

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA KAROSERI ANGKASA

Mokhammad Fatikhul Ikhsan
fatikhul9k1438815@gmail.com
Firdaus Marsahala Sitohang

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

Study this aim for know and analyze influence Quality Product, Price and Quality Service to decision purchase service Bodywork space. Type study this belong as study with approach quantitative in nature causal and comparative. Data collection techniques in this study were carried out using a questionnaire. The measurement scale used in this study is the Likert scale. Population used _ in study this is whole consumers who have use service Bodywork Space , meanwhile the sample used in the study this amounted to 100 specified respondents use Accidental Sampling technique is a sampling technique that is carried out by chance, meaning that anyone who accidentally meets the researcher can be used as a sample. As for technique analysis used in study this is technique analysis multiple linear regression with use tool help SPSS (Statistics Product and Service Solution) version 26.0. instrument testers use validity and reliability tests. Research results this show that quality product and price influential positive and significant to decision purchase whereas quality service influential positive and no significant to decision purchase.

Keywords: Quality Product, Price, Quality Service, Purchasing Decision.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian jasa Karoseri Angkasa. Jenis penelitian ini tergolong sebagai penelitian dengan pendekatan kuantitatif yang bersifat kausal dan komparatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan seluruh konsumen yang telah menggunakan jasa Karoseri Angkasa, sedangkan sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 100 responden yang ditentukan menggunakan teknik accidental sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara kebetulan, maksudnya yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Adapun teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda dengan menggunakan alat bantu SPSS (Statistic Product and Service Solution) versi 26.0. penguji instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Diera pembangunan industri yang sangat pesat seperti saat ini, pertumbuhan ekonomi dan industri telah banyak mengalami perubahan dan kemajuan yang sangat signifikan. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya produsen-produsen baru yang berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhan dari konsumen, sehingga menyebabkan perusahaan harus menempatkan diri di sebuah bidang keahliannya agar menarik konsumen untuk membeli produknya. Perusahaan

harus mampu menyediakan barang atau jasa yang memiliki kualitas yang unggul dengan pelayanan yang baik serta memiliki harga yang terjangkau hal tersebut yang diharapkan oleh konsumen saat ini.

Industri karoseri merupakan industri yang bergerak dibidang penyediaan jasa pembuatan badan kendaraan dan interiornya, karoseri sendiri termasuk industri perakitan yang dalam kegiatannya membutuhkan keterampilan manusia. Salah satu karoseri yang berada di Sidoarjo yaitu Karoseri Angkasa. Karoseri ini menyediakan jasa pembuatan *Box Freezer Fiberglass*, *Wing Box*, *Car Carrier* dan sejenisnya. Sebagai perusahaan yang bergerak di jasa karoseri, Karoseri Angkasa juga memiliki banyak pesaing antara lain PT.Tradecop Indonesia, Karoseri Jaya Makmur Bulor, Karoseri Delima Jaya, Dalam persaingan ini Karoseri Angkasa masih belum menjadi penguasa pangsa pasar diindonesia, Meskipun demikian terbukti dari meningkatnya penjualan Box Freezer pada tahun 2021 menunjukkan bahwa Karoseri Angkasa mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain. Berikut data penjualan karoseri angkasa pada tahun 2021.

Tabel 1
Data Penjualan Tahun 2021
Karoseri Angkasa

No.	Bulan	Unit
1	Januari - Februari	13
2	Maret - April	26
3	Mei - Juni	6
4	Juli - Agustus	10
5	September-Oktober	17
6	November - Desember	32

Sumber: Data Sekunder Karoseri Angkasa (2022)

Berdasarkan dari data penjualan Karoseri Angkasa pada tahun 2021 mengalami banyak peningkatan meskipun ada penurunan penjualan, Pada awal-awal bulan terlihat penjualan masih stabil dan produksinya meningkat dari 13 unit ke 26 unit. Pada pertengahan tahun Karoseri Angkasa mengalami penurunan penjualan yang sangat drastis tepatnya pada bulan Mei sampai Juni yakni hanya 6 unit saja yang mampu diproduksi dan dijual ke pasaran disebabkan karena permintaan pelanggan yang menurun, Pada bulan-bulan berikutnya mulailah permintaan pelanggan ada peningkatan yang sangat signifikan khususnya pada bulan November sampai Desember yakni mencapai 32 unit.

Naik turunnya permintaan disebabkan oleh beberapa faktor di antara lain adalah faktor kualitas produk, faktor harga serta faktor pelayanan, Menurut Swasta dan Handoko (2000:19) Tentang strategi pemasaran yang bisa berubah dan bergerak sewaktu waktu sejalan dengan pergerakan perusahaan dan perilaku konsumen yang berubah-ubah dalam memutuskan pembelian serta perubahan lingkungan pemasaran.

Karoseri Angkasa juga memperhatikan tentang kualitas produk yang dihasilkan sehingga produknya mampu bersaing dengan produk lainnya di pasaran, Menurut Kotler dan Keller (2016:37) kualitas produk ialah dimanah sebuah produk mampu menunjukkan fungsi-fungsinya meliputi daya tahan dan keandalan produk secara keseluruhan. Kualitas produk yang ditawarkan oleh Karoseri Angkasa sangat beragam mulai dari peralatan yang canggih dan modern yang dipasangkan pada *box freezer* serta peralatan yang memiliki merek terkenal yang digunakan untuk menunjang kualitas *box freezer*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulianty et al. (2021) yang mengatakan bahwa kualitas produk sangat berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Nadiya dan Wahyuningsih (2020) mengatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Karoseri angkasa juga mematok harga terhadap semua produk yang telah dihasilkan, harga yang ditawarkan juga sangat beragam tergantung dari ukuran besar kecilnya Box freezer yang diminta oleh konsumen. Menurut Mowen dan Minor (2009:157) mengatakan bahwa harga merupakan atribut paling penting untuk dilakukan evaluasi oleh konsumen sehingga perusahaan harus menyadari peranan dari harga dalam menentukan sikap para konsumen. harga juga berperan penting dalam kehidupan sehari-hari sebagai patokan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, harga yang murah bukan berarti tidak memiliki kualitas baik tetapi kebanyakan persepsi masyarakat bahwa harga yang murah memiliki kualitas yang buruk sedangkan jika harga mahal kebanyakan memiliki kualitas yang baik. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Camelia dan Suryoko (2017) menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian berbeda dengan penelitian yang diteliti oleh Deisy *et al.* (2018) mengatakan bahwa variabel harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pelayanan yang ditawarkan di karoseri angkasa sangatlah baik meskipun tidak berwujud tetapi mampu dirasakan oleh para pelanggan ataupun konsumen seperti tata bahasa yang dilakukan saat negosiasi pemesanan produk dalam hal ini dapat membuat nyaman para konsumen. Menurut Supranto (2006:226) Kualitas pelayanan adalah sebuah Tindakan dan sebuah pencapaian yang telah dihasilkan namun tindakannya tidak memiliki wujud dan sangat mudah hilang tetapi dapat mudah diingat dan dirasakan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Taquiuddin (2018) dengan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan menurut Kurniawan (2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Amstrong(dalam Mandey 2013) Keputusan pembelian merupakan tindakan individu dalam pengambilan keputusan pembelian produk yang ditawarkan oleh produsen. Berdasarkan research gap dan fenomena yang telah dijelaskan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Karoseri Angkasa.

TINJAUAN TEORITIS

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:272) Kualitas Produk Merupakan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya dengan baik, termasuk daya tahan keseluruhan, keandalan, akurasi, kemudahan penggunaan dan perbaikan juga serta karakteristik produk lainnya. Sedangkan menurut Hansen dan Mowen (2012:61) Mendefinisikan kualitas produk sebagai kepuasan konsumen, produk dan jasa dianggap berkualitas tinggi jika memenuhi atau melebihi harapan dari konsumen. Menurut Tjiptono (2016:134) menjelaskan ada delapan indikator kualitas Produk meliputi : Daya Tahan Produk, Kinerja Produk, kesesuaian dengan Spesifikasi Produk, Estetika Produk, Reliabilitas produk, Kemampuan Melayani, Fitur-Fitur Produk dan Kualitas yang dipersiapkan.

Harga

Para ahli memiliki pandangan berbeda-beda tentang definisi dari sebuah harga, Menurut Saladin (2008:95) Harga adalah sejumlah uang yang digunakan sebagai alat tukar untuk memperoleh sebuah produk atau jasa serta dapat dikatakan sebagai nilai suatu produk yang ada dalam pikiran konsumen. Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong (2016:4) Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan kepada konsumen dalam memperoleh manfaat dari sebuah produk atau jasa. Indikator pengukuran dalam penetapan harga ada empat (Kotler dan

Amstrong, 2012:278) yakni sebagai berikut: Harga Terjangkau, Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk dan Daya Saing Harga.

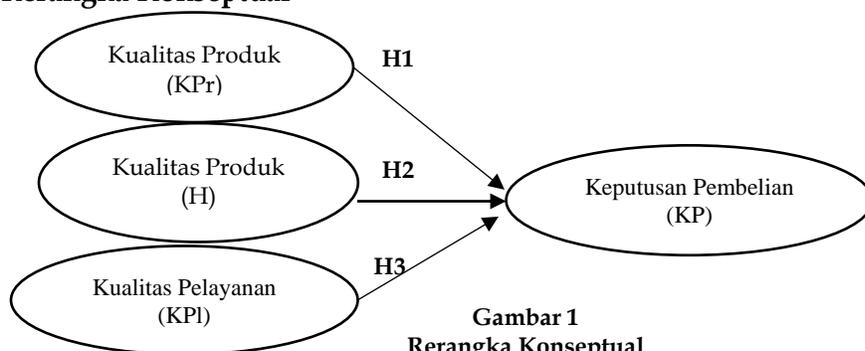
Kualitas Pelayanan

Menurut Arianto (2018:83) mengatakan bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang sesuai dengan apa yang diharapkan. Sedangkan menurut Tjiptono (2002:59) Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan oleh konsumen dan tingkat keunggulan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut Lupiyadi (2013:216) Kualitas pelayanan memiliki lima indikator yang meliputi : Reabilitas, Kepastian, Berwujud, Empati dan Daya Tanggap.

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Amstrong (2011:161) mengatakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu perilaku yang timbul karena adanya rangsangan atau hubungan dari pihak lain. Sedangkan menurut Buchari (2014:21) keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh beberapa hal meliputi kondisi keuangan, teknologi, politik, budaya, promosi, physical evidence, people dan process. Menurut pendapat Kotler dan Amstrong (2012:183) mengatakan bahwa ada tiga indikator keputusan pembelian meliputi : Kebutuhan Akan Suatu Produk, Timbul Keinginan Suatu Produk dan Daya Beli.

Rerangka Konseptual



Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Menunjukkan bahwa sebuah produk yang berkualitas tinggi akan memiliki nilai tambah dibandingkan produk lainnya (Kotler dan Keller, 2015:43). Kualitas produk merupakan salah satu fitur penunjang pada produk dan juga sebagai karakteristik produk sehingga penawaran akan kualitas produk yang dihasilkan akan menjadi sangat penting bagi perusahaan dalam bersaing di pasaran. Hal ini dapat dibuktikan dari penelitian yang dilakukan oleh Yulianty *et al* (2021) yang mengatakan bahwa kualitas produk sangat berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Nadiya dan Wahyuningsih (2020) menyatakan tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

H1 : Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa Karoseri Angkasa.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli suatu produk barang ataupun jasa yang sesuai dengan kebutuhannya. Menurut Saladin (2008:95) harga adalah sejumlah uang yang digunakan sebagai alat tukar untuk memperoleh suatu produk barang maupun jasa, harga juga dapat dikatakan sebagai nilai suatu produk dibenak konsumen. Harga juga dapat menimbulkan persepsi bagi para konsumen terhadap suatu produk, jika harga dari produk mahal maka akan memiliki kualitas yang tinggi dan sebaliknya jika harga produk murah maka kualitasnya rendah. Hal ini dapat dibuktikan dari penelitian yang dilakukan oleh Martini (2015) yang menyatakan bahwa variabel harga sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Deisy *et al.* (2018) mengatakan bahwa harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

H2 : Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa Karoseri Angkasa.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen maka kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut Wijaya (2015:152) Kualitas layanan merupakan ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan memenuhi harapan pelanggan. Hal ini dapat dibuktikan dari penelitian yang dilakukan oleh Pamungkas dan Hidayat (2015) dengan membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan menurut Kurniawan (2018) mengatakan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

H3 : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa Karoseri Angkasa.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah Teknik menganalisis data dengan menggunakan karakteristik masalah untuk mengetahui hubungan sebab akibat dari pokok permasalahan yang diambil dalam penelitian (Sugiyono, 2010:224). Adapun dalam penelitian ini akan menjelaskan dan mengukur pengaruh variabel bebas Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian pada Jasa Karoseri Angkasa.

Gambaran dari Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:135) populasi merupakan domain generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan untuk ditarik kesimpulannya. Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang akan menggunakan jasa Karoseri Angkasa pada bulan Desember Tahun 2022 sampai Bulan Januari Tahun 2023.

Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini Teknik pengambilan sampel yang digunakan yakni teknik accidental sampling. Menurut Sugiyono (2015:156) Accidental sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara kebetulan, maksudnya yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Dalam hal ini jumlah populasi yang

tidak dapat diketahui secara pasti dikarenakan sangat besar dan tidak terbatas, maka untuk menentukan jumlah sampel bisa menggunakan rumus Lemeshow (dalam Arikunto, 2010:73) yakni :

$$n = \frac{z^2 p(1 - q)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = Nilai standart

p = Maksimal estimasi

q = 1- p

d = interval atau penyimpangan (0,10)

Berdasarkan rumus, maka $n = \frac{(1,976)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,1)^2} = 97,6$

Berdasarkan dari hasil perhitungan di atas maka yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah 100 orang yang bertransaksi di Karoseri Angkasa. Hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam pengolahan data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik.

Teknik Pengumpulan Data

Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data subjek (*self-report data*). Data subjek (*self-report data*) adalah jenis data yang berupa sebuah opini tentang pengalaman, sikap atau karakteristik subjek atau kelompok yang menjadi penelitian (*respondent*).

Sumber Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah sumber data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden yang menjadi sasaran penelitian. Data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner pada sampel yang ditentukan yakni pada pelanggan atau konsumen yang telah melakukan keputusan pembelian terhadap jasa Karoseri Angkasa pada bulan Desember 2022 sampai Januari 2023.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian

Pada dasarnya variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat dua macam variabel yaitu : Variabel bebas (Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan) dan Variabel terikat (Keputusan Pembelian).

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan terhadap suatu variabel dengan memberi arti serta menyepifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Adapun variabel yang digunakan adalah sebagai berikut :

Variabel Bebas

Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan persepsi atau tanggapan seorang konsumen terhadap produk jasa yang dihasilkan oleh Karoseri Angkasa. Menurut Tjiptono (2016:134) Kualitas Produk meliputi : Daya, Tahan Produk, Kinerja Produk, kesesuaian dengan Spesifikasi Produk, Estetika Produk, Reliabilitas produk, Kemampuan melayani, Fitur-Fitur Produk dan Kualitas yang dipersiapkan.

Harga

Harga adalah satuan nilai tukar yang digunakan untuk memperoleh sebuah manfaat atas produk jasa dari Karoseri Angkasa, menurut Kotler dan Amstrong (2012:278) Harga memiliki peranan penting yang dijadikan indikator pengukuran yaitu : Harga terjangkau, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Daya saing harga dan Kesesuaian harga dengan manfaat produk.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan unsur penentu dalam mempertahankan konsumen untuk terus menerus menggunakan produk jasa yang dihasilkan oleh Karoseri Angkasa. Pada dasarnya kualitas pelayanan tidak memiliki wujud serta tidak dapat dimiliki tetapi dapat dirasakan secara langsung oleh konsumen. Menurut Lupiyadi (2013:216) Kualitas pelayanan memiliki lima indikator yang meliputi : Reabilitas, Kepastian, Berwujud, Empati dan Daya Tanggap.

Variabel Terikat

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan tindakan yang muncul dibenak konsumen untuk melakukan pembelian barang jasa untuk memenuhi kebutuhannya pada Karoseri Angkasa. Menurut Kotler dan Amstrong (2012:183) Mengatakan bahwa ada tiga indikator keputusan pembelian yaitu : Daya beli yang dimiliki seorang konsumen, Adanya kebutuhan akan suatu produk dan Timbul keinginan terhadap suatu produk.

Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini menggunakan Teknik Analisa data yang diarahkan untuk menjawab hipotesis yang telah dirumuskan, setelah data terkumpul maka Langkah selanjutnya akan dilakukan analisis data menggunakan metode statistik.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Menurut Ghazali (2012:49) Dalam hal menguji tingkat validitas data penelitian mempunyai kriteria dimanah dapat dinyatakan valid jika nilai signifikan $\leq 0,05$ dan jika nilai signifikan $> 0,05$ maka dinyatakan tidak valid. Pada Tabel 4 ditampilkan hasil uji validitas untuk tiap-tiap indikator variabel penelitian sebagai berikut :

Tabel 4
Hasil Uji Validitas

Variabel Indikator	Sign.	Keterangan Validasi
Kualitas Produk		
KPr1	0,000	Valid
KPr2	0,000	Valid
KPr3	0,000	Valid
KPr4	0,000	Valid
KPr5	0,000	Valid
KPr6	0,000	Valid
KPr7	0,000	Valid
KPr8	0,000	Valid
Harga		
H1	0,000	Valid
H2	0,000	Valid
H3	0,000	Valid
H4	0,000	Valid
Kualitas Pelayanan		
KP11	0,000	Valid
KP12	0,000	Valid
KP13	0,000	Valid
KP14	0,000	Valid
KP15	0,000	Valid
Keputusan Pembelian		
KP1	0,000	Valid
KP2	0,000	Valid
KP3	0,000	Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Nilai uji validitas untuk seluruh indikator variabel penelitian adalah valid karena nilai signifikansi $\leq 0,05$.

Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2012:42) Dalam hal untuk melihat reabilitas instrumen data, Uji reliabilitas mempunyai kriteria dimanah dapat dinyatakan reliabel jika nilai koefisien Cronbach's alpha $\geq 0,60$ dan jika nilai koefisien Cronbach's alpha $< 0,60$ maka data dinyatakan tidak reliabel. Hasil reliabilitas dapat dilihat melalui tabel di bawah ini :

Tabel 5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk	0,945	Reliabel
Harga	0,833	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,904	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,812	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Tabel 5 menyatakan bahwa hasil uji reliabilitas yang diperoleh dari seluruh item pernyataan mengenai kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian dinyatakan reliabel.

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif menguraikan hasil analisis terhadap responden dengan menguraikan tanggapan dari 100 responden yang berkaitan dengan kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian jasa Karoseri Angkasa yang berdasarkan data dari kuesioner yang terkumpul.

Hasil dari penelitian tersebut dapat mengetahui hasil rata-rata tanggapan responden yang menggunakan *interval class* yang bertujuan untuk menghitung nilai atau skor jawaban yang diisi oleh responden yang menggunakan skor nilai mulai dari angka 1 hingga 5 dan cara menentukan interval kelas yaitu dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Banyaknya Kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{(5 - 1)}{5} = 0,80$$

Tabel 2
Interval Kelas

Nilai Internal	Kategori	Nilai
$1,00 < (KPr,H,KPl,KP) \leq 1,80$	Sangat Tidak Setuju	1
$1,80 < (KPr,H,KPl,KP) \leq 2,60$	Tidak Setuju	2
$2,60 < (KPr,H,KPl,KP) \leq 3,40$	Cukup Setuju	3
$3,40 < (KPr,H,KPl,KP) \leq 4,20$	Setuju	4
$4,20 < (KPr,H,KPl,KP) \leq 5,00$	Sangat Setuju	5

Sumber : Data Sekunder diolah, 2023

Berikut ini merupakan hasil dari tanggapan responden dari masing-masing variabel, yaitu :

1. Analisa Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk

Berdasarkan dari jawaban kuesioner yang telah diisi para responden mengenai beberapa item pertanyaan dan tanggapan responden tentang kualitas produk, yaitu:

Tabel 9
Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk

Indikator Variabel	Frekuensi					N	Mean
	SS	S	N	TS	STS		
KPr1	21	54	21	4		100	3,92
KPr2	19	62	16	3			3,97
KPr3	20	57	17	6			3,91
KPr4	15	59	22	4			3,85
KPr5	21	52	20	7			3,87
KPr6	22	56	17	5			3,95
KPr7	16	55	23	6			3,81
KPr8	19	59	15	6	1		3,89
Total							3,89

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 9 menunjukkan bahwa rata-rata tanggapan responden adalah setuju dalam menjawab beberapa item pertanyaan tentang aspek kualitas produk. Hasil ini dapat diindikasikan dengan nilai rata-rata tanggapan responden tentang segala aspek sebesar 3,89 yang termasuk dalam kategori 3,40 - 4,20 yang menyatakan bahwa responden setuju atas pernyataan tentang aspek tertentu.

2. Analisa Tanggapan Responden Terhadap Harga

Berdasarkan dari jawaban kuesioner yang telah diisi para responden mengenai beberapa item pertanyaan dan tanggapan responden tentang harga, yaitu:

Tabel 10
Tanggapan Responden Terhadap Harga

Indikator Variabel	Frekuensi					N	Mean
	SS	S	N	TS	STS		
H1	25	57	16	2		100	4,05
H2	28	48	20	4			4,00
H3	21	49	27	3			3,88
H4	25	45	25	5			3,90
Total							3,95

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 10 menunjukkan bahwa rata-rata tanggapan responden adalah setuju dalam menjawab beberapa item pertanyaan tentang aspek harga. Hasil ini dapat diindikasikan dengan nilai rata-rata tanggapan responden tentang segala aspek sebesar 3,95 yang termasuk dalam kategori 3,40 - 4,20 yang menyatakan bahwa responden setuju atas pernyataan tentang aspek tertentu.

3. Analisa Tanggapan Responden Kualitas Pelayanan

Berdasarkan dari jawaban kuesioner yang telah diisi para responden mengenai beberapa item pertanyaan dan tanggapan responden tentang kualitas pelayanan, yaitu:

Tabel 11
Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan

Indikator Variabel	Frekuensi					N	Mean
	SS	S	N	TS	STS		
KP11	22	41	21	14	2	100	3,67
KP12	21	35	30	13	1		3,62
KP13	19	30	30	16	5		3,42
KP14	22	35	29	9	5		3,60
KP15	19	34	33	9	5		3,53
Total							3,56

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 11 menunjukkan bahwa rata-rata tanggapan responden adalah setuju dalam menjawab beberapa item pertanyaan tentang aspek kualitas pelayanan. Hasil ini dapat diindikasikan dengan nilai rata-rata tanggapan responden tentang segala aspek sebesar 3,56 yang termasuk dalam kategori 3,40 - 4,20 yang menyatakan bahwa responden setuju atas pernyataan tentang aspek tertentu.

4. Analisa Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan dari jawaban kuesioner yang telah diisi para responden mengenai beberapa item pertanyaan dan tanggapan responden tentang keputusan pembelian, yaitu:

Tabel 12
Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian

Indikator Variabel	Frekuensi					N	Mean
	SS	S	N	TS	STS		
KP1	12	57	27	4		100	3,77
KP2	11	61	24	3	1		3,78
KP3	21	44	29	5	1		3,79
Total							3,78

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 12 menunjukkan bahwa rata-rata tanggapan responden adalah setuju dalam menjawab beberapa item pertanyaan tentang aspek keputusan pembelian. Hasil ini dapat diindikasikan dengan nilai rata-rata tanggapan responden tentang segala aspek sebesar 3,78 yang termasuk dalam kategori 3,40 - 4,20 yang menyatakan bahwa responden setuju atas pernyataan tentang aspek tertentu.

Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sudana dan Sutrisno (2018:146) mengatakan bahwa rumus persamaan regresi sebagai berikut :

$$KP = \alpha + \beta_1 KPr_1 + \beta_1 H_2 + \beta_1 KPl_3 + e$$

Keterangan :

KP = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

β_{KPr} = Kualitas Produk

β_{Hr} = Harga

β_{KPl} = Kualitas Pelayanan

e = Error term, yaitu selisih antara Y aktual dan Y prediksi

Analisis regresi linier berganda yang dilakukan antara variabel kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian dengan menggunakan SPSS dalam proses perhitungannya diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 13
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized
		B	Std. Error	Coefficients
1	(Constant)	0,448	0,841	
	Kualitas Produk	0,177	0,029	0,469
	Harga	0,305	0,062	0,395
	Kualitas Pelayanan	0,031	0,029	0,071

Sumber : Data Primer diolah, 2023

$$KP = 0,448 + 0,177KPr + 0,305H + 0,031KPl + e$$

Hasil persamaan regresi linier berganda tersebut dapat diartikan, sebagai berikut :

1. Konstanta (α)

Nilai konstanta (α) yang diperoleh sebesar 0,448 yang menyatakan bahwa arah hubungan positif (searah) yang artinya bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan memiliki nilai tetap, maka nilai keputusan pembelian adalah sebesar 0,448

2. Koefisien Regresi Kualitas Produk

Koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,177 menyatakan bahwa adanya hubungan positif antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

3. Koefisien Regresi Harga

Koefisien regresi harga sebesar 0,305 menyatakan bahwa adanya hubungan positif antara harga terhadap keputusan pembelian.

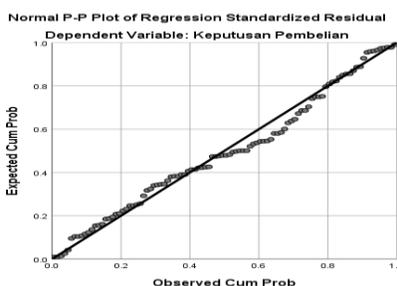
4. Koefisien Regresi Kualitas Pelayanan

Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,031 menyatakan bahwa adanya hubungan positif antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:156) Mengatakan bahwa probability plot yang baik jika titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka pola distribusi dikatakan normal sehingga model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hasil analisis grafik dapat dilihat melalui gambar berikut :



Sumber : Data Primer diolah, 2023

Gambar 2
Uji Normalitas

Gambar 2 menyatakan bahwa titik-titik menyebar mengikut garis diagonal maka model regresi ini menunjukkan bahwa variabel yang digunakan layak dalam penelitian ini.

Model regresi yang baik ialah model regresi yang memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal. Pada penelitian ini Teknik yang digunakan untuk menguji ialah Teknik *one sample Kolmogorov Smirnov test*. Menurut Ghozali (2016:161-167) mengatakan bahwa dasar-dasar pengambilan keputusan *one sample Kolmogorov Smirnov test* yakni Jika nilai Asymp. Sig $\geq 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal dan Jika nilai Asymp. Sig. Hasil uji *Kolmogorov Smirnov* dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 14
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		100
Normal Parameters	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,16811656
Most Extreme Differences	Absolute	0,086
	Positive	0,086
	Negative	-0,047
Test Statistic		0,086
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,065

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Tabel 14 menyatakan bahwa Asymp.Sig sebesar $0,065 \geq 0,05$ artinya data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal dan layak untuk digunakan dalam penelitian.

Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2011:105) mengatakan bahwa uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui tingkat korelasi antar variabel pada model regresi yang digunakan dalam penelitian. Dalam pengujian ini dapat memberikan gambaran dengan melihat pada hasil regresi yakni Jika nilai *variance inflation factor* (VIF) ≤ 10 dan nilai *tolerance* (TOL) $> 0,1$ maka dapat dinyatakan bebas dari multikolinearitas, sedangkan Jika nilai *variance inflation factor* (VIF) > 10 dan nilai *tolerance* (TOL) $\leq 0,1$ maka diindikasikan terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 15
Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Produk	0,625	1,601
	Harga	0,573	1,744
	Kualitas Pelayanan	0,849	1,178

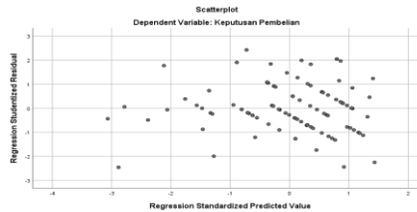
Sumber : Data Primer diolah, 2023

Tabel 15 menyatakan hasil uji multikolinearitas memiliki nilai *variance inflation factor* (VIF) ≤ 10 dan nilai *tolerance* (TOL) $> 0,1$ maka dapat dinyatakan bebas dari multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2012:43) Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik scatterplot yakni Apabila grafik scatterplot tidak membentuk

pola tertentu yang teratur dan titik penyebaran diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas, sedangkan Apabila grafik scatterplot membentuk pola tertentu dan mengindikasi bahwa residual error memiliki varians yang konstan maka terjadi heteroskedastisitas. Hasil Uji heteroskedastisitas dapat dilihat melalui gambar berikut :



Sumber : Data Primer diolah, 2023

Gambar 3

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 3 menyatakan bahwa pola titik-titik scatterplot tidak membentuk pola tertentu dan titik-titik tersebut menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka penelitian ini tidak mengalami heteroskedastisitas.

Uji Kelayakan Model

Uji F

Menurut Ghozali (2016:95) mengatakan bahwa uji F diperlukan untuk menguji kelayakan model koefisien regresi linier berganda dengan cara Jika nilai signifikansi F hitung > 0,05 maka dinyatakan tidak signifikan dan model penelitian tidak layak digunakan, sedangkan Jika nilai signifikansi F hitung ≤ 0,05 maka dinyatakan signifikan dan model penelitian layak digunakan. Hasil uji F dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 16
Hasil Uji F
ANOVA

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	247,355	3	82,452	58,595	0,000
	Residual	135,085	96	1,407		
	Total	382,440	99			

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Tabel 16 tingkat nilai signifikansi sebesar 0,000 artinya nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dikatakan model penelitian layak untuk digunakan.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Nilai koefisien determinasi berkisaran 0 sampai 1, jika nilai koefisien determinasi semakin tinggi maka model regresi semakin baik. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 17
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,804	0,647	0,636	1,186

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Tabel 17 menyatakan bahwa hasil uji koefisien determinasi R^2 sebesar 0,647 artinya jika kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 64,7% dan sisanya sebesar 35,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian.

Uji Hipotesis (Uji t)

Menurut Sudana dan Setianto (2018:151-152) menyatakan bahwa pengujian hipotesis dilakukan atas masing-masing koefisien regresi secara parsial untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan cara melihat hasil uji t sebagai berikut : Jika nilai signifikansi $t \leq 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dan Jika nilai signifikansi $t > 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hasil uji hipotesis dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 18
Hasil Uji t

Variabel	Sig.	Keterangan
Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	0,000	Signifikan
Harga Terhadap Keputusan Pembelian	0,000	Signifikan
Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	0,284	Tidak Signifikan

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 18 dapat diketahui bahwa Kualitas Produk dan Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengaruh positif dan signifikan yang terjadi antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa adanya kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk Jasa Karoseri Angkasa, maka konsumen dapat merasakan kualitas produk yang telah dihasilkan. Hasil ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Weenas (2013:608) mengatakan bahwa kualitas produk merupakan faktor penting dalam pertimbangan konsumen ketika ingin membeli suatu produk dengan memperhatikan kualitas produk yang diberikan. Sehingga, konsumen akan lebih kritis terhadap produk yang diterima dan harapan dari suatu produk. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian oleh Yulianty *et al.* (2021) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengaruh positif dan signifikan yang terjadi antara harga terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa jasa Karoseri Angkasa mampu memberikan harga yang baik kepada para konsumen, sehingga konsumen merasa puas dengan menggunakan jasa Karoseri Angkasa. Hasil ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Tjiptono (2015:89) mengatakan bahwa harga merupakan faktor utama dalam pertimbangan konsumen ketika ingin membeli suatu produk dengan memperhatikan harga yang diberikan. Hasil penelitian ini sesuai

dengan penelitian oleh Martini (2015) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Tidak berpengaruh signifikan yang terjadi antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sebagai hasil dari kurangnya fasilitas di Karoseri Angkasa seperti kurangnya tempat menunggu selama produk dipasang, dan panas udara sebagai alasan para responden selama mereka menunggu penyelesaian produk. Terkait pengaruh positif yang diberikan oleh variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian yakni terkait kemudahan pembayaran dan keramahan pelayanan yang dirasa oleh responden baik dan sesuai dengan harapan. Hasil ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Arianto (2018:83) mengatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan kemampuan dari perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Hasil ini sesuai dengan penelitian oleh Kurniawan (2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yaitu kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian jasa Karoseri Angkasa. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dikarenakan adanya kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk pada jasa Karoseri Angkasa, maka konsumen dapat merasakan kualitas produk yang telah dihasilkan, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dikarenakan jasa karoseri mampu memberikan harga yang baik kepada para konsumen, sehingga konsumen merasa puas dengan menggunakan jasa Karoseri Angkasa dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dikarenakan kurangnya fasilitas di Karoseri Angkasa sehingga membuat para konsumen tidak nyaman saat menunggu selama produk dipasang. Sedangkan untuk pengaruh positifnya dipengaruhi oleh kemudahan pembayaran dan keramahan pelayanan yang dirasa oleh responden baik dan sesuai dengan harapan.

Keterbatasan

Penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan, sehingga dapat menjadi acuan untuk penelitian lain yang akan datang, yaitu Penelitian ini hanya membahas variabel independen yaitu kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan sedangkan variabel dependen yaitu keputusan pembelian dan Penelitian ini hanya fokus dalam kriteria pada ruang lingkup konsumen jasa Karoseri Angkasa yang beberapa kali melakukan transaksi pada Karoseri Angkasa.

Saran

Berdasarkan keseluruhan pembahasan dan hasil analisis yang telah dilakukan maka saran yang dapat peneliti sampaikan mengenai hasil penelitian kali ini, sebagai berikut: Bagi pihak Karoseri Angkasa diharapkan dapat mempertahankan kualitas produk yang baik sehingga dapat meningkatkan penjualan, Bagi pihak Karoseri Angkasa diharapkan dapat menciptakan inovasi baru sehingga dapat meningkatkan dan memberikan harga yang jauh lebih baik agar produk Karoseri Angkasa diminati oleh masyarakat, Bagi pihak Karoseri Angkasa diharapkan dapat melakukan pelayanan yang ramah dan dapat memberikan informasi yang lebih informatif

kepada konsumen dan Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu menambahkan atau mengembangkan variabel penelitian seperti citra merek, promosi dan lain-lain sebagainya untuk mengetahui pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor*. Jurnal Pemasaran Kompetitif.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Assauri, S. 2009. *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi*. Edisi Pertama. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Buchari, A. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV. Alfabeta. Bandung.
- Bungin, B. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif Aktualisasi Metodologis ke. Arah Ragam Varian Kontemporer*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Camelia, S. B., dan Suryoko, S. 2017. *Pengaruh Keberagaman Menu, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Restoran D'Cost Seafood Semarang)*. Journal Of Social and Political.
- Deisy, M., Lopian, J. dan Mandagie, Y. 2018. *Analisis Citra Merek , Harga Produk dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Gerai-Gerai Seluler Di IT Center Manado*. Jurnal EMBA : 2288-2297.
- Ferdinand, A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas. Diponegoro. Semarang.
- Firmansyah, A. dan Faqihudin, D, 2019. *Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. CV Budi Utama. Yogyakarta.
- Fure, H. 2013. *Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Bersehati Cilacap*. Jurnal EMBA : 2385-2394.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program (IBM SPSS)*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program (IBM. SPSS)*. Edisi 8. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hamdani, A. dan Lupiyadi, R. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Hansen, D. R. dan M. M. Mowen. 2012. *Management Accounting, 7th*. Diterjemahkan oleh Tim Penerjemah Penerbit Salemba. Akuntansi Manajemen, Edisi 8. Buku 1. Salemba Empat. Jakarta.
- Hasan, A . 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS (Center For Academic Publishing Service). Yogyakarta.
- Kotler, P. 2015. *Marketing an Introducing Prentice Hall*. Edisi Kedua Belas. Pearson Education. England.
- _____. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa. Indonesia. Jilid 1 dan 2. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. dan G. Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- _____. 2011. *Marketing an Introduction*. 10th Edition. Pearson. Indonesia.
- _____. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- _____. 2013. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Ke-12. Erlangga. Jakarta.
- _____. 2015. *Marketing an Introducing Prentice Hall*. twelfth edition. Pearson Education, Inc. England.
- _____. 2016. *Principles of Marketing*. Sixteenth Edition Global Edition. England.

- _____. 2017. *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi. Kedua belas, PT. Indeks. Jakarta.
- _____. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- _____. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 13. Erlangga. Jakarta.
- _____. 2016. *Marketing Management*. 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kurniawan, A. W. dan Puspitaningtyas, Z. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku. Yogyakarta.
- Kurniawan, D.H. 2018. *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen JNE Jl. Glagahsari no.62 Yogyakarta)*. Jurnal Ekobis Dewantara.
- Lupiyoadi, R. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- _____. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Ketiga. Salemba Empat. Jakarta.
- Manoy, T.I., Mananeke, L. dan Jorie, R.P. 2021. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Ake Maumbi*. Jurnal EMBA : 314-323.
- Martini, T. 2015. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic*. Jurnal Penelitian : 113-132.
- Mowen, J. dan Minor. 2009. *Perilaku Konsumen*. Erlangga. Jakarta.
- Nadiya, F.H. dan Wahyuningsih, S. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace*. Jurnal Prosiding Unimus : 2654-3168.
- Pamungkas, S., dan Hidayat, w. 2015. *Pengaruh Tarif, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Penerbangan Citilink*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis : 1-9.
- Saladin, D. 2007. *Manajemen Pemasaran*. CV. Linda. Bandung.
- _____. 2012. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*. Edisi Ketiga. CV. Linda. Bandung.
- Sudana, I. M. dan Setianto, R. H. 2018. *Metode Penelitian Bisnis & Analisis Data dengan SPSS*. Erlangga. Jakarta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Supranto. 2006. *Mengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan atau Konsumen*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Swastha, B. 2012. *Manajemen Penjualan*. BPFES. Yogyakarta.
- Swastha, B. dan Handoko, T. H. 2000. *Manajemen Pemasaran (Analisa, Perilaku Konsumen)*. BPFES. Yogyakarta.
- Taqiuddin, A. N. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Gojek Di Surakarta (Studi Kasus Diuniversitas Muhammadiyah Surakarta)*. Skripsi. Falkutas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Tjiptono, F. 2002. *Strategi Pemasaran*. CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- _____. 2014. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- _____. 2015. *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- _____. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. CV. Andi Offset. Yogyakarta.

- Tjiptono, F. dan Chandra, G. 2011. *Pemasaran Strategi*. Edisi Kedua. CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- _____. 2012. *Service, Quality Satisfaction*. CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. dan Diana, A. 2020. *Pemasaran*. CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- Wijaya, C. 2015. *Manajemen Keuangan Untuk Non Keuangan*. Ed.1. Cet.1. Rajawali Pers. Jakarta.
- Yulianty., Setyawan, O. dan Indriastuti, S. 2021. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Lipstik Merek Wardah Di Kota Pekanbaru*. *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis* : 142-155.