

## Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Unit Body Kepala Truck di PT Dragon Kencana Motor Gunung Sindur Bogor

Jasica Asih Hati<sup>1\*</sup>, Veta Lidya Delimah Pasaribu<sup>2</sup>

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang  
ikajeje96@gmail.com\*

Received 02 Mei 2024 | Revised 5 Mei 2024 | Accepted 16 Mei 2024

\*Korespondensi Penulis

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan terhadap keputusan pembelian produk unit body kepala truck di PT Dragon Kencana Motor di Gunung Sindur Bogor. Merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan *regresi linier*. Hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , dan nilai  $t_{hitung} 7,045 > t_{tabel} 1,984$ . Variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan sig  $0,041 < 0,05$ , dan nilai  $t_{hitung} 2,070 > t_{tabel} 1,984$ . Secara simultan variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $41,459 > 2,70$  dengan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ .

**Kata Kunci:** Kualitas Produk; Keputusan Pembelian; Kualitas Pelayanan

### Abstract

*This study aims to determine the influence of product quality and on the purchase decision of truck head body unit products at PT Dragon Kencana Motor in Gunung Sindur, Bogor. It is a type of quantitative descriptive research using linear regression. The results showed that product quality variables had a positive and significant effect on purchasing decisions with a significance value of  $0.000 < 0.05$ , and a calculated value of  $7,045 > table\ of\ 1,984$ . Service quality variables have a positive and significant effect on purchasing decisions with a sig of  $0.041 < 0.05$ , and a calculated value of  $2,070 > table\ of\ 1,984$ . Simultaneously, the variables of product quality and service quality have a positive and significant effect on purchasing decisions with a  $F_{calculate}$  value of  $41,459 > 2.70$  with a significance of  $0.000 < 0.05$ .*

**Keywords:** *Product Quality; Purchase Decision; Service Quality*

### PENDAHULUAN

Dalam manajemen pemasaran tentu memiliki cara dalam memasarkan produk agar penjualan dapat meningkat sehingga menghasilkan profit atau keuntungan yang di harapkan. Demikian pula dalam usaha bidang otomotif yang mampu menawarkan produk terbaik untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen. Bengkel ini berkembang cukup pesat dimana pangsa pasar cukup menjanjikan mengingat banyaknya tingkat kerusakan pada kendaraan roda empat atau terjadi insiden di jalan sehingga kendaraan memerlukan pergantian body.

Bengkel atau lokakarya adalah sebuah bangunan yang menyediakan ruang dan peralatan untuk melakukan kontruksi atau manufaktur, dan atau memperbaiki benda. Sedangkan perbengkelan adalah pengetahuan dan keterampilan tentang peralatan dan metode untuk membuat, membentuk, merakit,

ataupun memperbaiki suatu benda menjadi bentuk yang baru atau kondisi yang lebih baik secara manfaat maupun estetika. Perbengkelan merupakan sebuah ilmu yang telah berkembang bahkan sebelum Revolusi Industri karena bengkel merupakan satu-satunya tempat untuk membuat alat hingga berkembangnya industri manufaktur besar dengan mesin uapnya. Perbengkelan sudah dilakukan sejak zaman logam. Sebuah ekspedisi yang dilakukan pada tahun 1974 di tepi sungai Ciliwung menemukan sebuah situs dengan satu set peralatan yang digunakan untuk membuat kapak perunggu. Usia situs tersebut melalui analisis penanggalan karbon dibangun pada 1000 SM hingga 500 SM. Peradaban manusia purba melalui aktivitas perbengkelannya membentuk suatu komunitas yang madani dan terorganisasi. Perbengkelan umumnya dibagi menjadi beberapa kategori berdasarkan bahan yang dikonstruksi (batu, kayu, atau logam) dan pemanfaatannya ( bengkel alat dan mesin pertanian, bengkel kendaraan bermotor, bengkel industri, bengkel kereta api, dan sebagainya). Dalam perkembangan bisnis, peran pemasaran sangat penting dalam mempertahankan konsumen karena menjadi faktor kunci penentu atas keberhasilan atau kegagalan dalam memasarkan produknya.

Oleh karena itu perusahaan harus mampu mengenali secara dini apa yang menjadi kebutuhan dan harapan konsumen. Seorang manajer pemasaran harus mempunyai pengetahuan yang luas tentang perilaku konsumen agar dapat memanfaatkan sekecil apapun peluang yang ada dipasar sasaran.

PT Dragon Kencana Motor merupakan salah satu pelaku usaha yang bergerak di usaha karoseri, showroom body kepala truck. PT Dragon Kencana Motor memproduksi body kepala truck dari berbagai macam merk seperti Mitsubishi, Toyota, Hino, Duto, Elf. Harga per unitnya pun berbeda-beda semakin baru type mobilnya semakin mahal harga unit kepala truck nya. Seperti Mitsubishi terbagi menjadi 3 macam seri, seri 1 disebut dengan Mitsubishi Ps lama harga body kepala trucknya pun paling murah dari keseluruhan body kepala truck lainnya.

Yang kedua yaitu Mitsubishi Ragasa harga per unitnya 30 jutaan belum termasuk sparepart dalamnya seperti Stir, kaca spion, speedometer, dll. Sparepart dijual terpisah dari unit kepala truck tsb. Harga Mitsubishi Seri 2 Ragasa sama dengan harga unit merk Hino, Duto dan Elf. Yang ketiga yaitu Mitsubishi seri 7 yaitu mitsubishi Canter dikenal paling mahal diantara unit kepala truck yang lainnya yaitu senilai 50 juta. Semua kepala truck dijual terpisah dengan sparepartnya, harga tersebut hanya harga unit kepala trucknya saja. Biasanya pelanggan setia PT Dragon Kencana Motor yang bergerak di bidang usaha ekspedisi, ternak ayam, material bahan bangunan, pabrik pabrik dimana yang usahanya menggunakan mobil- mobil truck. PT Dragon Kencana Motor ini sangat membantu pelanggan karena apabila mobil mengalami kerusakan akibat kecelakaan / kerusakan akibat pemakaian PT Dragon Kencana Motor ini memberikan produk yang instan sehingga pelanggan tidak membutuhkan waktu yang lama pada saat proses perbaikan body mobil truck yang rusak.

Ada keistimewaan tersendiri untuk PT Dragon Kencana Motor ini dimana selain memproduksi kepala truck yang baru, mereka juga mendaur ulang kepala truck bekas yang masih bisa diperbaiki dengan cara mengganti panel yang rusak berat setelah itu diketok magic hingga pada tahap pengecatan, berikut proses untuk mendaur kepala truck yang rusak Kembali seperti baru. PT Dragon Kencana Motor tidak menerima jasa perbaikan mobil melainkan hanya memproduksi kepala truck baru atau memperbaiki kepala truck bekas. Hal ini mempunyai hubungan berbanding lurus antara *volume* penjualan suatu produk yang di jual dengan pendapatan suatu perusahaan

Upaya untuk menarik para konsumen dan mempertahankan konsumen yang sudah ada menjadi penting dilakukan oleh perusahaan. Kesetiaan konsumen menjadi aset penting bagi sebuah perusahaan. Oleh karenanya perlu adanya kepercayaan. Namun seiring dengan menurunnya jumlah penjualan, juga disertai dengan menurunnya jumlah konsumen. PT Dragon Kencana Motor harus membenahi kondisi penjualan dengan memperhatikan kualitas produk yang dihasilkan, mengingat konsumen sangat concern dengan hasil kualitas produk bengkel.

Kualitas produk menjadi pertimbangan konsumen, hal ini dilihat dari pelayanan dan kualitas kerja karyawan. Dengan demikian kualitas produk menjadi salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli atau menggunakan jasa suatu produk. Hal ini selaras dengan pendapat Kotler & Armstrong (2017:346) yang berpendapat bahwa segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Dalam perkembangan usahanya adalah dengan pencapaian tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen. Dalam usaha perbengkelan, memiliki standar yang menetapkan klasifikasi, menyediakan *sparepart*, lokasi yang strategis, mempunyai karyawan yang dapat bekerja dengan baik dibidangnya, pengelolaan dan layanan, dan mengatur strategi promosi.

Tingginya tingkat persaingan direfleksikan dengan semakin sensitifnya tuntutan konsumen terhadap faktor yang dapat memberikan kepuasan ataupun mengurangi resiko kegagalan dalam bisnis. Selama ini evaluasi kinerja yang dimiliki perusahaan untuk membangun kepuasan konsumen dirasakan masih sangat kurang. Hal itu yang akhirnya juga akan memiliki akibat konsumen tidak puas.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tentang “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Unit Kepala Truck di PT Dragon Kencana Motor di Gunung Sindur Bogor”

## METODE

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, menurut Sugiyono (2019:8) berpendapat “penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Penelitian ini merupakan studi empiris yang bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Dalam penelitian populasinya adalah konsumen Pada PT Dragon Kencana Motor di Gunung Sindur Bogor yang berjumlah 214 Konsumen. Adapun ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin agar representatif dan hasilnya dapat digeneralisasikan.

Teknik analisa data yang dilakukan meliputi uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier, uji t, uji F dan uji determinasi.

## HASIL dan PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Uji validitas di gunakan untuk menguji pertanyaan maupun pada kuisioner yang di sebar valid atau tidak. Valid berarti terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya. Apabila diperoleh nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dikatakan valid. Nilai  $r_{tabel}$  untuk 69 responden dengan taraf signifikan 5% sebesar 0,236. Uji validitas ini menggunakan korelasi *Product Moment* dengan program SPSS.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Apabila diperoleh nilai  $r_{ca} > r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dikatakan valid. Nilai  $r_{tabel}$  untuk 30 responden dengan taraf signifikan 5% sebesar 0,361. Pada penelitian ini reliabilitas dicari dengan menggunakan metode *cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) dan menggunakan program SPSS. Adapun hasil uji reliabilitas untuk semua variabel dapat disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>cronbach's alpha</i> ( $\alpha$ )	$r_{tabel}$	Keterangan
Kualitas Produk (x1)	0,979	0,236	Reliabel
Kualitas Pelayanan (x2)	0,775	0,236	Reliabel
Keputusan Pembelian (y)	0,893	0,236	Reliabel

Sumber :Data Primer yang telah di olah, (2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (x1) memiliki nilai  $r_{ca} (0,979) \geq 0,236$  ( $r_{tabel}$ ), variabel Kualitas Pelayanan (x2). Memiliki nilai  $r_{ca} (0,775) \geq 0,236$  ( $r_{tabel}$ ), dan variabel keputusan pembelian (y) memiliki nilai  $r_{ca} (0,893) \geq 0,236$  ( $r_{tabel}$ ), maka semua item pernyataan variabel kualitas produk (x1), kualitas pelayanan (x2) dan keputusan pembelian (y) dinyatakan reliabel.

### Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui masing – masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, menggunakan uji masing – masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat. Uji t digunakan untuk menguji pengaruh parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan  $\alpha = 5\%$ . Berikut hasil uji t secara parsial:

**Tabel 2. Hasil Uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.369	830		5.767	.168
X1	.082	.011	.681	7.611	.000
X2	.528	.104	.520	4.978	.041

a. Dependent Variable: Y

**Uji Simultan (Uji F)**

Uji f digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan koefisien variabel bebas mempunyai pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terikat. Untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat secara bersama-sama dengan  $\alpha = 0,05$ . Berikut adalah hasil dari uji F:

**Tabel 3. Hasil Uji F**  
**ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	31.208	2	15.604	28.532	.000 <sup>a</sup>
Residual	36.096	66	547		
Total	67.304	68			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Pengolahan SPSS 25

Berdasarkan pengujian pengaruh variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan uji F maka didapatkan nilai F hitung sebesar  $28.532 > 2.70$  dengan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis ini ( $H_a$ ) diterima. Dari penjelasan tersebut menunjukkan bahwa secara simultan variabel independen dari penelitian ini yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen keputusan pembelian.

**Pembahasan**

**Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian**

Hasil uji hipotesis diperoleh nilai t hitung  $>$  t tabel atau ( $7.611 > 1.995$ ) dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya pengaruh yang signifikan. kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT.Dragon Kencana Motor di Gunung Sindur Bogor. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Nurmin Arianto (2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Pengaruh kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian**

Hasil uji hipotesis diperoleh nilai t hitung  $>$  t tabel atau ( $7.611 > 1.995$ ) dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya pengaruh yang signifikan. kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT.Dragon Kencana Motor di Gunung Sindur Bogor. Hasil penelitian ini didukung oleh Imam Sofyan Lubis, Ryan Ardiansyah, Kasmad (2021) bahwa pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen.

**Pengaruh kualitas produk kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian**

Hasil uji hipotesis diperoleh nilai t hitung  $>$  t tabel atau ( $7.611 > 1.995$ ) dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya pengaruh yang signifikan. kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT.Dragon Kencana Motor di Gunung Sindur Bogor. Hasil penelitian ini didukung oleh Jasmani (2019) yang menyatakan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.



## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan: sebagai berikut :

1. Hasil uji t menunjukkan nilai sig untuk pengaruh produksi ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah  $0,000 < 0,05$ , dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $7.611 > 1.995$  sehingga variabel promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, artinya jika variabel kualitas produksi ditingkatkan, maka keputusan pembelian akan meningkat.
2. Hasil uji t menunjukkan nilai sig untuk pengaruh pelayanan ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah  $0,041 < 0,05$ , dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $2.070 > 1.984$  sehingga variabel harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya jika variabel pelayanan yang ditawarkan sesuai dengan produk yang dijanjikan, maka keputusan pembelian akan meningkat.
3. Hasil uji F menunjukkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $28.532 > 2.70$  dengan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hasil uji F menunjukkan variabel promosi dan harga secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. artinya jika pelayanan yang dilakukan secara maksimal dan produk yang berkualitas maka keputusan pembelian akan meningkat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam Kiswarhana (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kereta Api Bandung Daerah Operasi II). *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 1 No. 1
- Albina Anim (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Start-Up Cofee Denpasar, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 5 No. 1
- Arianto, N. (2020) Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Pemasaran Kompetitif Universitas Pamulang* ISSN N0. (PRINT) 2598-0823, (ONLINE) 2598-2893
- Arianto, N.(2022), Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Studi pada Pengguna Mas Cleaner *Jurnal Kompetitif* Volume 5 • Nomor 2 • Februari 2022 ISSN N0. (PRINT) 2598-0823, (ONLINE) 2598-289.
- Arianto, N. (2018) Pengaruh Kualitas Produk Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Salt N Pepper Pada PT Mitra Busana Sentosa Bintaro *Jurnal KREATIF : Pemasaran, Sumberdaya Manusia dan Keuangan*, Vol. 6, No. 2, April 2018 ISSN : 2339 0689, E-ISSN : 2406-8616
- Anaroga Panji (2015). *Manajemen Bisnis*, Semarang: PT. Rineka Cipta. Arief. M, (2015). *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Rajawali Press.
- Arifin (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Indomart, Palangkaraya, *Jurnal Al Qardh*, Vol. 2 No. 2, ISSN: 2354-6034
- Arikunto, Suharsimi (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Boone Louis E dan Kurtz, David L. (2017). *Pengantar Bisnis*. Jilid ke-1. Terjemahan Anwar Fadriansyah. Jakarta: Erlangga
- Denny Daud (2013), Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Bess Finance, Manado, *Jurnal Emba*, Vol.1 No.4, ISSN: 2303-1174
- G.R. Terry, and Rue, Leslie W. Rue, (2016). *Dasar-dasar Manajemen*, Jakarta: Bumi Aksara
- Hasan, Ali (2015), *Marketing*. Yogyakarta: Media Utama.
- Heriyanto (2020). Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Alfamart dan Indomaret. *SAINS: Jurnal Manajemen dan Bisnis* . Volume XIII, Nomor 1, Desember 2020. p-ISSN: 1978-2241 e-ISSN: 2541-1047
- Husen, Umar (2016). *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Irawan, Handi (2015). *Prinsip-Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.
- Istijianto. (2015). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Jasmani. (2019). This study aims to determine the effect of product quality and service quality on customer satisfaction at Mitra 10 in Depok, *Jurnal Office: Pemikiran Ilmiah dan Pendidikan Administrasi Perkantoran*,
- Keller dan Armstrong (2017). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid Satu, Jakarta:

- Erlangga.
- Kohmala Toriq. (2021). Pengaruh Lokasi, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minimarket PT. Indomaret. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol.XIII No.1
- Kotler(2017). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keempat Belas, Jakarta: PT. Indeks. Kotler dan Keller (2017) *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid Satu, Jakarta: Erlangga. Laksana,
- Mutmainnah 2020. Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Sarana Multigriya Lestari. *Jurnal Ilmiah Feasible: Bisnis, Kewirausahaan & Koperasi*, Vol.2.No.1 Februari 2020. P-ISSN : 2655-9811, E-ISSN : 2656-1964 J. Feasible., Vol. 2, No. 1, Februari 2020 (83-94)
- Nurmono 2022. Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Burger King Di Botani Square Bogor. *Jurnal Arastirma Universitas Pamulang* Vol.2, No.2 Agustus 2022: 214 - 224 P-ISSN 2775-9695 E-ISSN 2775-9687
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor: 112 tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pusat perbelanjaan dan toko modern dimana usaha perdagangan eceran (retail).
- Permana. (2017). Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada PT. Piji di Jawa Tengah, *Jurnal Manajemen dan Srat-Up Bisnis*, Vol. 2 No.1
- Prasetyo (2018). Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada PT. Harjagunatama Lestari, Dakota, *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akutansi*, Vol. 2 No.2, ISSN:2621-5306
- Putri Putri (2018), Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada Wena Tok Surabaya, *Jurnal Manajemen dan Srat-Up Bisnis*, Vol. 2 No.5
- Rachman Rachman (2017), Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Wajan Mas Kudus, *Journal Diponegoro of social and political science*, Vol.1 No.1, ISSN: 2355-6144
- Rendy Rendy Gulla, Sem George Oroh, Fredy Roring, (2015). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn, Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.3 No.1. ISSN:2303-1174.
- Ribka P. Christian, Lisbeth Mananeke (2016). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna BPJS di RSUD Sam Ratulangi Manado, *Jurnal EMBA*, Vol.4 No.2. ISSN:2337-3792.
- Safroni, Ladzi (2016) *Manajemen dan Reformasi Pelayanan Publik dalam Konteks Birokrasi Indonesia*, Surabaya: Aditya Media Publishing.
- Sarwita. (2017) Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Perumda BPR Majalengka, *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akutansi*, Vol. 4 No. 1. ISSN: 2356-3923
- Septiani. (2021) Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Fastrata Buana Bogor. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, Vol. 4, No.1, Januari 2021 (21-27). p-ISSN 2621 – 797X ; e-ISSN 2746-6841 DOI:10.32493 *Jurnal Disrupsi Bisnis*, Vol. 4, No. 1, Januari 2021 (21 - 27)
- Sudjana. (2014). *Metode Statistika*, Edisi Keenam. Bandung:
- Widodo, S. (2021) Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kalkulator Merek Casio Pada Toko Citra Pasar Senen Di Jakarta Pusat *Jurnal Ilmiah Feasible* ISSN: 2655-9811 EISSN: 2656-1964
- Tarsito, Bandung. Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.
- Suherman, Wawan (2015). *Kurikulum Berbasis Kompetensi Pendidikan Jasmani Teori dan Praktik Pengembangan*, Yogyakarta: FIK UNY.
- Supranto. ((2015) *Statistik Teori dan Aplikasi*, Jakarta: Pustaka Ekonomi. Swastha, Bashu dan T. Handoko (2016) *Manajemen Pemasaran Moderen*, Yogyakarta: BPFE.
- Syofian Siregar. (2016). *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.