



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS DI GLOBAL PRATAMA TEXINDO SIDAREJA CILACAP JAWA TENGAH)

Tia Septiana¹, Budi Prasetyo²

¹ Universitas Nasional Pasim, Bandung

² Universitas Telkom, Bandung

e-mail: tseptiana2000@gmail.com, budiprasetyo@telkomuniversity.ac.id

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima, 14 Oktober 2023

Direvisi, 17 Oktober 2023

Disetujui, 24 Oktober 2023

KEYWORDS

Quality of Service

Price

Purchasing Decision

ABSTRACT

This research was conducted on Consumer Global Pratama Texindo Sidareja. The purpose of this study is to determine how much the influence of service quality and price on purchasing decisions both partially and simultaneously at Global Pratama Texindo Sidareja. The research methods used in this study are descriptive methods and associative methods. In this study, the unit of analysis is consumers who shop at Global Pratama Texindo Sidareja. The sample in this study was 138 respondents who were calculated using the slovin formula. The sampling technique in this study is purposive random sampling. The analysis method uses multiple linear regression analysis, in addition to testing the validity and reliability of the research instrument. Based on the results of the study shows that service quality does not affect purchasing decisions at Global Pratama Texindo Sidareja. Price affects purchasing decisions at Global Pratama Texindo Sidareja. Service quality and price simultaneously (together) influence purchasing decisions at Global Pratama Texindo Sidareja. The implication in this study is that Global Pratama Texindo Sidareja can review the money-back guarantee if the product ordered is not what consumers want, pay attention to the prices offered to consumers to match market prices and pay attention to consumer buying habits in terms of providing membership cards (members) so that consumers recommend buying products at Global Pratama Texindo Sidareja.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

KATA KUNCI

Kualitas Pelayanan

Harga

Keputusan Pembelian

CORRESPONDING AUTHOR

Tia Septiana

Universitas Nasional Pasim
Bandung

tseptiana2000@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada Konsumen Global Pratama Texindo Sidareja. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan pada Global Pratama Texindo Sidareja. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan metode asosiatif. Pada penelitian ini yang menjadi unit analisisnya adalah konsumen yang berbelanja di Global Pratama Texindo Sidareja. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 138 responden yang dihitung menggunakan rumus slovin. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah purposive random sampling. Metode analisis menggunakan analisis regresi linear berganda, selain itu juga dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas instrument penelitian. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa

kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Global Pratama Texindo Sidareja. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Global Pratama Texindo Sidareja. Kualitas pelayanan dan harga secara simultan (bersama sama) berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Global Pratama Texindo Sidareja. Implikasi dalam penelitian ini bahwa Global Pratama Texindo Sidareja dapat meninjau kembali mengenai jaminan uang kembali apabila produk yang dipesan tidak sesuai dengan yang diinginkan konsumen, memperhatikan terkait harga yang ditawarkan pada konsumen agar sesuai dengan harga pasar dan memperhatikan kebiasaan membeli konsumen dalam hal memberikan kartu keanggotaan (member) agar konsumen merekomendasikan untuk membeli produk di Global Pratama Texindo Sidareja.

PENDAHULUAN

Fenomena yang terjadi sekarang adalah konsumen yang lebih aktif daripada pramuniaga atau pelayan toko, dimana hal tersebut dapat dilihat dari ketika ada seorang konsumen yang datang pada perusahaan atau toko seorang pramuniaga tidak langsung menyambut konsumen atau menanyakan produk, jasa serta merek apa yang dibutuhkan oleh konsumen tersebut. Pramuniaga cenderung lebih bersikap pasif dan malah menunggu konsumen yang bertanya lebih dulu, tentunya hal tersebut menjadi cermin dari kinerja karyawan tersebut. Kinerja karyawan merupakan suatu hasil yang dicapai oleh pegawai tersebut dalam pekerjaannya menurut kriteria tertentu yang berlaku untuk suatu pekerjaan tertentu. Hal ini menjadi sebuah keluhan dari konsumen atas kinerja karyawan serta sumber daya manusia yang kurang memadai sehingga prosedur pelayanan masih berbelit-belit, pramuniaga yang kurang tanggap terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen. Pada kenyataannya konsumen tidak mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan yang diinginkan.

Berdasarkan dengan kualitas pelayanan yang ada di Global Pratama Texindo Sidareja, berikut merupakan data prasurvey bulan Maret terhadap 20 orang konsumen Global Pratama Texindo Sidareja yaitu sebagai berikut :

Tabel 1 Fenomena Kualitas Pelayanan Global Pratama Texindo Sidareja

No	Pernyataan	Setuju		Tidak Setuju		Responden	
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
1	Memiliki fasilitas tempat yang sangat nyaman dan bersih, serta penampilan karyawan yang rapi	4	20	16	80	20	100
2	Memberikan jasa pesan antar untuk konsumen	15	25	5	75	20	100
3	Memberikan respon yang cepat ketika ada keluhan dari konsumen	3	15	17	85	20	100

No	Pernyataan	Setuju		Tidak Setuju		Responden	
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
4	Melakukan pelayanan yang cepat dan tepat, namun dalam pengadaan barang kurang maksimal	14	70	6	30	20	100
5	Memberikan jaminan uang kembali atau penggantian apabila barang tersebut rusak atau tidak sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen.	9	45	11	55	20	100

(Sumber: Pra-survey Maret 2023)

Berdasarkan Tabel 1 diatas mengenai kualitas pelayanan pada Global Pratama Texindo Sidareja yang diukur dengan lima dimensi yaitu bukti fisik (*tangible*), empati (*emphaty*), daya tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reability*), dan jaminan (*assurance*). Implementasi kualitas pelayanan pada Global Pratama Texindo Sidareja pada dimensi bukti fisik (*tangible*) dimana terdapat 20% konsumen menyatakan setuju dan 80% kosnumen menyatakan tidak setuju dikarenakan penampilan karyawannya belum rapih karena ada yang memakai seragam dan aja juga yang tidak memakai seragam dan tempat yang kurang nyaman dan bersih karena banyak kain yang tidak tersusun rapih. Kemudian pada dimensi empati (*emphaty*) Global Pratama Texindo Sidareja dimana terdapat 25% konsumen menyatakan setuju dan 75% menyatakan tidak setuju mengenai jasa pesan antar dikarenakan barang diantar setelah karyawan pulang dari toko sehingga memakan waktu yang cukup lama.

Pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*) 15% konsumen setuju dan 85% kosnumen menyatakan tidak setuju dikarenakan respon yang kurang cepat ketika konsumen mengajukan keluhan mereka. Kemudian pada dimensi keandalan (*reability*) terdapat 70% konsumen setuju dan 30% konsumen menyatakan tidak setuju dikarenakan pengadaan barang Global Pratama Texindo Sidareja masih kurang maksimal dikarenakan terkadang ada stok yang kosong atau konsumen harus mengikuti PO (*Pre Order*) terlebih dahulu yang memakan waktu 2 sampai 3 hari hal tersebut mengakibatkan pelayanannya kurang maksimal. Dan yang terakhir implementasi pada dimensi jaminan (*assurance*) yang dilakukan Global Pratama Texindo Sidareja terdapat 45% konsumen menyatakan setuju dan 55% konsumen tidak setuju karena Global Pratama Texindo Sidareja tidak memberikan jaminan uang kembali atau penggantian apabila barang tersebut rusak atau tidak sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen jika konsumen tersebut sudah tidak ada di area toko. Dengan demikian ada beberapa respon konsumen yang menyatakan tidak setuju mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh Global Pratama Texindo Sidareja sehingga perlu dilakukan penelitian apa yang menyebabkan kualitas pelayanan di Global Pratama Texindo belum memadai.

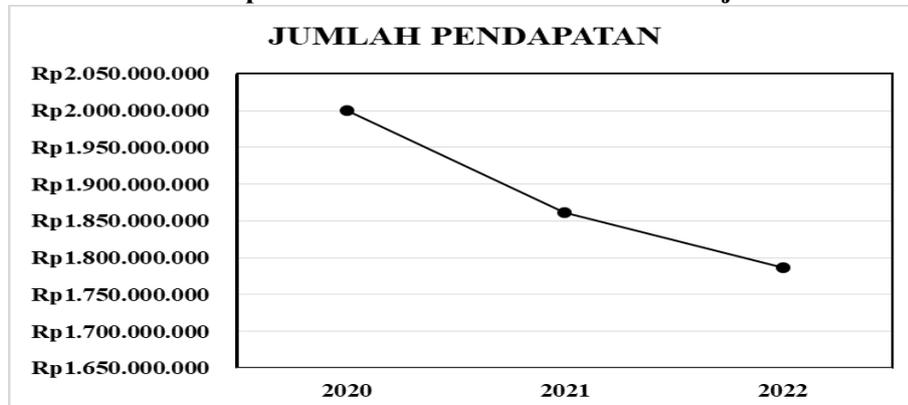
Pada saat ini salah satu perkembangan yang semakin ketat adalah perkembangan toko kain atau textile yang menyediakan kain dengan beraneka ragam pilihan.

Perkembangan usaha toko kain selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun sehingga mengharuskan pemilik usaha melakukan inovasi terhadap pelayanan yang di berikan seperti pada Global Pratama Texindo Sidareja. Global Pratama Texindo Sidareja merupakan sebuah usaha ritel yang menjual berbagai jenis kain pada konsumennya dengan berbagai merek, corak, warna dan kualitas dengan harga yang cukup terjangkau.

Global Pratama Texindo Sidareja ini memiliki lima cabang yaitu Billah Putra Texindo yang beralamat di Taman Kopo Indah III Ruko D74, Damar Putra Texindo yang beralamat di Jl Cigondewah Rahayu No. 126 Cigondewah Kidul Bandung, Global Pratama Texindo Sidareja yang beralamat di Jl Jendral Soedirman No. 202 Desa Cilakong Sidareja Cilacap, Globaltex Banjarsari yang beralamat di Jl Raya Banjarsari No. 78 Ciamis, serta Globaltex Karawang yang beralamat di Jl Raya Kosambi No. 32 Karawang. Di dalam sektor usaha toko kain, Global Pratama Texindo Sidareja memiliki kompetitor yang bergerak dalam bidang yang sama, untuk terus berusaha menjadi toko kain yang berkualitas dan memenuhi kebutuhan konsumen Global Pratama Texindo Sidareja melakukan upaya-upaya pendekatan pasar dalam mempertahankan posisinya, sehingga konsumen memutuskan untuk membeli produk di Global Pratama Texindo Sidareja dibanding dengan kompetitor toko kain lainnya.

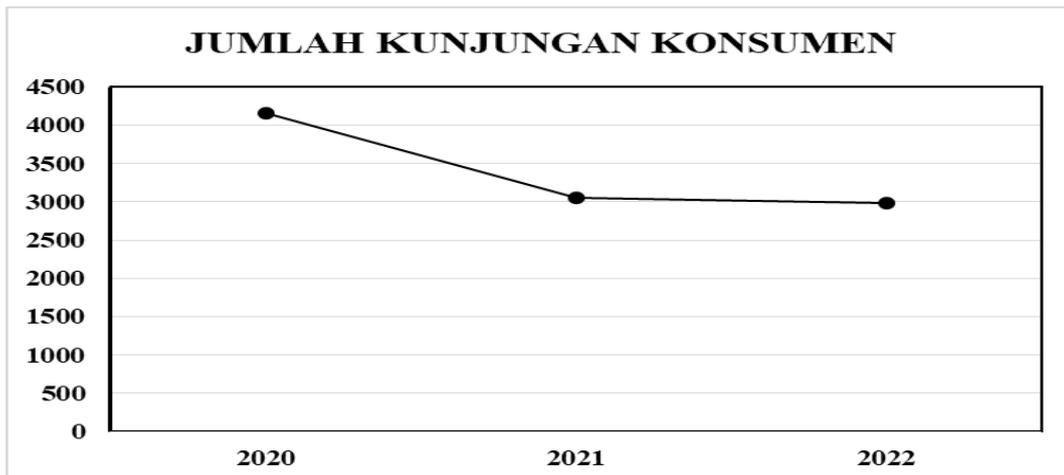
Untuk dapat mempertahankan posisinya dalam persaingan yang ketat dapat dilihat dari pendapatan yang diperoleh oleh Global Pratama Texindo Sidareja.

Gambar 1 Jumlah Pendapatan Global Pratama Texindo Sidareja Tahun 2020-2022



(Sumber : Global Pratama Texindo Sidareja)

Dari Gambar 1 dapat dilihat bahwa, pendapatan Global Pratama Texindo Sidareja dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2022 mengalami penurunan yang cukup signifikan. Dapat dilihat pada tahun 2020 Global Pratama Texindo Sidareja memperoleh pendapatan sebesar Rp. 2.000.189.503, kemudian pada tahun 2021 mengalami penurunan menjadi Rp. Rp 1.861.281.007, dan pendapatannya juga menurun lagi di tahun 2022 dengan jumlah Rp 1.786.747.080. Hal tersebut dapat disebabkan oleh kualitas pelayanan dan harga yang diberikan oleh Global Pratama Texindo Sidareja, sehingga menunjukkan bahwasannya keputusan pembelian di Global Pratama Texindo Sidareja mengalami penurunan.



Gambar 2 Jumlah Konsumen Global Pratama Texindo Sidareja Tahun 2020-2022
(Sumber : Global Pratama Texindo Sidareja)

Selain pendapatan yang cenderung menurun dari tahun 2020-2023, gambar 2 merupakan jumlah kunjungan konsumen Global Pratama Texindo Sidareja yang juga mengalami penurunan. Pada tahun 2020 konsumen yang mengunjungi Global Pratama Texindo Sidareja sebesar 4.346 orang, dan mengalami penurunan pada tahun 2021 jumlah konsumen yang berkunjung sebesar 3.159, dan pada tahun 2023 menjadi 2964 orang konsumen yang berkunjung ke Global Pratama Texindo Sidareja. Hal tersebut dapat disebabkan oleh kualitas pelayanan yang diberikan dan juga harga yang ditawarkan oleh Global Pratama Texindo Sidareja sehingga konsumen lebih memilih untuk mengunjungi atau berbelanja di kompetitor lain.

Adapun fenomena harga berdasarkan data pra-survey terhadap 20 konsumen Global Pratama Texindo Sidareja pada bulan maret 2023 yang dapat dilihat pada tabel 3 sebagai berikut :

Tabel 2. Fenomena Harga Global Pratama Texindo Sidareja

No	Pernyataan	Setuju		Tidak Setuju		Responden	
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
1	Memberikan penawaran harga yang standar kepada konsumen	6	30	14	70	20	100
2	Harga yang ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan kualitas kainnya	9	45	11	55	20	100
3	Harga yang ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan manfaat yang akan diperoleh oleh konsumen	10	50	10	50	20	100

4	Harga yang ditawarkan oleh Global Pratama Texindo mampu bersaing dengan toko kain lainnya.	7	3 5	13	6 5	20	10 0
---	--	---	--------	----	--------	----	---------

(Sumber : Pra-survey maret 2023)

Harga yang diberikan Global Pratama Texindo Sidareja dapat diukur dalam empat dimensi yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan manfaat, dan daya saing harga. Berdasarkan tabel 2 dalam dimensi keterjangkauan harga dimana terdapat 30% konsumen setuju dan 70% konsumen yang tidak setuju dikarenakan Global Pratama Texindo Sidareja memberikan penawaran harga yang cukup standar kepada konsumen, tetapi tidak jarang konsumen masih melakukan perbandingan harga dengan kompetitor toko kain lainnya dan memutuskan untuk membeli di kompetitor toko kain tersebut. Pada dimensi kesesuaian harga dengan kualitas sebanyak 45% konsumen menyatakan setuju dan 55% konsumen tidak setuju karena kualitas kain yang diberikan Global Pratama Texindo Sidareja kepada konsumen terkadang tidak sesuai dengan harga yang diberikan. Sebanyak 50% konsumen setuju dan 50% konsumen menyatakan tidak setuju mengenai kesesuaian harga dengan manfaat yang diberikan Global Pratama Texindo Sidareja karena harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan manfaat yang didapatkan oleh konsumen. Pada daya saing harga yang diberikan Global Pratama Texindo Sidareja sebanyak 35% konsumen menyatakan setuju dan 65% konsumen tidak setuju karena harga yang ditawarkan oleh Global Pratama Texindo Sidareja tidak mampu bersaing dengan toko kain lainnya hal tersebut dapat dilihat ketika konsumen lebih memilih untuk berbelanja di kompetitor lain.

Dalam prosesnya keputusan pembelian merupakan tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk. Pada dasarnya pengambilan keputusan pembelian setiap orang sama namun proses pengambilan keputusannya berbeda, dimana dalam proses pengambilan keputusan akan melalui lima proses yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan evaluasi pasca pembelian. Pada Global Pratama Texindo Sidareja masalah yang dihadapi yaitu tujuan untuk membeli produk tersebut. Selanjutnya konsumen akan mencari informasi mengenai keberadaan Global Pratama Texindo Sidareja. Selain hal tersebut, pada evaluasi alternatif pilihan kain yang ditawarkan berbeda-beda jenisnya sehingga konsumen memiliki banyak pilihan akan kebutuhan dan keinginannya.

Tabel 3. Fenomena Keputusan Pembelian Global Pratama Texindo Sidareja

No	Pernyataan	Setuju		Tidak Setuju		Responden	
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
1	Konsumen akan mencari informasi mengenai produk yang akan mereka beli, dan mencari lokasi Global Pratama Texindo	8	40	12	60	20	100

2	Kebiasaan konsumen membeli produk kain di Global Pratama Texindo karena merupakan rekomendasi teman atau saudara	2	10	18	90	20	100
3	Konsumen akan merekomendasikan produk kain Global Pratama Texindo kepada teman atau saudara mereka karena mereka merasa produk tersebut berkualitas	9	45	11	55	20	100
4	Konsumen melakukan pembelian berulang-ulang karena mereka merasa puas dan percaya terhadap Global Pratama Texindo	10	50	10	50	20	100

(Sumber : Pra-survey maret 2023)

Tabel 3 merupakan fenomena keputusan pembelian yang terjadi di Global Pratama Texindo Sidareja yang dilihat pada dimensi keputusan pembelian yaitu ketertarikan pada produk, kebiasaan dalam membeli, merekomendasikan kepada orang lain, dan melakukan pembelian ulang. Terdapat 40% konsumen menyatakan setuju dan 60% konsumen menyatakan tidak setuju terhadap dimensi ketertarikan pada produk dikarenakan konsumen lebih memilih untuk langsung membeli produk tanpa mencari tahu terlebih dahulu mengenai informasi produk yang akan dibeli. Kemudian pada dimensi kebiasaan dalam membeli terdapat 10% konsumen setuju dan 90% konsumen tidak setuju karena mereka membeli kain di Global Pratama Texindo Sidareja bukan merupakan rekomendasi dari teman. Kemudian terdapat 35% konsumen setuju dan 65% konsumen merasa tidak setuju jika setelah membeli produk kain di Global Pratama Texindo Sidareja mereka akan mempengaruhi atau merekomendasikan orang lain untuk berbelanja di toko kain tersebut karena kualitas kain yang kurang bagus. Terdapat 50% konsumen menyatakan setuju dan 50% konsumen menyatakan tidak setuju akan melakukan pembelian berulang-ulang di Global Pratama Texindo Sidareja karena mereka tidak merasa puas ketika berbelanja disana. Kedua variabel yang dibahas sebelumnya adalah kualitas pelayanan dan harga dimana dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada Global Pratama Texindo Sidareja, berdasarkan tabel 4 diatas masih ada konsumen yang tidak setuju dengan keputusan pembelian di Global Pratama Texindo Sidareja, terlihat pada saat konsumen mendapat pelayanan di Global Pratama Texindo Sidareja dan harga yang ditawarkan masih belum bisa bersaing dengan kompetitor sehingga konsumen cenderung melakukan perbandingan harga dengan kompetitor lainnya sehingga tidak jarang konsumen akan berbelanja di tempat lain.

Maksud dan tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan di Global Pratama Texindo Sidareja, untuk mengetahui harga di Global Pratama Texindo Sidareja, untuk mengetahui keputusan pembelian di Global Pratama Texindo

Sidareja, untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Global Pratama Texindo Sidareja, untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Global Pratama Texindo Sidareja, untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian di Global Pratama Texindo Sidareja.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan asosiatif. Tujuan dari penggunaan metode deskriptif dalam penelitian ini adalah untuk melihat gambaran, kondisi, fluktuasi mengenai variabel-variabelterikat yaitu kualitas pelayanan, harga dan keputusan pembelian. Sedangkan penggunaan metode asosiatif bertujuan untuk melihat hubungan antara variabel-variabel yaitu kualitas pelayanan , harga dan keputusan pembelian.

Populasi yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah konsumen Global Pratama Texindo Sidareja pada bulan oktober dengan kunjungan konsumen 248 orang, bulan november berjumlah 167 orang, dan bulan desember 215 orang sehingga total kunjungan konsumen berjumlah 630 orang, yang kemudian diperoleh rata-rata jumlah pengunjung pada tiga bulan terakhir tahun 2022 yaitu bulan oktober, november, desember yaitu 210 orang konsumen. Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah purposive random sampling. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016). Berdasarkan hasil rumus slovin, maka diperoleh jumlah ukuran sampel sebesar 138 dari jumlah konsumen di Global Pratama Texindo Sidareja. Berdasarkan hal tersebut maka dalam menentukan sampel peneliti menggunakan rumus slovin. Apabila jumlah populasi sebesar 210 konsumen, dengan taraf kesalahan 5% maka diperoleh jumlah populasinya yaitu 138 konsumen. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada 138 konsumen untuk mendapatkan data yang kemudian dianalisis sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan penelitian.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Primer dan Data Sekunder. . Dalam penelitian ini sumber data primer adalah kuesioner. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah artikel, jurnal, serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian. Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner dengan pengukuran skala likert dengan alternatif jawaban Sangat Setuju, Setuju, Netral, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus di Global Pratama Texindo Sidareja Cilacap Jawa Tengah

Pengujian penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan harga serta variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Bentuk hipotesisnya sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1 = 0$: Tidak terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

$H_1 : \beta_1 \neq 0$: Terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

Untuk melihat signifikansi dari pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dapat dilihat pada output regresi dibawah ini

Tabel 4 Analisis Regresin Linear Berganda

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta					
(Constant)	13.527	1.985		6.815	.000			
Kualitas Pelayanan (X1)	.138	.075	.200	1.847	.067	.425	2.355	
Harga (X2)	.322	.086	.407	3.759	.000	.425	2.355	

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Diolah SPSS, 2023

Berdasarkan hasil analisis dari tabel di atas dapat dijelaskan koefisienkoefisien persamaan regresi sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \beta &= 13.527 \\ X_1 &= 0,138 \\ X_2 &= 0,322 \end{aligned}$$

Sehingga persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini adalah :

$$Y = 13.527 + 0,138X_1 + 0,322X_2$$

Dari persamaan tersebut, maka dapat djelaskan sebagai berikut:

1. Berdasarkan persamaan diatas nilai konstanta (a) adalah 13,527 yang berarti jika variabel kualitas pelayanan dan harga mempunyai nilai = 0 maka nilai keputusan pembelian adalah 13,527.
2. Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan (X1) adalah 0,138 artinya jika kualitas mengalami kenaikan sebesar 1 maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,138. Koefesien regresi bernilai positif antara kualitas pelayanan dan keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan apabila kualitas pelayanan semakin meningkat, maka keputusan pembelian pun akan semakin meningkat.
3. Nilai koefisien regresi variabel persepsi harga (X2) adalah 0,322 artinya jika persepsi harga mengalami kenaikan sebesar 1 maka niat menggunakan ulang akan mengalami kenaikan sebesar 0,322. Koefisien regresi bernilai positif, artinya terjadi hubungan positif antara persepsi harga dan keputusan pembelian.

Pengujian uji t (uji parsial) untuk mengetahui apakah secara parsial kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan atau tidak terhadap keputusan pembelian. Hasil uji t pada penelitian ini sebagai berikut :

**Tabel 2 Uji t (Uji Parsial)
Coefficients^a**

Model	T	Sig.
(Constant)	6.815	0
Kualitas Pelayanan (X1)	1.847	0.067
Harga (X2)	3.759	0

a. Dependent Variable : Keputusan Pembelian (Y)

Sumber : Data Diolah SPSS, 2023

Uji t dengan tingkat $\alpha=5\%$, diketahui $n=138$, dengan $df=n-2$ yaitu $df=136$ adalah 1.978. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian diperoleh nilai thitung $1.847 < t_{tabel} 1.978$ dengan probabilitas signifikansi kualitas pelayanan (X1) pada level 0,067. Sesuai dengan kriteria bila nilai signifikansi $> 0,05$, H_1 ditolak, H_0 diterima., yang artinya kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Global Pratama Texindo Sidareja.

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus di Global Pratama Texindo Sidareja Cilacap Jawa Tengah

Pengujian penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan harga serta variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Bentuk hipotesisnya sebagai berikut :

$H_0 : \beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian

$H_1 : \beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian

Untuk melihat signifikansi dari pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dapat dilihat pada output regresi dibawah ini

Tabel 6 Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	13.527	1.985		6.815	.000		
Kualitas Pelayanan (X1)	.138	.075	.200	1.847	.067	.425	2.355
Harga	.322	.086	.407	3.759	.000	.425	2.355

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber : Data Diolah SPSS, 2023

Berdasarkan hasil analisis dari tabel di atas dapat dijelaskan koefisien-koefisien persamaan regresi sebagai berikut:

$$\beta = 13.527$$

$$X_1 = 0,138$$

$$X_2 = 0,322$$

Sehingga persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini adalah :

$$Y = 13.527 + 0,138X_1 + 0,322X_2$$

Dari persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Berdasarkan persamaan diatas nilai konstanta (a) adalah 13,527 yang berarti jika variabel kualitas pelayanan dan harga mempunyai nilai = 0 maka nilai keputusan pembelian adalah 13,527.
2. Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan (X1) adalah 0,138 artinya jika kualitas mengalami kenaikan sebesar 1 maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,138. Koefesien regresi bernilai positif antara kualitas pelayanan dan keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan apabila kualitas pelayanan semakin meningkat, maka keputusan pembelian pun akan semakin meningkat.
3. Nilai koefisien regresi variabel persepsi harga (X2) adalah 0,322 artinya jika persepsi harga mengalami kenaikan sebesar 1 maka niat menggunakan ulang akan mengalami kenaikan sebesar 0,322. Koefisien regresi bernilai positif, artinya terjadi hubungan positif antara persepsi harga dan keputusan pembelian.

Pengujian uji t (uji parsial) untuk mengetahui apakah secara parsial harga mempunyai pengaruh signifikan atau tidak terhadap keputusan pembelian. Hasil uji t pada penelitian ini sebagai berikut :

**Tabel 3 Uji t (Uji Parsial)
Coefficients^a**

Model	T	Sig.
(Constant)	6.815	0
Kualitas Pelayanan (X1)	1.847	0.067
Harga (X2)	3.759	0

a. Dependent Variable : Keputusan Pembelian (Y)

Sumber : Data Diolah SPSS, 2023

Uji t dengan tingkat $\alpha=5\%$, diketahui $n=138$, dengan $df=n-2$ yaitu $df=136$ adalah 1.978. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian diperoleh nilai thitung 3.759 > ttabel 1.978 dengan probabilitas signifikansi kualitas pelayanan (X1) pada level 0,000. Sesuai dengan kriteria bila nilai signifikansi < 0,05, H_2 diterima H_0 ditolak, yang artinya harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Global Pratama Texindo Sidareja. Artinya jika harga yang ditawarkan standar dan sesuai dengan kualitas barangnya, maka keputusan pembelian konsumen akan semakin meningkat untuk berbelanja di Global Pratama Texindo Sidareja.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus di Global Pratama Texindo Sidareja Cilacap Jawa Tengah

Setelah asumsi-asumsi klasik linear berganda diperiksa dan dipenuhi, maka berikutnya akan diuji kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada Global Pratama Texindo Sidareja. Bentuk hipotesisnya sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$: Variabel kualitas pelayanan dan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

$H_0 : \beta_1, \beta_2 \neq 0$: Variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian

**Tabel 4 Uji F (Uji Simultan)
ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	542.441	2	271.221	33.067	.000 ^b
	Residual	1107.276	135	8.202		
	Total	1649.717	137			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga (X2) , Kualitas Pelayanan (X1)

Sumber : Data Diolah SPSS, 2023

Berdasarkan hasil analisis dari tabel di atas, diperoleh F_{hitung} sebesar 237.446 sedangkan nilai F_{tabel} pada taraf nyata (α) 5% dengan derajat bebas $V1 = k$; $V2 = n - k - 1 = 138 - 2 - 1 = 135$. Artinya nilai F_{tabel} sebesar 3.06.

Tabel 5 Kesimpulan Pengujian Secara Simultan

Nilai Fhitung	Nilai Ftabel	Keterangan
33.067	3.06	Signifikan

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat diambil kesimpulan bahwa hasil perhitungan statistik menunjukkan $F_{hitung} 33,067 > F_{tabel} 3,06$. Nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ maka dapat diartikan H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga secara keseluruhan variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Artinya kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Global Pratama Texindo Sidareja.

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi berfungsi untuk menunjukkan bagaimana variasi nilai variabel terkait dipengaruhi oleh variasi nilai variabel bebas. Dengan kata lain, koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya. Hasil koefisien determinasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 10 Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.573 ^a	.329	.319	2.86392

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber : Data Diolah SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 61 diatas menunjukkan bahwa koefisien korelasi yang menunjang hubungan variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 0.573.

Adapun dari tabel diatas dapat diketahui hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,329 berarti besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar koefisien determinasi ($R^2 \times 100\%$) atau 32,9% dan sisanya 67,1% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Untuk melihat besar pengaruh dari masing-masing variable bebas terhadap variable terikat, dilakukan perhitungan dengan menggunakan formula Beta x Zero Order x 100%. Beta adalah koefisien regresi yang telah distandarkan, sedangkan zero order merupakan korelasi parsial dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai Beta dan zero order sebagai berikut :

Coefficients^a

Modal		Standardized Coefficients	Correlations
		Beta	Zero-order
1	Kualitas Pelayanan (X1)	.200	.508
	Harga (X2)	.407	.588

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian(Y)

Sumber : Data Diolah SPSS, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilakukan perhitungan memperoleh pengaruh parsial dari setiap variabel sebagai berikut:

Kualitas Pelayanan (X1) : $0.200 \times 0.508 \times 100\% = 0.101$ atau 10.1 %

Harga (X2) : $0.407 \times 0.588 \times 100\% = 0.239$ atau 23.9%

Berdasarkan perhitungan di atas, diketahui bahwa pengaruh terbesar dari variabel harga (X2) dengan kontribusi pengaruh sebesar 23.9% sedangkan variabel Kualitas Pelayanan (X1) memberikan kontribusi pengaruh sebesar 10.1%.

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan di Global Pratama Texindo Sidareja

Berdasarkan hasil pengolahan deskriptif, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan terdiri dari 10 pernyataan dengan nilai rata-rata bobot aktual sebesar 549, nilai tersebut termasuk kategori baik karena berada pada interval 471 – 581. Hasil tersebut terdapat nilai bobot terendah pada pernyataan “Global Pratama Texindo memberikan

jaminan biaya kembali apabila produk yang dipesan tidak sesuai dengan keinginan konsumen” dengan nilai bobot sebesar 534. Terdapat pernyataan dengan nilai bobot tertinggi yaitu pada pernyataan “ Petugas Layanan Global Pratama Texindo sudah sangat ramah dan sopan dalam memberikan layana terhadap konsumen” dengan nilai bobot aktual sebesar 568.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan berada pada kategori baik, namun masih terdapat aspek yang lemah yaitu mengenai jaminan uang kembali apabila produk yang dipesan tidak sesuai dengan keinginan konsumen, terkait dengan hal tersebut hendaknya Global Pratama Texindo Sidareja memberikan jaminan uang kembali kepada konsumen apabila produk yang dipesan tidak sesuai dengan keinginan konsumen.

2. Bagaimana Harga di Global Pratama Texindo Sidareja

Berdasarkan hasil pengolahan deskriptif, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan terdiri dari 8 pernyataan dengan nilai rata-rata bobot aktual sebesar 524, nilai tersebut termasuk kategori baik karena berada pada interval 471 – 581. Hasil tersebut terdapat nilai bobot terendah pada pernyataan “Jika dibandingkan dengan kompetitor lain harga barang yang ditawarkan Global Pratama Texindo cenderung lebih murah sehingga mampu bersaing” dengan nilai bobot sebesar 487. Terdapat pernyataan dengan nilai bobot tertinggi yaitu pada pernyataan “ Ketika membeli produk di Global Pratama Texindo petugas layanan akan memberikan barang yang sesuai dengan yang manfaat yang diinginkan konsumen” dengan nilai bobot aktual sebesar 560.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan berada pada kategori baik, namun masih terdapat aspek yang lemah yaitu mengenai harga barang yang ditawarkan Global Pratama Texindo cenderung lebih murah, untuk itu hendaknya Global Pratama Texindo Sidareja meninjau kembali mengenai harga yang di tawarkan kepada konsumen karena terdapat beberapa konsumen yang masih menyatakan tidak setuju mengenai harga yang ditawarkan lebih murah.

3. Bagaimana Keputusan Pembelian di Global Pratama Texindo Sidareja

Berdasarkan hasil pengolahan deskriptif, dapat disimpulkan bahwa variabel keputusan pembelian terdiri dari 8 pernyataan dengan nilai rata-rata bobot aktual sebesar 527, nilai tersebut termasuk kategori baik karena berada pada interval 471 – 581. Hasil tersebut terdapat nilai bobot terendah pada pernyataan “Anda membeli suatu produk karena merupakan rekomendasi dari teman atau saudara” dengan nilai bobot sebesar 453. Terdapat pernyataan dengan nilai bobot tertinggi yaitu pada pernyataan “Jika anda merasa puas dengan sebuah produk yang anda beli di Global Pratama Texindo maka anda akan melakukan pembelian ulang pada toko tersebut” dengan nilai bobot aktual sebesar 573.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan berada pada kategori baik, namun masih terdapat aspek yang lemah yaitu mengenai kebiasaan konsumen dalam membeli dimana konsumen membeli suatu produk

jika produk tersebut merupakan rekomendasi dari teman atau saudara, untuk itu hendaknya Global Pratama Texindo Sidareja lebih memahami kebiasaan konsumen dalam membeli agar keputusan pembelian dapat terjadi di Global Pratama Texindo Sidareja. dibanding kompetitor lain.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Global Pratama Texindo Sidareja

Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t) untuk kualitas pelayanan (X1) menunjukkan bahwa nilai thitung $1.847 < t_{tabel} 1.978$ dengan probabilitas signifikansi kualitas pelayanan (X1) pada level $0,067$. Sesuai dengan kriteria bila nilai signifikansi $> 0,05$, H1 ditolak, H0 diterima., yang artinya kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Global Pratama Texindo Sidareja. Variabel kualitas pelayanan memberikan kontribusi atau pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar $10,1\%$.

Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Global Pratama Texindo Sidareja dikarenakan pelayanan yang diberikan tidak jauh berbeda dengan toko toko lain, masalah pada umumnya seperti tidak memberikan jaminan uang kembali ketika barang yang di pesan tidak sesuai dengan keinginan konsumen dimana hal ini juga terjadi di toko kompetitor.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sa'diyah, 2020) dalam penelitian yang berjudul "Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Alat Elektronik Pada PT. Muda Jaya Mandiri" bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh pada keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan pelayanan yang diberikan masih tidak jauh berbeda dengan toko-toko lain pada umumnya dan tidak memberikan jaminan uang kembali apabila barang yang dipesan tidak sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen, sehingga tidak terlalu memberikan pengaruh kepada konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa, kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Global Pratama Texindo Sidareja. Apabila kualitas pelayanan yang dilakukan semakin baik seperti memberikan jaminan uang kembali maka keputusan pembelian konsumen akan semakin meningkat untuk berbelanja di Global Pratama Texindo Sidareja.

5. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Global Pratama Texindo Sidareja

Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t) untuk harga (X2) menunjukkan bahwa nilai thitung $3.759 > t_{tabel} 1.978$ dengan probabilitas signifikansi harga (X2) pada level $0,000$. Sesuai dengan kriteria bila nilai signifikansi $< 0,05$, H2 diterima H0 ditolak, yang artinya harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Global Pratama Texindo Sidareja. Variabel harga memberikan kontribusi atau pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar $23,9\%$.

Harga merupakan salah satu faktor yang menentukan keputusan pembelian. Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dikarenakan harga yang ditawarkan oleh petugas layanan sesuai dengan manfaat yang dirasakan konsumen ketika membeli barang di Global Pratama Texindo Sidareja.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Ardiansyah, 2019, p. 73) dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minimarket Amarta Mlilir Jl Diponegoro Madiun” bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan bahwa harga yang ditawarkan oleh petugas layanan sesuai dengan manfaat yang dirasakan konsumen, sehingga memberikan pengaruh kepada konsumen untuk melakukan keputusan pembelian di Global Pratama Texindo Sidareja.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa, harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Global Pratama Texindo Sidareja. Apabila harga yang diberikan standar dan sesuai dengan kualitas barang maka keputusan pembelian konsumen akan semakin meningkat untuk berbelanja di Global Pratama Texindo Sidareja.

6. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Global Pratama Texindo Sidareja

Berdasarkan hasil perhitungan statistik menunjukkan $F_{hitung} 33,067 > F_{tabel} 3,06$. Nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat diartikan H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga secara keseluruhan variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Artinya kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Global Pratama Texindo Sidareja. Koefisien korelasi yang menunjang hubungan variabel kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 0,573 dengan hasil koefisien determinasi sebesar 32,9%.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ardiansyah, 2019) yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minimarket Amarta Mlilir Jl Diponegoro Madiun” menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama sama atau simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa, kualitas pelayanan dan harga secara bersama sama atau simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Global Pratama Texindo Sidareja. Apabila kualitas pelayanan dan harga yang diberikan baik maka keputusan pembelian konsumen akan semakin meningkat untuk berbelanja di Global Pratama Texindo Sidareja.

KESIMPULAN

Berdasarkan data yang diperoleh dan hasil pengolahan data dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan termasuk dalam kategori baik, namun masih terdapat aspek yang lemah mengenai jaminan uang kembali apabila barang yang dipesan oleh konsumen tidak sesuai dengan keinginan konsumen.
2. Harga termasuk dalam kategori baik, namun masih terdapat aspek yang lemah mengenai harga yang ditawarkan oleh Global Pratama Texindo Sidareja kepada konsumen cenderung lebih murah sehingga mampu bersaing..
3. Keputusan pembelian termasuk dalam kategori baik, namun masih terdapat aspek yang lemah mengenai kebiasaan membeli konsumen dimana konsumen membeli barang merupakan rekomendasi dari teman atau saudara .
4. Kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Global Pratama Texindo Sidareja.
5. Harga secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada pada konsumen Global Pratama Texindo Sidareja.
6. Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Global Pratama Texindo Sidareja

REFERENSI

- Abd. Rohman, M. (2017). Dasar Dasar Manajemen. Malang: Intelegensia Media.
- Alma, B. (2014). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: CV Alfabeta.
- Ardiansyah, A. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minimarket Amarta Mlilir Jl Diponegoro Madiun. 73.
- Assauri, S. (2013). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers.
- Budi Prasetyo, T. H. (2019). Pengaruh Promosi dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk XYZ Donut. Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi, 937.
- Chandra, F. T. (2016). Service, quality dan satisfaction 4 . Yogyakarta: Andi.
- Daryanto. (2013). Sari Kuliah Manajemen Pemasaran . Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Elsa Kesia Malonda, J. D. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Geprek Benu di Kota Manado pada Masa Pandemi Covid-19. Jurnal EMBA, 1198.
- Firda Nuraini, I. N. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Gacoan Cabang Magelang. Jurnal Nasional, 50.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, S. P. (2013). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara.
- I Ketut Sudana, N. L. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Kober Mie Instan . 555-561.
- Indasari, D. M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Keller, K. a. (2016). Marketing Management. Pearson Education Inc.

- Larasati, M. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Pada Kepuasan Pelanggan Fitur Go-Ride PT Gojek Indonesia. 8.
- Manullang. (2013). Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung: Citapustaka Media Perintis.
- Muhammad. (2014). Metodologi Penelitian Ekonomi Islam (Pendekatan Kuantitatif). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Pakpahan, M. (2016). Manajemen Pemasaran. Medan: CV Rural Development Service.
- Parasuraman. (2014). The Beehavior Consequenses Of Service Quality . New Jersey: Prentince Hall.
- Putri, D. B. (2017). Manajemen Pemasaran. Denpasar: Universitas Udayana.
- Putri, E. K. (2022). Pengaruh Tampilan Produk dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee.
- Ramli, S. (2013). Bacaan Wajib Para Praktisi Pengadaan Barang / Jasa Pemerintah. Jakarta: Visi Media.
- Sa'diyah, N. (2020). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Alat Elektronik Pada PT Muda Jaya Mandiri. 42 Pasim.
- Sahir, S. H. (2022). Metodologi Penelitian. Medan: KBM Indonesia.
- Sangadji, E. M. (2013). Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Andi.
- Schiffman, L. G. (2015). Consumer Behavior. New Jersey: Pearson Prentince Hall.
- Septi, R. d. (2018). Manajemen Pelayanan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Siregar, S. (2014). Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif . Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- S. Soedibjo. (2013). Pengantar Metode Penelitian. Bandung: Universitas Nasional
- Sugiyono. (2016). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- T, H. (2014). Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: BPFY- Yogyakarta.
- Terry, G. R. (2013). Prinsip Prinsip Manajemen. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian). Makasar: Andi.
- Widiana, D. M. (2020). Pengantar Manajemen. Purwokerto: CV. Pena Persada.