

Pengaruh *Digital Marketing*, Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Listrik di Indonesia

Purwatiningsih¹, Iwan² Sopyan³

^{1,3} *Manajemen, Universitas Bina Sarana Informatika*

² *Manajemen, Universitas Nusa Mandiri*

Abstrak

Semakin berubahnya perkembangan zaman, tidak dipungkiri bahwa pemahaman mengenai global warming juga semakin disadari oleh seluruh manusia yang ada di muka bumi, tidak terkecuali dengan negara Indonesia. Salah satu penyumbang terbesar polusi yaitu di Indonesia, diketahui bensin yang digunakan oleh kendaraan akan menjadi asap kendaraan yang dapat menimbulkan polusi udara. Adapun pemerintah mendukung gebrakan baru dengan adanya kendaraan mobil listrik. Maka , tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa seberapa besar pengaruh *Digital Marketing*, Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Listrik di Indonesia. Penelitian dilakukan secara kuantitatif dengan analisis menggunakan persamaan structural dengan Pendekatan Partial Least Square (PLS) 4 . korespondensi pada penelitian ini berjumlah 100 orang. Dan dari hasil penelitian ini didapati bahwa *digital marketing* dan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mobil listrik di indonesia, namun kepuasan pelanggan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil listrik di Indonesia.

Kata Kunci: *Digital Marketing , Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.*

Abstract

The changing times, it is undeniable that the understanding of global warming is also increasingly realized by all humans on earth, including Indonesia. One of the biggest contributors to pollution is in Indonesia, which is known to be vehicle smoke that can cause air pollution. The government supports the new breakthrough with the existence of electric car vehicles. Therefore, the purpose of this study is to analyze how much influence Digital Marketing, Customer Satisfaction and Product Quality have on Electric Car Purchasing Decisions in Indonesia. The research was conducted quantitatively by analysis using structural equations with the Partial Least Square (PLS) 4 Approach. The correspondence in this study numbered 100 people. And from the results of this study, it was found that digital marketing and product quality did not have a significant effect on electric car purchasing decisions in Indonesia, but customer satisfaction had an influence and was significant on electric car purchasing decisions in Indonesia

Keywords: *Digital Marketing, Customer Satisfaction, Product Quality, Purchasing Decisions*

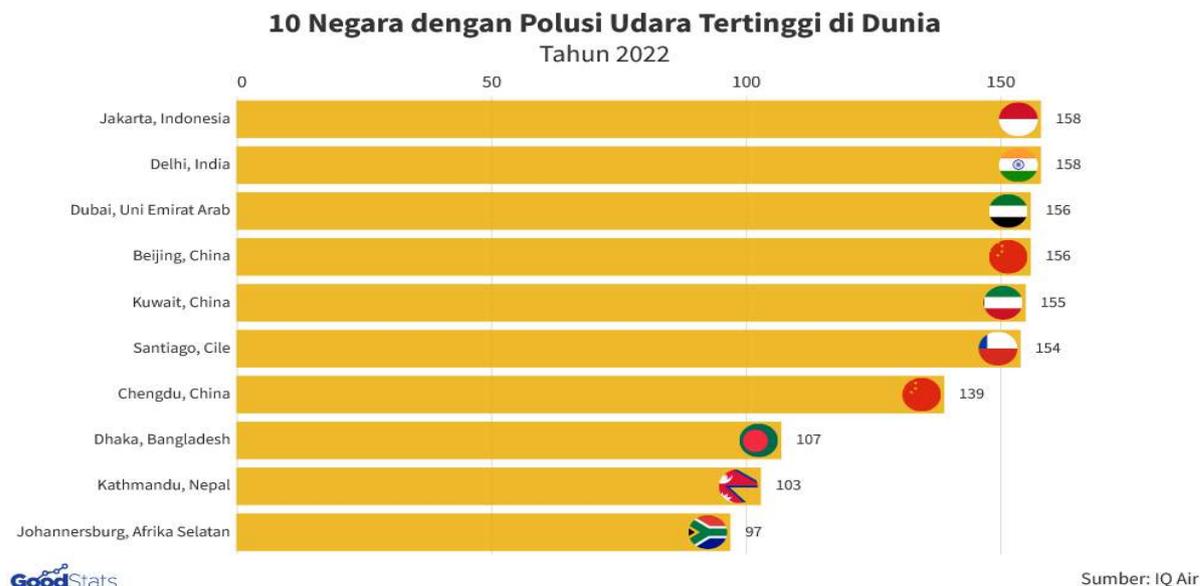
Copyright (c) 2023 Purwatiningsih

✉ Corresponding author :

Email Address : purwatiningsih.pwt@bsi.ac.id

PENDAHULUAN

Semakin berubahnya perkembangan zaman, tidak dipungkiri bahwa pemahaman mengenai global warming juga semakin disadari oleh seluruh manusia yang ada di muka bumi, tidak terkecuali dengan negara Indonesia. Menurut sumber [greenpeace.org](https://www.greenpeace.org) berdasarkan laporan World Air Quality (IQAir) tahun 2022 dimana negara Indonesia merupakan penyumbang urutan pertama paling berpolusi dalam daftar negara paling berpolusi di seluruh dunia (Alifah, 2022).



Gambar 1. Negara dengan polusi tertinggi didunia

Salah satu penyumbang terbesar polusi yaitu di Indonesia khususnya wilayah Jakarta. Seperti yang dilansir oleh [kompas.com](https://www.kompas.com) bahwa salah satu penyebab utama nya merupakan asap knalpot dari kendaraan (Dewi, 2022), seperti yang diketahui bahwa kendaraan di negara berkembang masih menerapkan penggunaan bensin, yang diketahui bensin yang digunakan oleh kendaraan akan menjadi asap kendaraan yang dapat menimbulkan polusi udara.

Pergerakan pemerintahan Indonesia telah mencanangkan strategi yang besar untuk negara Indonesia agar menjadi negara yang maju atau tidak terhenti pada status negara berpenghasilan menengah atau *middle income trap*. Dengan adanya beberapa dukungan pemerintah terkait dengan adanya pengadaan mobil listrik, pemerintah memberikan subsidi terhadap pembelian mobil listrik. Subsidi merupakan bantuan yang diberikan pemerintah kepada produsen sehingga harga yang ditawarkan sesuai dengan keinginan pemerintah dengan harga yang lebih murah dari harga awal (Purnama, 2017). Subsidi yang diberikan pemerintah berlaku mulai tanggal 1 April 2023. Subsidi yang diberikan oleh pemerintah berupa insentif Pajak Pertambahan Nilai (PPN). PPN adalah konsumsi barang dan jasa di daerah pabean yang dikenakan secara bertingkat disetiap jalur produksi dan distribusi menurut Undang-Undang no. 42 tahun 2009 tentang perubahan ketiga atas UU No. 8 tahun 1983 tentang pajak pertambahan nilai dan jasa dan pajak penjualan barang mewah (Masyitah, 2019). Diketahui PPN yang disubsidi oleh pemerintah berlaku hingga Desember 2023. Adapun subsidi yang diberikan yaitu pembeli hanya menanggung 1% PPN, sedangkan sisanya yaitu 10% dibayarkan oleh pemerintah.

Harapan pemerintah dengan adanya subsidi tersebut yakni agar masyarakat segera membeli mobil listrik tersebut guna untuk meminimalisir pencemaran lingkungan, penghematan energy, penghematan biaya operasional baik secara individu atau pengeluaran daerah dan negara.

Strategi pemasaran saat ini merupakan cara yang tepat dan sangat berkaitan penting dengan kehidupan para pebisnis, terlebih lagi di era sekarang internet merupakan suatu hal utama yang tidak bisa dipisahkan dengan kehidupan sehari-hari, sebagai dampak dari meningkatnya kecanggihan dunia internet dan teknologi, digital marketing merupakan strategi pemasaran yang penting dan populer dan digunakan hampir sebagian marketers diseluruh dunia untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat (Marlina et al., 2020).

Selain dari digital marketing, yang harus dimiliki oleh pebisnis yaitu kualitas produknya, dikarenakan dengan kualitas produk yang maksimal akan memberikan dampak pada kepuasan konsumen atau kepuasan pada pelanggannya. Kualitas produk sendiri merupakan ciri dan karakteristik dari suatu barang ataupun jasa yang mempengaruhi kemampuannya untuk memuaskan kebutuhannya (Sari, 2016). Oleh karena itu jika semuanya telah dipenuhi tentunya akan memberikan dampak pada keputusan pembelian konsumen untuk membeli produk tersebut, sedangkan keputusan pembelian sendiri merupakan salah satu dari tahapan akhir yang dimana konsumen sudah dihadapkan pada beberapa pilihan alternatif sehingga pada tahap ini konsumen akan melakukan aksi untuk memutuskan untuk membeli produk berdasarkan pilihan yang ditentukan (Arfah, 2022).

Namun ada beberapa hambatan yang terjadi seperti pengenalan produk melalui iklan, Karena seperti yang diketahui bahwa dengan adanya iklan seharusnya produk akan semakin populer dikarenakan didalamnya terdapat *sales promotion*, *personal selling*, *public relation* dan *direct marketing*, dan iklan merupakan suatu bentuk informasi produk maupun jasa dari produsen kepada konsumen (Lukitaningsih, 2013). Namun pada kenyataannya produk pengenalan atau iklan mobil listrik tersebut masih sedikit dan kurang efektif dibandingkan dengan mobil konvensional. Selain itu harga mobil listrik juga menjadi pertimbangan masyarakat karena masih terlalu tinggi, selain itu masih minimnya infrastruktur pada mobil listrik dan performa yang ada pada mobil listrik juga masih diragukan oleh masyarakat.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisa Pengaruh *Digital Marketing*, Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Listrik di Indonesia.

METODOLOGI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh *Digital Marketing*, Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian mobil listrik yang ada di Indonesia. Di dalam penelitian ini menerapkan pendekatan penelitian kuantitatif.

Penelitian ini dilakukan oleh responden menggunakan kuesioner. Riset yang dilakukan yaitu menggunakan *single cross-sectional*, yaitu dengan cara mengumpulkan data dari suatu populasi yang dilakukan pada satu kali dalam kurun waktu tertentu. Pengumpulan dilaksanakan pada Januari hingga Agustus 2023, kemudian data yang sudah didapat diolah dan dianalisa untuk dapat ditarik kesimpulannya.

Populasi ialah elemen lengkap yang terdiri meliputi orang, benda, transaksi ataupun peristiwa yang menarik untuk diteliti dan demikian dapat menjadi objek penelitian (Sugiyono, 2013). Populasi yang digunakan pada penelitian ini merupakan masyarakat Indonesia dengan metode *purposive sampling*, yakni dengan memilih secara sengaja dan berdasarkan pertimbangan tertentu dimana subjek bukan berdasarkan atas strata, random ataupun daerah tetapi didasarkan pada adanya tujuan tertentu (Sugiyono, 2018).

Dalam penelitian ini menggunakan skala likert sebagai penilaian atas perilaku dan opini individu maupun kumpulan dari fenomena sosial. Skor pada penelitian terdiri dari lima angka. Skor 1 adalah STS yang menunjukkan sangat tidak setuju, skor 2 adalah TS yang menunjukkan adanya ketidaksetujuan, skor 3 adalah CS yang menunjukkan cukup setuju, skor 4 adalah S yang menunjukkan adanya persetujuan dan skor 5 adalah SS yang menunjukkan adanya persetujuan penuh.

Pengujian yang dilakukan pada analisis ini menggunakan persamaan structural dengan pendekatan *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS). SEM-PLS merupakan metode yang tidak mengasumsikan data pada distribusi tertentu dapat berupa nominal, kategori, ordinal, interval dan rasio (Ghozali & Latan, 2015).

Komponen model dalam PLS terdiri atas dua yaitu *model structural/inner model* dan *measurement model/outer model* (Juliandi, 2018). Analisis penelitian menggunakan SmartPLS 4 yang dilakukan dengan menilai hasil model pengukuran analisa factor konfirmatori (CFA) dengan menguji validitas dan reliabilitas konstruk laten. Dan untuk mengukur antar konstruk atau variable dilanjutkan dengan mengevaluasi model structural dan uji signifikansi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Digital Marketing

Digital marketing merupakan suatu tindakan yang dilakukan menggunakan media berbasis digital (Rachmadi & Kom, 2020). Tujuannya agar produk yang dipasarkan agar cepat tersampaikan kepada calon konsumen dan tidak memakan biaya yang cukup mahal, dikarenakan dengan media digital akan jauh lebih efisien dan efektif (Prasetyowati et al., 2020). Oleh karena itu bisnis sangat memerlukan pemasaran melalui digital marketing berfungsi untuk menjalani operasional perusahaan jauh lebih baik.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan konsumen merupakan suatu perasaan positif yang dirasakan oleh konsumen, yang berkaitan dengan produk/jasa yang telah digunakan. Biasanya jika adanya ketidak sesuaian antara harapan dengan kinerja aktual jasa maupun produk, biasanya konsumen akan memberikan konfirmasi kepada penjual.

Pentingnya kepuasan pelanggan bagi pebisnis adalah demi mempertahankan kelangsungan hidup bisnis tersebut dalam jangka panjang, karena kuncinya adalah kepuasan (Siregar, 2021).

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya (Keller & Kotler, 2012). Kualitas produk memiliki dua dimensi yaitu tingkat dan konsistensi. Kualitas yang baik menurut produsen adalah apabila produk yang dihasilkan oleh perusahaan telah sesuai dengan spesifikasi yang telah ditentukan oleh perusahaan. Sedangkan kualitas yang jelek adalah apabila produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan spesifikasi standar yang telah ditentukan serta menghasilkan produk rusak (Sigit & Soliha, 2017).

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah jalan alternatif yang dilakukan dengan berbagai pertimbangan yang akan menghasilkan solusi atas masalah yang ditemukan oleh konsumen (Purwatiningsih et al., 2023). Oleh karena itu Untuk melakukan penjualan kepada pelanggan perusahaan harus bekerja keras dan bekerja cerdas. Dimana tujuan utama promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya agar keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen terjadi (Gunawan, Febsri Susanti, 2017)

Korespondensi penelitian ini berjumlah 100 orang. Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih dari pertengahan tahun 2022 sampai dengan agustus 2023. Jumlah kuesioner yang diterima berjumlah 105 responden dan terdapat 5 responden yang mengalami kesalahan dalam pengisian kuesioner.

Outer Model

Dalam memenuhi beberapa kriteria dalam penilaian, ada beberapa tahapan yang harus dipenuhi, yaitu :

1. Uji validitas konvergen dengan melihat nilai faktor loading pada setiap indicator, lalu melihat AVE (*Average Variance Extracted*) untuk setiap variabelnya.
2. Uji validitas diskriminan dengan melihat data *cross loading*, *fornell lacker* dan HTMT
3. Uji Reliabilitas dengan melihat hasil nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*.

Pengukuran Outer Model merupakan pengukuran yang dilakukan dengan melihat *loading factor*. *Loading factor* dinyatakan valid jika nilai yang didapat lebih besar dari 0,7 (Hair et al., 2019)

Tabel. 1 Variabel, Indikator dan Outer Loading

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Outer Loading
Digital Marketing (X ₁)	1. Social Media	- Tertarik Menjadi <i>Followers</i>	0,900
	2. Website	- Konten Website Menarik	0,820
	3. Digital Adversiting	- Konten Pemasaran Digital Menarik	0,899
	4. Search Engine	- Mudah Ditemukan Melalui <i>Search Engine</i> (Google, Bing, dll)	0,894
Kepuasan Pelanggan (X ₂)	1. <i>Expectations</i>	- Mengukur kualitas barang dan jasa yang diberikan sesuai dengan apa yang dijanjikan dan diharapkan	0,842
	2. <i>Performance</i>	- Pelayanan atau kinerja yang baik yang memberikan kepuasan bagi konsumen	0,821
	3. Harga	- Kesesuaian harga pada produk dengan jenis produk yang ditawarkan	0,917
Kualitas Produk (X ₃)	1. Keawetan	- Produk yang dipergunakan memiliki umur ekonomis yang baik	0,857
	2. Keandalan	- Produk yang dipergunakan berhasil menjalankan fungsinya setiap kali dipergunakan	0,804
	3. Kesesuaian produk	- Spesifikasi produk jauh lebih baik dibandingkan produk lainnya	0,788
	4. Kemudahan dipergunakan dan diperbaiki	- Akurasi dalam pemberian pelayanan untuk perbaikan barang terjamin	0,768
	5. Kualitas produk dapat bersaing	- Jenis produk yang ditawarkan jauh lebih baik	0,736
	6. Kualitas keamanan menggunakan produk	- Menggunakan produk tersebut merasa lebih aman dan nyaman	0,732
Keputusan Pembelian (Y)	1. <i>Benefit association</i>	- Adanya manfaat yang positif penggunaan mobil listrik	0,765

- | | | | |
|--|---|--|-------|
| 2. Kemantapan pada sebuah produk | - | Kualitas mobil listrik lebih baik dari mobil konvensional | 0,736 |
| 3. Kemantapan pada pemilihan merk | - | Produk yang dibeli sudah populer dikalangan masyarakat | 0,863 |
| 4. Waktu pembelian | - | Produk harus segera dimiliki karena kebutuhan | 0,887 |
| 5. Kesesuaian atribut dengan keinginan dan kebutuhan | - | Produk yang luxury guna <i>Drive for a Green Life</i> , kendaraan bebas emisi jalanan bebas polusi | 0,836 |

Sumber: Olahan data SPSS 4

Dari hasil data tabel 1 olahan diatas menunjukkan bahwa seluruh *loading factor* nilainya diatas 0,7 sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil yang di dapat memiliki *convergent validity* yang baik. Pada tabel 1 sudah menyajikan nilai *Composite reliability* semua variable sudah memenuhi kriteria.

Construct Reliability and Validity

Tabel 2. *Cronbach's Alpha, Composite Reliability and AVE*

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
<i>Digital Marketing</i> (X ₁)	0,901	0,904	0,772
Kepuasan Pelanggan (X ₂)	0,825	0,839	0,741
Kualitas Produk (X ₃)	0,888	0,969	0,612
Keputusan Pembelian (Y)	0,879	0,907	0,671

Sumber : Olahan data PLS 4

Maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Cronbach's Alpha dinyatakan baik jika hasil diatas 0,7 (Ghozali & Latan, 2015). Dari hasil tabel diatas dinyatakan bahwa hasil seluruh variable berada diatas 0,7
2. Nilai composite reliability dikatakan baik jika angka berada diatas 0,7 (Sarstedt et al., 2017). Dari hasil tabel diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh variable berada diatas 0,7.
3. Nilai AVE dinyatakan baik jika berada diatas 0,5 (Sarstedt et al., 2017). Dari hasil kesimpulan tabel diatas menyatakan bahwa hasil semua variable berada diatas 0,5, oleh karena itu syarat convergent validity yang baik sudah memenuhi atau sudah menunjukkan bahwa konstruk dapat menjelaskan lebih dari 50% atau lebih.

Discriminant Validity

Tabel 3. *Fornell Larcker*

	Digital Marketing (X ₁)	Kepuasan Pelanggan (X ₂)	Keputusan Pembelian (Y)	Kualitas Produk (X ₃)
Digital Marketing (X ₁)	0,879			
Kepuasan Pelanggan (X ₂)	0,694	0,861		
Keputusan Pembelian (Y)	0,471	0,584	0,819	
Kualitas Produk (X ₃)	0,442	0,151	0,274	0,782

Sumber : Olahan data PLS 4

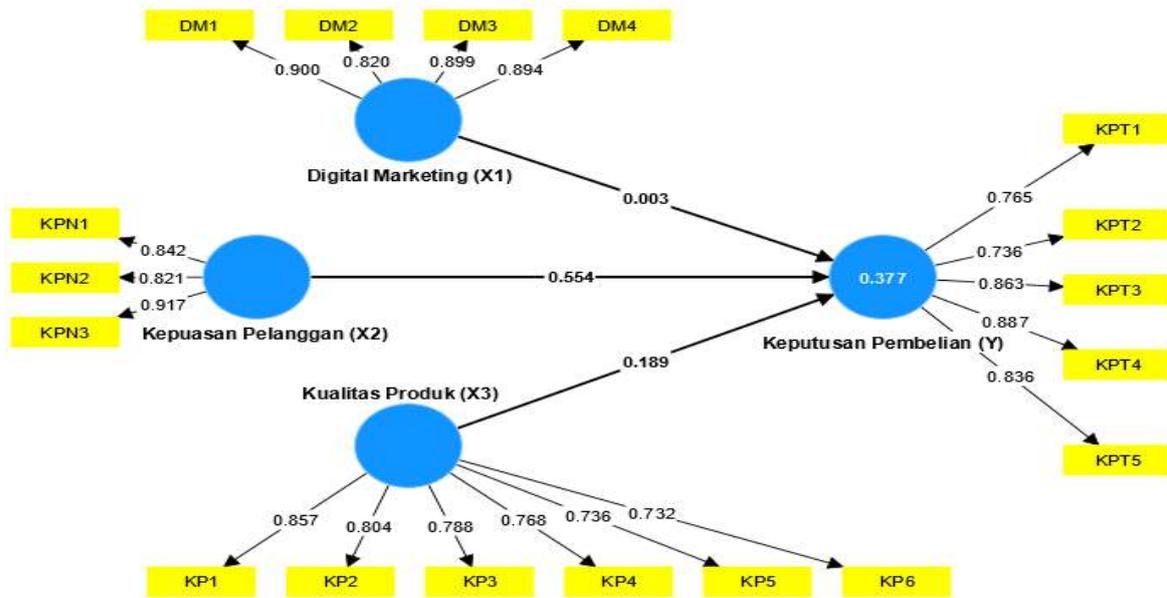
Seperti yang terlihat dalam tabel data PLS 4 diatas diatas, pada tabel 3 Discriminant validity - Fornell Larcker bahwa nilai dalam sumbu diagonal yang di dalam lingkaran merupakan AVE. nilai pada AVE > korelasi antar variable, maka dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan evaluasi discriminant validity telah terpenuhi (Wong, 2013).

Tabel 4. *Cross Loadings*

	Digital Marketing (X1)	Kepuasan Pelanggan (X2)	Keputusan Pembelian (Y)	Kualitas Produk (X3)
DM1	0.900	0.709	0.352	0.351
DM2	0.820	0.673	0.447	0.226
DM3	0.899	0.560	0.414	0.459
DM4	0.894	0.505	0.426	0.515
KP1	0.488	0.227	0.310	0.857
KP2	0.343	0.158	0.173	0.804
KP3	0.330	0.023	0.273	0.788
KP4	0.250	0.059	0.100	0.768
KP5	0.255	0.122	0.097	0.736
KP6	0.195	0.039	0.085	0.732
KPN1	0.544	0.842	0.432	0.228
KPN2	0.725	0.821	0.503	0.121
KPN3	0.528	0.917	0.560	0.062
KPT1	0.327	0.324	0.765	0.290
KPT2	0.274	0.321	0.736	0.226
KPT3	0.433	0.591	0.863	0.118
KPT4	0.501	0.577	0.887	0.324
KPT5	0.337	0.488	0.836	0.182

Sumber : Olahan data PLS 4

Cross Loading merupakan evaluasi dari *discriminant validity* pada level item pengukuran. Setiap item berkorelasi menjadi lebih tinggi dengan variable yang diukurnya maka evaluasi *discriminant validity* terpenuhi (Ghozali & Latan, 2015). Dan setelah dilihat dari hasil olahan data diatas didapati bahwa sudah memenuhi syarat seperti yang telah dilingkari pada tabel 4 yaitu angka yang didapat pada setiap variabelnya lebih tinggi dibandingkan dengan variable lainnya.



Gambar 2. Model Persamaan

Colinearity Statistics (VIF) - Inner Model

Jika nilai VIF < 5 maka tidak ada multikolinier diantara variable yang mempengaruhi Y

Tabel 5. Colinearity Statistics

	VIF
Digital Marketing (X1) -> Keputusan Pembelian (Y)	2.490
Kepuasan Pelanggan (X2) -> Keputusan Pembelian (Y)	2.051
Kualitas Produk (X3) -> Keputusan Pembelian (Y)	1.319

Sumber : Data Olahan PLS 4

Dilihat dari hasil tabel 4 diatas menunjukkan bahwa variable yang mempengaruhi Y masih lebih kecil dari 5, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinier terhadap Y.

Uji path koefisien : Calculate - BootStrapping

Uji selanjutnya adalah uji hipotesis dengan cara melihat signifikansi dari pengaruh antar variable dengan cara melihat nilai koefisien dan nilai signifikansi T statistic yaitu dengan cara bootstrapping (Ghozali & Latan, 2015). Uji t merupakan pengujian hipotesis. Nilai t tabel yang digunakan *two-tailed test* adalah 1,65 (tingkat signifikan 10%), 1,96 (tingkat signifikan 5%) dan 2,58 (tingkat signifikan 1%) (Rangkuti, 2017). Namun pada penelitian ini peneliti menggunakan tingkatan alpha sebesar 5%, sehingga t-tabel yang digunakan adalah 1,96%. Jika nilai p value < 0,05 dapat diartikan bahwa sebagai hasil berpengaruh (H_1 diterima), namun jika nilai p value > 0,05 maka dapat diartikan bahwa hasil tidak berpengaruh (H_1 ditolak). Dan jika T statistics > 1,96 diartikan signifikan.

Tabel 6. P Value

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Digital Marketing (X1) -> Keputusan Pembelian (Y)	0.003	0.009	0.119	0.023	0.981
Kepuasan Pelanggan (X2) -> Keputusan Pembelian (Y)	0.554	0.532	0.129	4.292	0.000
Kualitas Produk (X3) -> Keputusan Pembelian (Y)	0.189	0.213	0.106	1.786	0.074

Sumber : Olahan data PLS 4

hasil dari tabel diatas menunjukkan bahwa promosi digital marketing terhadap keputusan pembelian menunjukkan $0,981 > 0,05$ yang dimana dapat diartikan bahwa digital marketing tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan hasil uji T statistics $0,023 < 1,96$ yang dimana dapat diartikan bahwa digital marketing tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Perolehan tersebut dapat diartikan bahwa promosi digital tidak berpengaruh dan tidak signifikan.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian menunjukkan $0,000 < 0,05$ yang dimana dapat diartikan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan hasil uji T statistics $4,292 > 1,96$ dapat diartikan bahwa kepuasan pelanggan signifikan terhadap keputusan pelanggan. Perolehan tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh dan signifikan.

Variabel terakhir yaitu kualitas produk menunjukkan $0,074 > 0,05$ dapat diartikan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan hasil uji T statistics $1,786 < 1,96$ dapat diartikan bahwa kualitas produk tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil kesimpulan variabel ini menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Evaluasi kecocokan dan kebaikan Goodness of fit

Tabel 7. R Square

	R-square	R-square adjusted
Keputusan Pembelian (Y)	0.377	0.357

Sumber : olahan data PLS 4

Dari hasil tabel 7. R Square menunjukkan bahwa untuk keputusan pembelian sebesar 37,7%. Mengartikan bahwa kemampuan pada variabel bebas yaitu *Digital Marketing*, Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Produk di dalam menjelaskan keputusan pembelian adalah sebesar 37,7%. Maka sisanya yaitu sebesar 62,3% pengaruh variabel dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar yang dijelaskan pada penelitian ini.

SIMPULAN

Dari hasil *Outer Model* menunjukkan bahwa hasil dari uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan dan uji reliabilitas menunjukkan bahwa keseluruhan data sudah memenuhi kriteria. Pengujian model structural atau *inner model* bahwa variabel yang mempengaruhi Y masih lebih kecil dari 5 maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinier terhadap Y. dan dapat dilihat dari hasil uji path atau bootstrapping menunjukkan bahwa ada dua variabel yang tidak signifikan dan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu variabel *digital marketing* dan kualitas produk. Sedangkan satu variabel lainnya memiliki pengaruh dan signifikan yaitu kepuasan pelanggan.

Referensi :

- Alifah, N. N. (2022). *10 Negara dengan Tingkat Polusi Udara Tertinggi di Dunia 2022*. Goodstats.Id. <https://goodstats.id/article/10-negara-dengan-polusi-tertinggi-di-dunia-So2Pv>
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Dewi, B. K. (2022). *Bukan Hanya karena Cuaca, Ini 8 Penyebab Polusi Udara Jakarta*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/sains/read/2022/06/23/201359123/bukan-hanya-karena-cuaca-ini-8-penyebab-polusi-udara-jakarta>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Konsep, teknik, aplikasi menggunakan Smart PLS 3.0 untuk

- penelitian empiris. *BP Undip. Semarang*, 290.
- Gunawan, Febsri Susanti, A. C. (2017). *Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang*. <https://osf.io/preprints/inarxiv/npjqh/>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Juliandi, A. (2018). Structural Equation Model Partial Least Square (Sem-Pls) Dengan SmartPLS. *Modul Pelatihan*, 1–4.
- Keller, P., & Kotler, P. (2012). Manajemen Pemasaran Edisi 12. *Jakarta: Erlangga*, 106.
- Lukitaningsih, A. (2013). Iklan yang efektif sebagai strategi komunikasi pemasaran. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 13(2), 116–129.
- Marlina, L., Ardiana, D. P. Y., Rini, N. K., Novianti, A., Srisusilawati, P., Yuniati, U., Manggabarani, A. S., Hanafiah, H., Triwardhani, D., & Matondang, N. (2020). *Digital Marketing*.
- Masyitah, E. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan PPN dan PPnBM. *Accumulated Journal (Accounting and Management Research Edition)*, 1(2), 89–104.
- Prasetyowati, A., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital marketing*. *Edu-litera (Anggota IKAPI-No. 211/JTI/2019)*.
- Purnama, N. I. (2017). Pengaruh Pajak dan Subsidi pada Keseimbangan Pasar. *Jurnal Ekonomikawan*, 16(1), 78085.
- Purwatiningsih, Kusuma, A. B., Apriliya, F., & Safira, D. (2023). Analisa Promosi Free Biaya Kirim , Online Consumer Rating dan Panic Buying Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Of Management & Business*, 6(1), 615–624. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3830>
- Rachmadi, T., & Kom, S. (2020). *The Power Of Digital Marketing (Vol. 1)*. Tiga Ebook.
- Rangkuti, F. (2017). Riset Pemasaran (Marketing Research). *Jakarta: PT. Gramedia*.
- Sari, D. D. (2016). Analisis Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada konsumen sim card GSM Prabayar XL di Kota Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(1), 62–72.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). *Treating Unobserved Heterogeneity in PLS-SEM: A Multi-method Approach BT - Partial Least Squares Path Modeling: Basic Concepts, Methodological Issues and Applications* (H. Latan & R. Noonan (eds.); pp. 197–217). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-64069-3_9
- Sigit, K. N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 21(1), 157–168. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v21i1.1236>
- Siregar, M. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Ompu Gende Coffee Medan. *Jurnal Diversita*, 7(1), 114–120.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Wong, K. K.-K. (2013). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) techniques using SmartPLS. *Marketing Bulletin*, 24(1), 1–32.



UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Gedung Rektorat : Nusa Mandiri Tower Jl. Jatiwaringin Raya No. 2, Jakarta Timur 13620
Telp. (021) 28534471, 28534390 e-mail : rektorat@nusamandiri.ac.id

KEPUTUSAN REKTOR UNIVERSITAS NUSA MANDIRI NOMOR: 005/2.01/UNM/IX/2023

TENTANG

TUGAS MELAKSANAKAN PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT SEMESTER GASAL TAHUN AKADEMIK 2023/2024

REKTOR UNIVERSITAS NUSA MANDIRI,

- Menimbang :
- bahwa dalam rangka pelaksanaan tridharma antara lain berupa kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat di Universitas Nusa Mandiri agar dapat menjaga kelancaran tugas dan tertib administrasi jalannya penelitian dan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan baik maka perlu menugaskan dosen Universitas Nusa Mandiri untuk melaksanakan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat;
 - bahwa dosen yang namanya tersebut dalam dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan memenuhi syarat untuk melakukan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat;
 - bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksudkan dalam huruf a dan b di atas, perlu diterbitkannya surat keputusan Rektor tentang tugas melaksanakan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat Semester Gasal tahun akademik 2023/2024
- Mengingat :
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
 - Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
 - Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
 - Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2015 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi;
 - Keputusan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 82/E/O/2021 tentang Pemberian Izin Penggabungan Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Nusa Mandiri di Jakarta dan Akademi Pariwisata Tridaya di Jakarta Menjadi Universitas Nusa Mandiri di Jakarta yang diselenggarakan oleh Yayasan Indonesia Nusa Mandiri di Jakarta;
 - Peraturan Yayasan Indonesia Nusa Mandiri Nomor 027/YINM/IV/2021 tanggal 19 April 2021 tentang Statuta Universitas Nusa Mandiri.
 - Rencana Induk Penelitian Universitas Nusa Mandiri Nomor 211/2.01/UNM/VIII/2021 tanggal 6 Agustus 2021;



UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

• Jl. Kramat Raya No. 18, Jakarta Pusat
• Nusa Mandiri Tower,
Jl. Margonda Raya No. 545, Depok

• Jl. Damai No. 8, Warung Jati Barat (Margasatwa), Jakarta Selatan
• Jl. Daan Mogot No. 31, Tangerang



UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Gedung Rektorat : Nusa Mandiri Tower Jl. Jatiwaringin Raya No. 2, Jakarta Timur 13620
Telp. (021) 28534471, 28534390 e-mail : rektorat@nusamandiri.ac.id

8. Rencana Strategis Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Nusa Mandiri Nomor 212/2.01/UNM/VIII/2021 tanggal 6 Agustus 2021;
9. Pedoman Penelitian Universitas Nusa Mandiri Nomor 028/2.01/UNM/II/2022 tanggal 25 Februari 2022;
10. Pedoman Pengabdian Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Nusa Mandiri Nomor 027/2.01/UNM/II/2022 tanggal 25 Februari 2022;

Memperhatikan : Hasil rapat pimpinan tanggal 10 Agustus 2023 di Jakarta.

MEMUTUSKAN

Menetapkan : **KEPUTUSAN REKTOR UNIVERSITAS NUSA MANDIRI TENTANG TUGAS MELAKSANAKAN PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT SEMESTER GASAL TAHUN AKADEMIK 2023/2024.**

Pertama : Menugaskan masing-masing dosen untuk melaksanakan kegiatan penelitian yang dibiayai oleh dana mandiri atau dana hibah (internal atau eksternal baik dalam negeri maupun luar negeri) yang dilakukan secara perorangan maupun kelompok, yang menghasilkan luaran minimal salah satu bentuk sebagai berikut:

- a. Karya ilmiah/jurnal ilmiah yang dipublikasikan minimal pada jurnal nasional terakreditasi, jurnal internasional atau jurnal internasional bereputasi terindex *Thomson Reuters Web of Science (WOS)*, atau *Scopus (Elsevier)*;
- b. Karya ilmiah/jurnal ilmiah yang dipublikasikan dalam seminar nasional maupun seminar internasional yang dilengkapi dengan buku prosiding seminar;

Dan menghasilkan minimal salah satu bentuk berikut:

- a. Buku ajar atau buku referensi maupun buku populer yang telah diterbitkan dan memiliki ISSN/ISBN;
- b. Hasil karya yang didaftarkan untuk mendapatkan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) ke Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenkumham);

Kedua : Menugaskan masing-masing dosen untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang sesuai dengan bidang keilmuan, yang menghasilkan luaran berupa Artikel di media massa (*Press Release*) cetak atau elektronik tingkat Nasional atau Lokal;

Dan atau menghasilkan minimal salah satu bentuk sebagai berikut;

- a. Publikasi di jurnal ilmiah cetak atau elektronik pada jurnal internasional atau jurnal nasional terakreditasi atau jurnal nasional tidak terakreditasi;
- b. Artikel ilmiah dimuat di prosiding cetak atau elektronik tingkat Internasional atau Nasional atau Lokal;
- c. Dokumentasi pelaksanaan berupa video kegiatan;
- d. Keynote speaker atau invited dalam temu ilmiah tingkat Internasional atau Nasional atau Lokal;



UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

• Jl. Kramat Raya No. 18, Jakarta Pusat
• Nusa Mandiri Tower,
Jl. Margonda Raya No. 545, Depok

• Jl. Damai No. 8, Warung Jati Barat (Margasatwa), Jakarta Selatan
• Jl. Daan Mogot No. 31, Tangerang



UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Gedung Rektorat : Nusa Mandiri Tower Jl. Jatiwaringin Raya No. 2, Jakarta Timur 13620
Telp. (021) 28534471, 28534390 e-mail : rektorat@nusamandiri.ac.id

- e. Pembicara tamu (visiting lecturer) tingkat Internasional;
- f. Kekayaan Intelektual (KI) berupa Paten atau Paten Sederhana atau Perlindungan Varietas Tanaman atau Hak Cipta atau Merk Dagang atau Rahasia Dagang atau Desain Produk Industri atau Indikasi Geografis;
- g. Buku ber ISBN;
- h. Book chapter;
- i. Mitra Non Produktif mengalami peningkatan berupa Pengetahuannya atau Keterampilannya atau Kesehatannya atau Pendapatannya atau Pelayanannya;
- j. Mitra Produktif Ekonomi/Perguruan Tinggi mengalami peningkatan berupa Pengetahuannya atau Keterampilannya atau Kualitas produknya atau Jumlah produknya atau Jenis produknya atau Kapasitas produksi atau Jumlah aset atau Jumlah omsetnya atau Jumlah tenaga kerjanya atau Kemampuan manajemennya atau Keuntungannya atau Income generating PT;
- k. Mitra Produktif Ekonomi/Perguruan Tinggi berhasil melakukan ekspor atau berhasil melakukan pemasaran antar pulau atau produk tersertifikasi atau produk terstandarisasi atau unit usaha berbadan hukum atau jumlah wirausaha baru mandiri;

- Ketiga : Bersedia mentaati dan mematuhi peraturan, prosedur dan ketentuan yang berlaku di lingkungan Universitas Nusa Mandiri;
- Keempat : Keputusan ini berlaku selama semester Gasal tahun akademik 2023/2024
- Kelima : Keputusan ini berlaku sejak ditetapkan dan apabila ditemukan kekeliruan dikemudian hari, akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Jakarta
Pada tanggal : 01 September 2023
Rektor,



Prof. Dr. Ir. Dwiza Riana, S.Si, MM, M.Kom, IPU, ASEAN Eng.

Tembusan:

1. Ketua Yayasan Indonesia Nusa Mandiri
2. Ka. Divisi SDM
3. Wakil Rektor Bidang Akademik
4. Ka. BAAK, BAKU & BTI
5. Dekan
6. Ka. Prodi
7. LPPM
8. Ybs
7. Arsip



UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

- Jl. Kramat Raya No. 18, Jakarta Pusat
- Nusa Mandiri Tower,
Jl. Margonda Raya No. 545, Depok

- Jl. Damai No. 8, Warung Jati Barat (Margasatwa), Jakarta Selatan
- Jl. Daan Mogot No. 31, Tangerang



UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Gedung Rektorat : Nusa Mandiri Tower Jl. Jatiwaringin Raya No. 2, Jakarta Timur 13620
Telp. (021) 28534471, 28534390 e-mail : rektorat@nusamandiri.ac.id

LAMPIRAN KEPUTUSAN REKTOR UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Nomor : 005/2.01/UNM/IX/2023

Tanggal: 01 September 2023

Tugas Melaksanakan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Semester Gasal Tahun Akademik 2023/2024

NO	NIDN	NAMA DOSEN
1	0324118404	Abdul Rahman Kadafi, S.Kom,M.Kom,M.M
2	0318069202	Achmad Bayhaqy, S.Kom,M.Kom
3	0323059101	Achmad Maezar Bayu Aji, S.Kom,M.Kom
4	0311058701	Achmad Rifai, S.Kom,M.Kom
5	0327128001	Ade Christian, S.Kom,M.Kom
6	0324038802	Ade Priyatna, S.Kom,M.M
7	0319078902	Adelia Alviyana, S.Kom,M.Kom
8	0318018903	Adi Chandra Setiawan, S.Kom,M.Kom
9	8876730017	Dr. Agus Subekti, S.T,M.T
10	0328088803	Agus Syukur, M.Pd,S.Pd.I
11	0309088604	Agus Wiyatno, S.Kom,M.Kom
12	0310077704	Agus Yulianto, S.Kom,M.Kom
13	0304049002	Ahmad Fauzi, S.Kom,M.Kom
14	0306019601	Ahmad Hafidzul Kahfi, S.Kom,M.Kom
15	0311067010	Akmaludin, S.Kom,M.M.S.I
16	0319018703	Albert Riyandi, S.Kom,M.Kom
17	0303049701	Ami Rahmawati, S.Kom,M.Kom
18	0307067303	Andi Arfian, S.Kom,M.Kom
19	0103069101	Andi Sanjaya, S.Kom,M.Kom
20	0304108102	Andi Saryoko, S.Kom,M.Kom
21	0330119102	Andi Taufik, S.Kom,M.Kom
22	0316038906	Andri Agung Riyadi, S.Kom,M.Kom
23	0308109001	Andry Maulana, S.Kom,M.Kom
24	0319108904	Anggi Oktaviani, S.Kom,M.Kom
25	0309108502	Ani Oktarini Sari, S.Kom,M.M.S.I
26	0305028005	Ani Yoraeni, S.Pd,M.Kom
27	0307108902	Anna Mukhayaroh, S.Kom,M.Kom
28	0316047502	Anton, S.Kom,M.Kom
29	0302107202	Antonius Yadi Kuntoro, S.Kom,M.M.,M.Kom
30	0324099001	Ardian Dwi Praba, S.Kom,M.Kom
31	0327018402	Arfhan Prasetyo, S.Kom,M.Kom
32	0326097607	Arief Rama Syarif, S.T,M.Kom
33	0312118901	Arief Rusman, S.Kom,M.Kom
34	0304019601	Arief Setya Budi, S.Kom,M.Kom
35	0427038303	Arif Hidayat, S.S.,M.Hum
36	0315128204	Arif Ismail Husin, S.T,M.Kom
37	0316098702	Asri Wahyuni, S.Kom,M.Kom
38	0311087302	Astiana Mulyani, S.Si,M.Kom
39	0304086405	Ati Candrasari, S.E.,M.M.
40	0308028702	Bakhtiar Rifai, S.Kom,M.Kom
41	0304068701	Besus Maula Sulthon, S.Kom,M.Kom



UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

• Jl. Kramat Raya No. 18, Jakarta Pusat
• Nusa Mandiri Tower,
Jl. Margonda Raya No. 545, Depok

• Jl. Damai No. 8, Warung Jati Barat (Margasatwa), Jakarta Selatan
• Jl. Daan Mogot No. 31, Tangerang



UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Gedung Rektorat : Nusa Mandiri Tower Jl. Jatiwaringin Raya No. 2, Jakarta Timur 13620
Telp. (021) 28534471, 28534390 e-mail : rektorat@nusamandiri.ac.id

NO	NIDN	NAMA DOSEN
42	0311108602	Biktra Rudianto, S.Kom,M.Kom
43	0301049301	Bobby Suryo Prakoso, S.T,M.Kom
44	0303129101	Bryan Givan, M.M,S.E
45	8929950022	Dr. Budhy Hery Pancasilawan, S.H.,M.M.
46	0328048103	Cahyani Budihartanti, S.Kom,M.Kom
47	0323058404	Cepi Cahyadi, S.Kom,M.M
48	0305078605	Chaerul Bachri, S.Kom,M.Kom
49	0326129601	Daniati Uki Eka Saputri, S.Kom,M.Kom
50	0321129301	Daning Nur Sulistyowati, S.Kom,M.Kom
51	0313129502	Desiana Nur Kholifah, S.Kom,M.Kom
52	0315089601	Diah Ayu Ambarsari, S.Kom,M.Kom
53	0324106105	Dian Ambar Wasesha, S.Kom,M.Kom
54	0329058406	Dikdik Permana Wigandi, S.Kom,M.Kom
55	0303028601	Doni Andriansyah, S.Kom,M.Kom
56	0318088902	Duwi Cahya Putri Buani, S.Kom,M.Kom
57	0322107002	Prof. Dr. Ir. Dwiza Riana, S.Si,M.M.,M.Kom,SEAN.Eng
58	0323017902	Edhi Prayitno, S.Kom,M.Kom
59	0308078802	Eka Rini Yulia, S.Kom,M.Kom
60	0311106607	Eko Obi Purwanto, M.S.I,S.E
61	0304068007	Eko Purwito, S.Kom,M.Kom
62	0317038801	Eko Setia Budi, S.Kom,M.Kom
63	0304089601	Elly Firasari, S.Kom,M.Kom
64	0305019001	Endang Pujiastuti, S.Kom,M.Kom
65	0311107301	Eni Heni Hermaliani, S.Kom,M.M.,M.Kom
66	0304108505	Eni Pudjiarti, S.Kom,M.Kom
67	0310088402	Erene Gernaria Sihombing, S.Kom,M.Kom
68	0322066406	Erwin Yuniarto, S.Kom,M.Kom
69	0322098901	Esron Rikardo Nainggolan, S.Kom,M.Kom
70	0328038502	Ester Arisawati, S.Kom,M.Kom
71	0315128901	Eva Rahmawati, S.Kom,M.Kom
72	0311076605	Eva Zuraidah, S.Kom,M.Kom
73	0301029701	Evita Fitri, S.Kom,M.Kom
74	0305049702	F. Lia Dwi Cahyanti, S.Kom,M.Kom
75	0329079102	Fachri Amsury, S.Kom,M.Kom
76	0327128901	Fajar Akbar, S.Kom,M.Kom
77	0327099701	Fajar Sarasati, S.Kom,M.Kom
78	0305019702	Faruq Aziz, S.Kom,M.Kom
79	0330038501	Fatimah Azzahro, M.Ag,S.S.I.
80	0328089002	Fatmawati, S.Kom,M.Kom
81	0301098702	Fattya Ariani, S.Kom,M.Kom
82	0319028803	Ferda Ernawan, S.Kom,M.Cs,P.Hd
83	0306039003	Findi Ayu Sariasih, S.T,M.M.S.I
84	0312039401	Fitra Septia Nugraha, S.Kom,M.Kom
85	0312126602	Fitri Latifah, S.Kom,M.Kom
86	0305077402	Frieyadie, S.Kom,M.Kom
87	0326088301	Frisma Handayanna, S.Kom,M.Kom
88	0311028801	Ganda Wijaya, S.Kom,M.Kom
89	0316116306	Gani Wiharso, S.E.,M.M.
90	0307068802	Hafis Nurdin, S.Kom,M.Kom



UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

- Jl. Kramat Raya No. 18, Jakarta Pusat
- Nusa Mandiri Tower,
Jl. Margonda Raya No. 545, Depok

- Jl. Damai No. 8, Warung Jati Barat (Margasatwa), Jakarta Selatan
- Jl. Daan Mogot No. 31, Tangerang



UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Gedung Rektorat : Nusa Mandiri Tower Jl. Jatiwaringin Raya No. 2, Jakarta Timur 13620
Telp. (021) 28534471, 28534390 e-mail : rektorat@nusamandiri.ac.id

NO	NIDN	NAMA DOSEN
91	0312078901	Hani Harafani, S.Kom,M.Kom
92	0315128002	Hary Mulyadi, S.E.,M.M.
93	0320108407	Hendra Oktafia Saputra, M.S.I,S.H.I
94	0327038702	Hendri, S.Kom,M.Kom
95	0317049401	Hendri Mahmud Nawawi, S.Kom,M.Kom
96	0305108604	Heriyanto, S.Kom,M.Kom
97	0315068205	Herman Kuswanto, S.Kom,M.Kom
98	0324128803	Hernawati, S.Kom,M.Kom
99	0324078901	Hidayanti Murtina, S.Kom,M.Kom
100	0308089601	Hikmatulloh, S.Kom,M.Kom
101	8838630017	Hilman Ferdinandus Pardede, S.T,Dr,M.Eng
102	0319068501	Hylenarti Hertiana, S.Kom,M.Kom
103	0323048702	Ibnu Rusdi, S.Kom,M.Kom
104	0319067201	Ida Zuniarti, S.E.,M.M.
105	0329048903	Ika Kurniawati, S.Kom,M.Kom
106	0312128102	Imam Budiawan, S.Kom,M.Kom
107	0328048003	Indah Purnamasari, M.Kom,S.T
108	0304048801	Indah Suryani, S.Kom,M.Kom
109	0406077805	Instianti Elyana, S.Kom,M.Kom,M.M
110	0301128801	Ipin Sugiyarto, S.Kom,M.Kom
111	1018038001	Irfan Mahendra, S.Kom,M.Kom,MM
112	0316088405	Irwan Agus Sobari, S.Kom,M.Kom
113	0307129501	Irwan Herliawan, S.Kom,M.Kom
114	0316059203	Irwansyah Saputra, S.Kom,M.Kom
115	0313077701	Iskhak Kholil, S.Kom,M.Kom
116	0330128902	Ispandi, S.Kom,M.Kom
117	0311038104	Iwan, S.E.,M.M
118	0324129501	Jajang Jaya Purnama, S.Kom,M.Kom
119	0301018504	Jenie Sundari, S.Kom,M.Kom
120	0329019203	Johan Hendri Prasetyo, S.E.,M.M.
121	0318079601	Jordy Lasmana Putra, S.Kom,M.Kom
122	0325027702	Juarni Siregar, S.Pd,M.Kom
123	1003026702	Dr. Jufriadif Na Am, S.Kom,M.Kom
124	0330068903	Juniarti Eka Sapitri, M.M,S.S
125	0314069001	Khoirun Nisa, S.Kom,M.Kom
126	0329067803	Kursehi Falgenti, S.Kom,M.Kom
127	0304088302	Laela Kurniawati, S.Kom,M.Kom
128	0302098301	Laila Septiana, S.Kom,M.Kom
129	0331058901	Lestari Yusuf, S.Kom,M.Kom
130	0304087402	Lia Mazia, S.Kom,M.M.S.I
131	0315119101	Lilyani Asri Utami, S.Kom,M.Kom
132	0312077201	Linda Marlinda, S.Kom,M.M.,M.Kom
133	0311018701	Linda Sari Dewi, S.Kom,M.Kom
134	8862301019	Dr. Lindung Parningotan Manik, S.T, M.T.I
135	0305027608	Luky Fabrianto, S.Kom,M.Kom
136	0315069101	Lusa Indah Prahartiwi, S.Kom,M.Kom
137	0301019801	M. Ranga Ramadhan Saelan, S.Kom,M.Kom
138	0316038501	Mareanus Lase, S.Kom,M.Kom
139	0328128805	Maruloh, S.Kom,M.Kom



UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

- Jl. Kramat Raya No. 18, Jakarta Pusat
- Nusa Mandiri Tower,
Jl. Margonda Raya No. 545, Depok

- Jl. Damai No. 8, Warung Jati Barat (Margasatwa), Jakarta Selatan
- Jl. Daan Mogot No. 31, Tangerang



UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Gedung Rektorat : Nusa Mandiri Tower Jl. Jatiwaringin Raya No. 2, Jakarta Timur 13620
Telp. (021) 28534471, 28534390 e-mail : rektorat@nusamandiri.ac.id

NO	NIDN	NAMA DOSEN
140	0310078502	Maryanah Safitri, S.Kom,M.Kom
141	0331038501	Melan Susanti, S.Kom,M.Kom
142	0310128205	Dr. Mila Desi Anasanti, S.T,M.Sc.
143	0330038001	Mohamad Hendra Gunawan, S.E.,M.M
144	0301018402	Mohammad Badrul, S.Kom,M.Kom
145	0324039101	Mohammad Syamsul Azis, S.Kom,M.Kom
146	9903262449	Muchammad Rizky Kusumayudha, S.Kom
147	0324108305	Mudrikatul Arafah, S.Pd.I,M.Pd I
148	0329089501	Mugi Raharjo, S.Kom,M.Kom
149	0307118202	Muhadi Hariyanto, S.Kom,M.Kom
150	8934810021	Muhamad Hasan, S.Kom,M.Kom
151	0303068802	Muhamad Ryansyah, S.Kom,M.Kom
152	0323019402	Muhammad Abdullah, S.E.,M.M.
153	0330058801	Muhammad Fahmi, S.Kom,M.Kom
154	0315128703	Dr. Muhammad Haris, S.Kom,M.Eng
155	0319108903	Muhammad Hilman Fakhriza, S.Kom,M.Kom
156	0327129503	Muhammad Ifan Rifani Ihsan, S.Kom,M.Kom
157	0309048204	Muhammad Qomaruddin, S.Kom,M.Kom
158	0315099501	Muhammad Rezki, S.Kom,M.Kom
159	0317119101	Muhammad Rizki Fahdia, S.Kom,M.Kom
160	0315038702	Mulia Rahmayu, S.Kom,M.Kom
161	0305108503	Nanang Ruhyana, S.Kom,M.Kom
162	0328119101	Narti, S.Kom,M.Kom
163	0319088801	Nia Nuraeni, S.Kom,M.Kom
164	0310089101	Nicodias Palasara, S.Kom,M.Kom
165	0304069601	Nissa Almira Mayangky, S.Kom,M.Kom
166	0315097301	Dr. Nita Merlina, S.Kom,M.Kom
167	1103059101	Norma Yunita, S.Kom,M.Kom
168	0310019002	Normah, S.Kom,M.Kom
169	0320119201	Nova Yudha Andriansyah Putra, M.M.,S.St.Par
170	0308028901	Numan Musyaffa, S.Kom,M.Kom
171	0329038701	Nur Lutfiyana, S.Kom,M.Kom
172	0305069401	Nurajijah, S.Kom,M.Kom
173	0303018301	Nurmalasari, S.Kom,M.Kom
174	0326069701	Nurul Khasanah, S.Kom,M.Kom
175	0310127605	Nurul Qhomariyah, S.Si,M.Si
176	9903262791	Oky Kurniawan, S.Kom
177	0324068802	Popon Handayani, S.Kom,M.Kom
178	0323098901	Puji Astuti, S.Kom,M.Kom
179	0310068401	Rachman Komarudin, S.Kom,M.Kom
180	0304089002	Raden Bagus Dimas Putra, S.Kom,M.Kom
181	0328068201	Rani Irma Handayani, S.Kom,M.Kom
182	0304078801	Ratih Yulia Hayuningtyas, S.Kom,M.Kom
183	0301097001	Ratna Puspita, S.E.,M.M
184	0319038902	Retno Sari, S.Kom,M.Kom
185	0313129501	Ridan Nurfalah, S.Kom,M.Kom
186	0307078701	Ridwansyah, S.Kom,M.Kom
187	8885023419	Rifki Sadikin, S.T,M.Kom,Ph.D
188	0326079601	Riki Supriyadi, S.Kom,M.Kom



UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

- Jl. Kramat Raya No. 18, Jakarta Pusat
- Nusa Mandiri Tower,
Jl. Margonda Raya No. 545, Depok

- Jl. Damai No. 8, Warung Jati Barat (Margasatwa), Jakarta Selatan
- Jl. Daan Mogot No. 31, Tangerang



UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Gedung Rektorat : Nusa Mandiri Tower Jl. Jatiwaringin Raya No. 2, Jakarta Timur 13620
Telp. (021) 28534471, 28534390 e-mail : rektorat@nusamandiri.ac.id

NO	NIDN	NAMA DOSEN
189	0324038201	Rinawati, S.Kom,M.Kom
190	0304089501	Risca Lusiana Pratiwi, S.Kom,M.Kom
191	0305097501	Riva Abdillah Aziz, S.Kom,M.Kom
192	0308049701	Riyan Latifahul Hasanah, S.Kom,M.Kom
193	0319089001	Rizki Aulianita, S.Kom,M.Kom
194	0324019701	Rizky Ade Safitri, S.Kom,M.Kom
195	0321118101	Robi Sopandi, S.Kom,M.Kom
196	0322028703	Rosi Kusuma Serli, S.Kom,M.Kom
197	0726108101	Ruhul Amin, S.Kom,M.Kom
198	0313118802	Samudi, S.Kom,M.Kom
199	0312118405	Sandra Dewi Saraswati, S.Kom,M.Kom
200	0331107101	Santoso Setiawan, S.Kom,M.Kom
201	0313048504	Sanwani, S.Kom,M.M.S.I
202	0324048401	Sari Hartini, S.Kom,M.Kom
203	0325028803	Sartini, S.Kom,M.Kom
204	1104128702	Setiaji, S.Kom,M.Kom
205	0027108011	Shinta Oktaviana R, S.Kom,M.Kom
206	0312077902	Sidik, S.Kom,M.Kom
207	0328108103	Sita Anggraeni, S.Kom,M.Kom
208	0308089001	Siti Ernawati, S.Kom,M.Kom
209	0306088601	Siti Faizah, S.Kom,M.Kom
210	0322079501	Siti Fauziah, S.Kom,M.Kom
211	0303068403	Siti Marlina, S.Kom,M.Kom
212	0327079304	Siti Masturoh, S.Kom,M.Kom
213	0325119001	Siti Nur Khasanah, S.Kom,M.Kom
214	0309039601	Siti Nurdiani, S.Kom,M.Kom
215	0317119601	Siti Nurhasanah Nugraha, S.Kom,M.Kom
216	0311039501	Siti Nurlela, S.Kom,M.Kom
217	0307029403	Sri Hadiani, S.Kom,M.Kom
218	0313018109	Sri Muryani, S.Kom,M.Kom
219	0311059501	Sri Rahayu, S.Kom,M.Kom
220	0326056901	Sri Rusiyati, M.M.,S.E
221	0320088702	Sukmawati Anggraeni Putri, S.Kom,M.Kom
222	0307086802	Sulistianto, S.Pd,M.M.
223	0324068301	Sumarna, S.Kom,M.Kom
224	0321127804	Supriyadi, S.Kom,M.Kom
225	0330018801	Susafa'ati, S.Kom,M.Kom
226	0306018801	Susy Rosyida, S.Kom,M.Kom
227	8997560023	Dr. Suyoto, S.T,S.T,M.T
228	0308047404	Syafrianto, S.Kom,M.Kom
229	0304128801	Syahriani, S.Kom,M.Kom
230	0320108802	Syaifur Rahmatullah A.R, S.Kom,M.Kom
231	0320059701	Syarah Seimahuira, S.Kom,M.Kom
232	0303078801	Syarif Hidayatulloh, S.Kom,M.Kom
233	0323068901	Syifa Nur Rakhmah, S.Kom,M.Kom
234	0331129601	Taopik Hidayat, S.Kom,M.Kom
235	0325088902	Taransa Agasya Tutupoly, S.T,M.Kom
236	0331037802	Tati Mardiana, S.Kom,M.Kom
237	0304036701	Tino Dwiantoro, S.Kom,M.Kom



UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

- Jl. Kramat Raya No. 18, Jakarta Pusat
- Nusa Mandiri Tower,
Jl. Margonda Raya No. 545, Depok

- Jl. Damai No. 8, Warung Jati Barat (Margasatwa), Jakarta Selatan
- Jl. Daan Mogot No. 31, Tangerang



UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Gedung Rektorat : Nusa Mandiri Tower Jl. Jatiwaringin Raya No. 2, Jakarta Timur 13620
Telp. (021) 28534471, 28534390 e-mail : rektorat@nusamandiri.ac.id

NO	NIDN	NAMA DOSEN
238	0331018303	Titin Kristiana, S.Kom,M.Kom
239	0316098701	Titin Prihatin, S.Kom,M.Kom
240	0321019001	Tri Santoso, S.Kom,M.Kom
241	0315076909	Tuslaela, S.Kom,M.Kom
242	0311048401	Tuti Haryanti, S.Kom,M.Kom
243	0312108601	Tyas Setiyorini, S.Kom,M.Kom
244	0312118208	Ummu Radiyah, S.Kom,M.Eng
245	0314029103	Valentine Theresia Simamora, S.E.,M.M.
246	0324038701	Verra Sofica, S.Kom,M.Kom
247	0324077102	Vito Triantori, S.T,M.Kom
248	0314118903	Wahid Akbar Basudani, S.E.,M.M.
249	0327038501	Wida Prima Mustika, S.Kom,M.Kom
250	0315039701	Widi Astuti, S.Kom,M.Kom
251	0309077601	Windu Gata, S.Kom,M.Kom
252	0316049601	Witriana Endah Pangesti, S.Kom,M.Kom
253	0301068902	Wulan Dari, S.Kom,M.Kom
254	0315068601	Yamin Nuryamin, S.Kom,M.Kom
255	8828630017	Dr. Yan Rianto, M.Eng,B.Eng
256	0323118702	Yumi Novita Dewi, S.Kom,M.Kom
257	0304069002	Yuni Eka Achyani, S.Kom,M.Kom
258	0321088703	Yunita, S.Kom,M.Kom
259	0308058701	Yusnia Budiarti, S.Kom,M.Kom
260	0305029001	Yuyun Yuningsih, S.Kom,M.Kom
261	0317128103	Dr. Zico Pratama Putra, S.T,M.Sc.

Ditetapkan di : Jakarta
Pada tanggal : 01 September 2023
Rektor,



Prof. Dr. Ir. Dwiza Riana, S.Si, MM, M.Kom, IPU, ASEAN Eng.

Tembusan:

1. Ketua Yayasan Indonesia Nusa Mandiri
2. Ka. Divisi SDM
3. Wakil Rektor Bidang Akademik
4. Ka. BAAK, BAKU & BTI
5. Dekan
6. Ka. Prodi
7. LPPM
8. Ybs
9. Arsip



UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

- Jl. Kramat Raya No. 18, Jakarta Pusat
- Nusa Mandiri Tower,
Jl. Margonda Raya No. 545, Depok

- Jl. Damai No. 8, Warung Jati Barat (Margasatwa), Jakarta Selatan
- Jl. Daan Mogot No. 31, Tangerang