penelitian yang akan dilaksanakan melalui sosial media yang tertuju pada pengguna aplikasi Discord itu sendiri.

Metrik Discord

150 Juta	19 Juta	4 Miliar
Pengguna aktif bulanan	Server aktif per minggu	Server percakapan setiap hari

Sumber : Discord.com

Data Grup Jual Beli Item Vitual Melalui Discord

1) Elsword Internasional Market

Elsword internasional market adalah salah satu grup jual beli item virtual yang melalui Discord dimana memiliki jumlah anggota pada tahun 2021 yaitu 507 orang yang terdiri dari 6 moderator, 3 asisten moderator, dan 498 member dengan rincian 474 laki-laki dan 33 wanita.

Tabel.3 Data Jumlah Anggota

Keterangan	Laki-laki	Perempuan
Moderator	5	1
Asisten moderator	2	1
Member	467	31
Jumlah	474	33

Sumber : Grup Elsword Internasional Market

Grup Elsword Internasional Market juga memiliki 7 kategori channel dan 32 hastag diantaranya yaitu :

- a. *Important Information* yaitu channel yang memberikan informasi penting kepada member yang baru join grup mengenai :
 - General-server-ruler
 - Announcements
 - Blacklist
 - Asst-mod-application
 - Name-change-request
 - Self-role-assign
 - Kr-server-update
 - Int-server-update
- b. *Warnings* adalah peringatan, teguran, tanda, atau sinyal yang diberikan kepada member baik lama maupun baru untuk mematuhi peraturan melakukan penjualan maupun pembelian. Contohnya :
 - *Warnings*
 - *Blacklist-channel*
- c. *Market channel* adalah kegiatan yang diperlukan untuk mengalihkan kepemilikan barang dari titik produksi ke titik

konsumsi. Ini adalah cara agar produk sampai ke pengguna akhir, konsumen; dan juga dikenal sebagai saluran distribusi. Saluran pemasaran juga alat yang berguna untuk manajemen, dan sangat penting untuk menciptakan strategi pemasaran yang efektif dan terencana dengan baik. Contoh produk yang dijual pada market channel diantaranya :

- *Equipment*
- *Costume*
- *Virtual Cash*
- *Service*
- *Character*

d. *Random chat* adalah channel dimana pengguna discord dapat saling berkomunikasi melalui chat akan tetapi berkaitan dengan game yang dimainkan dan juga menawarkan bantuan maupun meminta bantuan kepada anggota lain dalam menyelesaikan misal yang ada di game diantaranya :

- *Dungeon or Farming*
- *Pvp (player versus player)*
- *Offtopic*
- *Art and content*
- *Guild recruitment*

e. *Elsword guides* adalah channel dimana setiap anggota berbagi tips maupun informasi agar para pemain game dapat memahami dalam bermain Elsword baik dari segi penampilan maupun power dalam game tersebut.

f. *Voice channel* adalah channel dimana setiap anggota bisa saling berkomunikasi dengan suara. Pengguna juga bisa berkomunikasi disertakan dengan lagu.

- g. *Other game* adalah channel yang anggotanya membicarakan tentang game lain dan tidak berkaitan dengan game elsword tersebut.

PEMBAHASAN

Ukuran kepuasan pelanggan dalam pembelian item virtual melalui Discord

Ukuran kepuasan pelanggan dalam melakukan pembelian item virtual melalui Discord menggunakan survai kepuasan pelanggan diawali dengan proses penyusunan kuesioner. Data mengenai penyusunan kuesioner diperoleh peneliti melalui memberikan beberapa pertanyaan melalui *docs.google.com* dengan pengguna yang pernah melaukan pembelian *item virtual* melalui Discord. Proses penyusunan diawali dengan mengumpulkan kebutuhan dari konsumen dalam melakukan pembelian *item virtual* baik dari kualitas pelayanan, harga, produk *item virtual*, keamanan dan kepercayaan kemudian akan disimpulkan apakah konsumen merasa puas atau tidak puas dalam melakukan pembelian *item virtual* melalui Discord.

Hasil penyusunan kuesioner apakah konsumen merasa puas atau tidak puas yang telah diberikan kepada responden. Berikut hasil kuesioner yang telah disi oleh konsumen dalam pembelian item virtual melalui Discord di bawah ini :

1. Sebagian besar konsumen mengatakan bahwa dari segi kualitas pelayanan sebagian banyak konsumen merasa sangat puas karena mempermudah dalam menemukan penjual maupun pembeli dimana terdapat banyak fitur. Namun sebagian dikit konsumen yang tidak puas karena terjadi chat delay dan boros kuota.
2. Konsumen mengatakan bahwa dari segi harga konsumen merasa puas bahwa harga yang mereka beli sesuai dan terbilang terjangkau. Namun terdapat sebagian kecil konsumen yang merasa tidak puas karena tidak sesuai kurs, penjual menjual barang sesuka hati dengan harga yang begitu mahal.
3. Konsumen mengatakan bahwa dari segi produk item virtual konsumen merasa puas karena produk mudah dicari, legkap, meskipun barang lama

maupun baru nilainya tetap sama. Namun terdapat sebagian kecil konsumen yang tidak puas karena barang belum bisa diterima langsung, tidak ada pihak ke-3.

4. Konsumen mengatakan bahwa dari segi keamanan dan kepercayaan konsumne merasa puas karena keamanan terjamin. Namun sebagian kecil konsumen merasa tidak puas karena terjadi penipuan, hacker, tidak ada kompensasi dan tidak adanya tanggung jawab.

Cara pembelian item virtual melalui Discord

Dalam melakukan pembelian item virtual melalui Disocrd banyak para konsumen merasa bingung dalam melakukan pembelian *item virtual* melalui Discord. Salah satu pengguna mengatakan bahwa sang pengguna masih bingung baik dari melalukan pembelian, alur transaksi sampai metode pembayarannya.

Langkah-langkah dalam melakukan pembelian item virtual melalui Discord :

- a. Pertama, konsumen harus mempunyai akun Discord bagi yang belum memiliki akun Discord daftar baru
- b. Kedua, apabila sudah mendaftar Discord, langkah selanjutnya mendaftar grup yang akan diikuti. Contoh : Elsword Internasional Market yang sudah diberi code kepada admin grup
- c. Ketiga, apabila sudah join grub harus mengisi formulir yang sudah diberikan oleh admin grup utuk menjaga keamanan dalam bertransaksi
- d. Keempat, apabila sudah di acc oleh admin konsumen dapat melakukan pembelian maupun penjualan
- e. Kelima, konsumen melakukan pembelian *item virtual* dengan chat penjual terlebih dahulu apakah barang masih tersedia atau tidak
- f. Apabila tersedia melakukan pembayaran awal via sesuai yang di berikan oleh penjual
- g. Keenam, barang diterima ketika konsumen login di dalam game

Penanganan ketika terjadi permasalahan dalam pembelian item virtual melalui Discord

Setiap melakukan pembelian online sering terjadi permasalahan yang berkaitan dengan penipuan, gagal transaksi, dan perbedaan metode pembayarannya. Demikian halnya pembelian *item virtual* melalui Discord dalam menjalankan penanganan masalah kepada konsumen yang terjadi hal yang tidak menyenangkan.

Salah satu konsumen pernah mengatakan bahwa sang konsumen pernah mengalami penipuan dalam melakukan pembelian item virtual melalui Discord yang dimana sangat merugikan konsumen. Penanganannya masalah dalam melakukan pembelian item virtual melalui Discord adalah besarnya dukungan dari penjual maupun pembeli di Discord terhadap kelancaran dalam bertransaksi. Besarnya dukungan ini akan memperlancar setiap penjualan maupun pembelian *item virtual* dalam meningkatkan kualitas dari aplikasi Discord. Karena tanpa dukungan baik berupa pemikiran, tindakan admin mustahil penanganan masalah yang terjadi di Discord dapat berjalan sesuai rencana.

Penganganan masalah dalam melakukan pembelian item virtual melalui Discord sebagai berikut yang sudah diamati dan dianalisis :

- a. Penanganan penipuan dalam pembelian item virtual melalui Discord
 - Sebelum join grup market pengguna harus mengisi formulir baik dari nama, IGN, facebook, kota dan negara.
 - Apabila terjadi penipuan identitas penipu akan disebar oleh admin melalui facebook dan Discord
 - Apabila penipu masih didalam grup akan di keluarkan dari grup dan identitas mereka akan dicantumkan dalam blacklist
- b. Penanganan terjadinya gagal transaksi dalam pembelian item virtual melalui Discord
 - Apabila sang penjual mengingkar janji dalam melakukan penjualan maka sang pembeli dapat melaporkan kepada admin

- Admin akan memberikan peringatan 3x kepada sang penjual
 - Apabila penjual mengabaikan peringatan dari admin akan dilakukan pengeluaran dari grup
- c. Penanganan perbedaan metode pembayaran dalam pembelian item virtual melalui Discord
- Apabila terjadi perbedaan metode pembayaran sang pembeli bisa melakukan dengan menggunakan pihak ke 3 karena penjual tidak hanya orang indonesia namun manca negara
 - Sang pembeli akan mentransfer uang kepada pihak ke 3 dan pihak ke 3 akan menerima barang dari penjual dan akan diberikan kepada sang pembeli

KESIMPULAN

Berdasarkan tujuan penelitian dan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) Ukuran kepuasan pelanggan dalam pembelian item virtual melalui Discord :
 - Dari segi kualitas pelayanan sebagian banyak konsumen merasa sangat puas karena mempermudah dalam menemukan penjual maupun pembeli dimana terdapat banyak fitur. Namun terdapat sebagian kecil konsumen yang tidak puas karena terjadi chat delay dan boros kuota.
 - Dari segi harga konsumen merasa puas bahwa harga yang mereka beli sesuai dan terbilang terjangkau. Namun terdapat sebagian kecil konsumen yang merasa tidak puas karena tidak sesuai kurs, penjual menjual barang sesuka hati dengan harga yang begitu mahal.
 - Dari segi produk item virtual konsumen merasa puas karena produk mudah dicari, legkap, meskipun barang lama maupun baru nilainya tetap sama. Namun terdapat sebagian kecil konsumen yang tidak puas karena barang belum bisa diterima langsung, tidak ada pihak ke-3.

- Dari segi keamanan dan kepercayaan konsumen merasa puas karena keamanan terjamin. Namun sebagian kecil konsumen merasa tidak puas karena terjadi penipuan, hacker, tidak ada kompensasi dan tidak adanya tanggung jawab.
- 2) Cara pembelian *item virtual* melalui Discord konsumen harus mempunyai akun Discord bagi yang belum memiliki akun Discord daftar baru, mendaftar grub yang akan diikuti. Contoh : Elsword Internasional Market yang sudah diberi code kepada admin grub, mengisi formulir, menunggu di acc, chat penjual terlebih dahulu apakah barang masih tersedia atau tidak, pembayaran awal via sesuai yang di berikan oleh penjual, barang diterima ketika konsumen login di dalam game.
 - 3) Penanganan ketika terjadi permasalahan dalam pembelian item virtual melalui Discord adalah besarnya dukungan dari penjual maupun pembeli di Discord terhadap kelancaran dalam bertransaksi. Besarnya dukungan ini akan memperlancar setiap penjualan maupun pembelian *item virtual* dalam meningkatkan kualitas dari aplikasi Discord. Karena tanpa dukungan baik berupa pemikiran, tindakan admin mustahil penanganan masalah yang terjadi di Discord dapat berjalan sesuai rencana

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang dilakukan peneliti, maka peneliti mengemukakan saran :

- 1) Dalam melakukan pembelian item virtual melalui Discord harus lebih diperketat dalam pengisian formulir agar kasus terjadinya penipuan semakin berkurang.
- 2) Kepercayaan sangat penting jadi untuk pembeli item virtual harus saling menguntungkan kepada penjual agar tidak terjadinya masalah.
- 3) Harga dan produk item virtual melalui Discord harus murah dan produk yang dijual masih tersedia agar tidak terjadinya gagal transaksi

- 4) Discord harus menambahkan fitur-fitur terbaru agar bertambahnya peminat dalam menggunakan Discord

DAFTAR PUSTAKA

- Walker, S. P. (2015). Accounting and Preserving the American Way of Life. *Contemporary Accounting Research*, 32(4), 1676–1713. <https://doi.org/10.1111/1911-3846.12128>
- Moorman, C., & Day, G. S. (2016). Organizing for Marketing Excellence. *Journal of Marketing*, 80(6), 6–35. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0423>
- Lee, J. Y., Kozlenkova, I. V., & Palmatier, R. W. (2014). Structural marketing: using organizational structure to achieve marketing objectives. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 73–99. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0402-9>
- Coppola, D. P. (2011). *Introduction to International Disaster Management. Introduction to International Disaster Management (Third Edit)*. Oxford: Butterworth-Heinemann. <https://doi.org/10.1016/C2009-0-64027-7>
- Cachon, G. P., & Terwiesch, C. (2013). *Matching Supply with Demand: An Introduction to Operations Management. Book (Third Edit)*. New York: McGraw-Hill/Irwin. <https://doi.org/10.2307/1271510>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2018). Keterangan Pers Hasil Penjualan Sukuk Negara Ritel seri SR-010. Retrieved March 27, 2018, from <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/siaran-pers/keterangan-pers-hasil-penjualan-sukuk-negara-ritel-seri-sr-010/>
- Amirio, D. (2017, January 18). Regulations becoming key obstacle for regional e-commerce. *The Jakarta Post*, p. 7.
- Sun, Q. S. (2012). One improved method of choose knowledge management system. In *Proceeding of 2012 International Conference on Information Management, Innovation Management and Industrial Engineering, ICIII 2012 (Vol. 1, pp. 227–231)*. <https://doi.org/10.1109/ICIII.2012.6339640>
- Undang-undang nomor 36 tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan (2008).
- Kelly, A. (2010). Philosophical Magazine: Preface. *Philosophical Magazine*, 90(31–32), 4081–4083. <https://doi.org/10.1080/14786435.2010.508613>

Ikatan Akuntan Indonesia. (2010). *Exposure Draft Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan Aset Tidak Berwujud. PSAK no 48.*

<https://discord.com/company> diakses pada 20 Juni 2021

Moleong, Lexy, (2005), *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung; PT. Remaja Rosdakarya

Philip Kotler (2005) *Managemen Pemasaran*. edisi kesebelas Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Rizky Ajara , (2017) “ Analisa Motif Pembelian pada Keputusan Pembelian Barang Virtual di Permainan Online” (*Jurnal EMBA Vol.5 No.1 Maret 2017, Hal. 87 – 95*)

Tjiptono, Fandy. 2003. *Total Quality Service*. Yogyakarta:Andi Offset.

Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta