

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Idexpress Surabaya

Ilham Akbar Pragosep¹, Kadek Dharma Laksana²

^{1,2} Institut Kesehatan Dan Bisnis "Ikbis" Surabaya
e-mail: ilhamak26@gmail.com¹, kdllaksana93@gmail.com²

Abstrak

Setiap bisnis mempunyai tujuan yang sama adalah untuk mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin. Kualitas pelayanan dan harga merupakan dua hal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada IDExpress Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan dua variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan dan Harga dan satu variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian. Data penelitian ini dikumpulkan dengan penyebaran kuesioner kepada 100 orang responden. Data dianalisa menggunakan regresi linear berganda dan uji hipotesa. Hasil analisa regresi linier berganda ini menunjukkan yakni Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan maupun secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Bisa disimpulkan Keputusan Pembelian dapat ditingkatkan dengan Kualitas Pelayanan yang meliputi berwujud, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan Harga yang terdiri dari keterjangkauan harga, kesesuaian harga, daya saing harga.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan, Harga, Keputusan Pembelian*

Abstract

Every business has the same goal which is to get the maximum profit possible. Service quality and price are two things that can influence purchasing decisions. This study aims to determine the effect of service quality and price on purchasing decisions at IDExpress Surabaya. This research is a quantitative research with two independent variables, namely Service Quality and Price and one dependent variable, namely Purchase Decision. The research data were collected by distributing questionnaires to 100 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression and hypothesis testing. The results of this multiple linear regression analysis show that service quality and price simultaneously or partially have a positive and significant effect on purchasing decisions. It can be concluded that Purchasing Decisions can be improved with Service Quality which includes tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy and Price which consists of price affordability, price suitability, price competitiveness.

Keywords: *Service Quality, Price, Purchase Decision*

PENDAHULUAN

Di zaman modern ini dunia bisnis semakin mengalami perkembangan dan semakin meningkat begitu juga dengan angka persaingan, faktor yang membuat meningkatkan jumlah persaingan yakni dengan adanya kecanggihan teknologi dan meningkatnya edukasi mengenai pemasaran, hal tersebut semakin mempercepat dan memacu para pebisnis dalam melakukan inovasinya mengembangkan strategi untuk memenuhi kebutuhan sesuai dengan harapan konsumen. Pebisnis dituntut untuk harus selalu mengetahui perubahan yang terjadi pada pasar dan mampu menciptakan ide-ide yang kreatif agar produk atau jasa yang ditawarkan dapat menarik perhatian konsumen, sehingga apa yang diinginkan oleh konsumen dapat terpenuhi dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Pada masa pandemi Covid-19 ini tentu menimbulkan banyak sekali dampak pada aspek kehidupan di masyarakat, salah satunya adalah aspek perekonomian. Penyebaran virus corona telah mengubah banyak rencana dan situasi perekonomian dunia, termasuk juga di Indonesia. Pada tahun 2020, Indonesia resmi mengalami resesi karena dampak pandemi Covid-19. Peneliti Institute for Development of Economics and Finance (INDEF) Nailul Huda mengatakan, sepanjang tahun ini perekonomian Indonesia menunjukkan perlambatan yang signifikan, hal itu terlihat dari pertumbuhan ekonomi yang melambat hingga di bawah 5% pada akhir tahun 2020 (KOMPAS.com,2020). Hal ini berdampak pada bidang logistik, dengan menurunnya angka perekonomian maka penggunaan jasa pengiriman juga menurun.

Menurut (Moenir, 2015:27) kualitas pelayanan hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu merupakan proses. Sebagai proses, kualitas pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh organisasi dalam masyarakat. Berdasarkan pemaparan yang dikemukakan di atas bahwa kualitas pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan melalui hubungan antara penerima dan pemberi kualitas pelayanan yang menggunakan peralatan berupa organisasi atau lembaga perusahaan. Kualitas pelayanan menurut Moenir (2015:17) terdapat lima indikator dari kualitas pelayanan yaitu : a. Berwujud (Tangibles), b. Keandalan (Reliability), c. Daya tanggap (Responsiveness), d. Jaminan (Assurance), e. Empati (Empathy). Dengan kata lain, ini merupakan bentuk penilaian konsumen tentang kualitas pelayanan sebuah kualitas pelayanan yang diberikan dalam melayani mereka. Berdasarkan penelitian sebelumnya, Adiatma (2021) mengatakan “bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian”. hal ini berarti untuk mendapatkan keputusan pembelian pengusaha harus mampu untuk memenuhi keinginan konsumen, memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan dan dapat diterima oleh konsumen, agar konsumen memberikan penilaian yang baik.

Harga juga merupakan faktor lain yang harus dipertimbangkan terhadap keputusan pembelian. Menurut (Andi, 2015:128) Harga menjadi faktor utama yang dapat mempengaruhi pilihan seorang pembeli, harga cukup berperan dalam menentukan pembelian konsumen, untuk itu sebelum menetapkan suatu harga, sebaiknya perusahaan melihat beberapa referensi harga suatu produk yang dinilai cukup tinggi dalam penjualan. Terdapat tiga indikator menurut Kotler dalam Muharam dan Soliha (2017) persepsi yaitu : a. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, b. Kesesuaian harga dengan manfaat, c. Harga bersaing.

Fenomena yang terjadi pada IDEXpress Surabaya adalah menurunnya penjualan secara drastis selama pandemi Covid-19, namun dengan penerapan kualitas pelayanan meliputi produk yang berwujud menarik, pelayanan yang dapat diandalkan, daya tanggap yang baik dalam pelayanan, produk yang terjamin, rasa empati karyawan yang tinggi dan harga yang terjangkau, sesuai, dan mempunyai daya saing terhadap kompetitornya dapat meningkatkan penjualan setelah terpuruknya di tahun 2021 Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka judul dari penelitian ini adalah “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada IDEXpress Surabaya”

Adapun tujuan dan kegunaan dari penelitian ini yaitu :

1. Mengetahui dan menganalisa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di IDEXpress Surabaya.
2. Mengetahui dan menganalisa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di IDEXpress Surabaya.
3. Mengetahui dan menganalisis variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di IDEXpress Surabaya.

METODE PENELITIAN

Ruang lingkup penelitian ini menggunakan dua variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) dan variabel terikat yang digunakan adalah keputusan pembelian di IDEXpress Surabaya (Y). Dari kedua variabel tersebut akan dicari hubungan sebab akibat

antara citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilaksanakan di IDEXpress Surabaya.

Jenis penelitian dalam penyusunan skripsi ini adalah penelitian penjelasan (Explanatory Research). Menurut Sugiyono (2013:6) Penelitian eksplanasi (Explanatory Research) adalah Penelitian yang menjelaskan kedudukan antara variabel-variabel diteliti serta hubungan antara variabel yang satu dengan yang lain melalui pengujian hipotesis yang telah dirumuskan.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yaitu dikatakan metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala likert. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner.

Metode Analisis Data

Pada penelitian ini, digunakan validitas Pearson berdasarkan rumus korelasi product moment. Adapun kriteria pengujiannya adalah :

1. Uji Validitas

Apabila r hitung $<$ r Tabel maka tidak terdapat data yang valid pada tingkat kepercayaan 95% dan apabila r hitung $>$ r Tabel terdapat data yang valid pada tingkat kepercayaan 95%.

2. Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, reliabilitas diukur dengan metode konsistensi internal dengan teknik Reliabilitas Alpha (Arikunto, 2010:192). Adapun kriteria pengujiannya adalah apabila nilai reliabilitas instrumen di atas 0,6 atau 60%, berarti terdapat data yang reliabel. Sebaliknya jika nilai reliabilitas kurang dari 0,6 atau 60% berarti tidak terdapat data yang reliabel.

3. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk menguraikan tanggapan pembeli untuk mengisi kuesioner mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

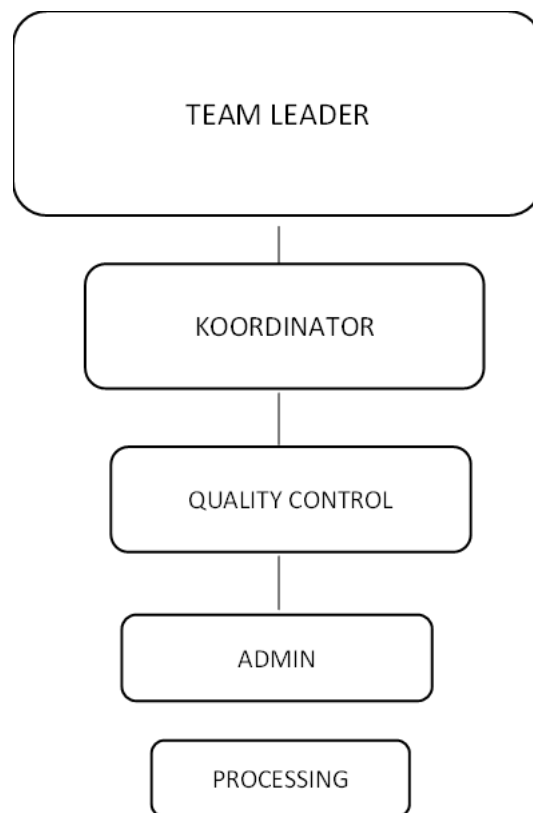
Kriteria pemberian makna pada besaran mean dari setiap variabel atau indikator mengacu pada kelas interval. Berikut merupakan kriteria tentang nilai rata – rata pengukuran indikator dari variable menurut Ridwan (2015:278) :

1. Sangat Baik : 4,01 – 5,00
2. Baik : 3,01 – 4,00
3. Cukup : 2,01 – 3,00
4. Tidak Baik : 1,01 – 2,00
5. Sangat Tidak Baik: 0,01 – 1,00

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT ID Express Logistik Indonesia, atau lebih dikenal sebagai IDEXpress, merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pengiriman dan logistik yang bermarkas di Jakarta, Indonesia, dan memiliki cabang pusat di setiap kota besar contoh seperti Surabaya yang terletak di Desa Jabon, Tambak Sawah, Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo. Pada awalnya usaha ini berdiri karena pemilik melihat kendala utama dari bisnis E-commerce yakni logistic. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2019 dan awal berjalannya di pertengahan 2020, karena pandemi aktivitas jual beli melalui online seperti E-commerce meningkat signifikan dan proses rekrutmen pun juga begitu demikian sehingga bisa cepat membangun infrastuktur dan meng cover coverage seluruh wilayah Indonesia. Di pulau jawa memiliki pusat yang biasa di sebut 4 MAIN HUB terbesar dari ujung pulau jawa yaitu Banyuwangi, Surabaya, Solo, dan Jakarta, kemudian paket dikirimkan ke konter kecil yang tersebar di kota kota biasa di sebut TOWN HUB. IDEXpress juga membuka layanan pengiriman kargo yaitu ID CARGO, dengan memberikan layanan kargo ini pembeli tidak perlu khawatir pada barang yang besar atau terkena volume. Dengan karyawan berjumlah 142 orang IDEXpress menggunakan system 3 shift yaitu pagi, siang dan malam sedangkan untuk penerimaan barang mulai jam 08.00-21.00. untuk hari libur berjalan rolling setiap karyawan

maupun weekday atau weekend. IDEXpress membuka franchise dan menyediakan beberapa fasilitas yang didapat juga paket harga franchise, para franchise owner akan mensurvei tempat yang diajukan menjadi franchisenya setelah itu akan disediakan beberapa fasilitas yang didapat sesuai paket harga franchise.



Gambar 1. Struktur Organisasi

Analisis Data

a. Uji validitas

Uji validitas merupakan alat ukur untuk mengetahui valid tidaknya sebuah item pernyataan yang digunakan dalam kuesioner. Menurut Ghazali (2018:51) “uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.” “Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r table untuk degree of freedom (df)= $n - 2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel.” (Ghozali, 2018:51).

Dalam penelitian ini jumlah sampel (n) =100 dan besar df dapat dihitung dengan cara $df = n - 2$, jadi $df = 100 - 2 = 98$. Dengan $df = 98$ dan $\alpha = 0,05$ (5%) maka didapat hasil $r_{tabel} = 0.1966$.

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan $sig. < 0,05$, maka pernyataan dinyatakan valid sedangkan, Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dan $sig. > 0,05$, maka pernyataan dinyatakan tidak valid. Berikut adalah hasil perhitungan uji validitas menggunakan program IBM SPSS Statistics 25.

Tabel 4. 7 Uji Validitas Item Variabel Penelitian

Varibel	Item	r-hitung	r-tabel	Sig.	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,374	0.1966	0,0000	Valid
	X1.2	0,325	0.1966	0,0000	Valid
	X1.3	0,640	0.1966	0,0000	Valid
	X1.4	0,732	0.1966	0,0000	Valid
	X1.5	0,693	0.1966	0,0000	Valid
	X1.6	0,587	0.1966	0,0000	Valid
	X1.7	0,415	0.1966	0,0000	Valid
Harga (X2)	X2.1	0,601	0.1966	0,0000	Valid
	X2.2	0,430	0.1966	0,0000	Valid
	X2.3	0,539	0.1966	0,0000	Valid
	X2.4	0,400	0.1966	0,0000	Valid
	X2.5	0,759	0.1966	0,0000	Valid
	X2.6	0,539	0.1966	0,0000	Valid
	X2.7	0,399	0.1966	0,0000	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,761	0.1966	0,0000	Valid
	Y2	0,444	0.1966	0,0000	Valid
	Y3	0,621	0.1966	0,0000	Valid
	Y4	0,497	0.1966	0,0000	Valid
	Y5	0,697	0.1966	0,0000	Valid

Sumber: data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.7 hasil uji validitas di atas, menunjukkan bahwa semua item pernyataan yang digunakan sebagai alat ukur variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) dan Keputusan Pembelian (Y) adalah valid. Hal ini dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada masing-masing variabel memiliki r hitung lebih besar dari r tabel (0,1946) dan dengan taraf signifikan $<0,05$. Sehingga item-item dalam variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan Keputusan Pembelian (Y) dapat mengukur pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian di IDEXpress Surabaya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang diteliti. Jika ditemukan hasil yang sesuai, maka penelitian tersebut dikatakan reliabel. Menurut Ghozali (2018:45) "reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu."

Untuk mengukur uji reliabilitas menggunakan uji statistik Cronbach Alpha (α). Menurut Ghozali (2018:45) "Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$."

Berikut adalah hasil perhitungan uji validitas menggunakan program IBM SPSS Statistics 25.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	Cronbach Alpha	Standar	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,780	0,60	Reliabel
Harga (X2)	0,709	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,701	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji reliabilitas variabel semua variabel memiliki nilai cronbach alpha lebih besar dari $> 0,60$. Hal ini menunjukkan bahwa item-item yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel. Reliabel berarti item-item variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) dan keputusan pembelian (Y) dianggap dapat dipercaya dan diandalkan sebagai alat ukur variabel dalam penelitian.

c. Analisis Deskriptif

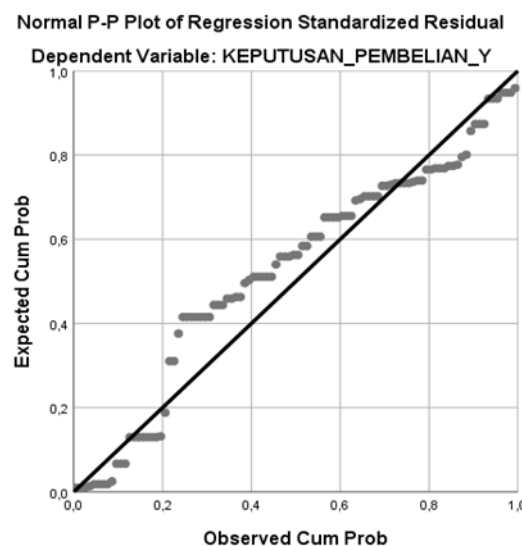
Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul berdasarkan item-item pernyataan untuk setiap variabel dalam penelitian yaitu variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan Keputusan Pembelian (Y) dengan rentang nilai jawaban yaitu Sangat tidak setuju 1, Tidak setuju 2, Ragu-ragu 3, Setuju 4, dan Sangat setuju 5.

d. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang pertama adalah uji normalitas. Menurut Ghozali (2018:161) "uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal."

Menurut Ghozali (2018:163) Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Gambar 2. Uji Normalitas
Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan gambar hasil uji normalitas di atas dapat dilihat bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal atau grafik histogramnya yang menunjukkan bahwa pola distribusi normal.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan

pembelian. Dibuktikannya dengan hasil uji t yang menunjukkan nilai thitung lebih besar dari ttabel dengan ini penelitian yang di lakukan berhasil yaitu dibuktikan dengan hipotesis pertama yang menyatakan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian di IDEXpress Surabaya. Hasil penelitian tersebut juga memperkuat hasil penelitian yang dilakukan oleh Maulana (2019), Adiatma (2021), dan Kurniawan (2018), yang meneliti mengenai hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian, dengan hasil penelitian yang menyatakan jika Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan.

Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Dibuktikannya dengan hasil uji t yang menunjukkan nilai thitung lebih besar dari ttabel dengan demikian penelitian ini berhasil yaitu dibuktikan dengan hipotesis pertama yang menyatakan Harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian di IDEXpress Surabaya. Hasil penelitian tersebut juga memperkuat hasil penelitian yang dilakukan oleh Maulana (2019), Adiatma (2021), dan Kurniawan (2018) yang meneliti mengenai hubungan harga produk terhadap keputusan pembelian, dengan hasil penelitian yang menyatakan jika harga juga berpengaruh positif dan signifikan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dibuktikan dengan hasil uji F yang menunjukkan nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel. Penelitian ini berhasil dengan dibuktikan hipotesis ketiga yang menyatakan Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan atau bersama – sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Hasil penelitian Adjusted R2 pada penelitian ini memiliki nilai yang menunjukkan bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian di IDEXpress Surabaya, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Hasil penelitian tersebut juga memperkuat hasil penelitian yang dilakukan oleh Maulana (2019), Adiatma (2021), dan Kurniawan (2018) yang meneliti mengenai hubungan Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian, dengan hasil penelitian yang menyatakan jika Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan kuesioner, diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dengan melalui berbagai tahapan uji validitas dan reliabilitas serta uji t dan F terdapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, artinya untuk meningkatkan keputusan pembelian diperlukannya kualitas pelayanan yang sangat baik, diutamakan daya tanggap yaitu tepat, cepat, dan jelas.
2. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, untuk meningkatkan keputusan pembelian dibutuhkan harga yang baik, yang perlu ditingkatkan adalah keterjangkauan harga, kesesuaian harga dan daya saing harga.
3. Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa di IDEXpress Surabaya. Meningkatkan keputusan pembelian perlu adanya kualitas pelayanan yang sangat baik meliputi daya tanggap yaitu cepat, tepat, jelas dan harga yang baik meliputi keterjangkauan harga, kesesuaian harga, daya saing harga.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman. (2015). Manajemen Strategi Pemasaran. Bandung : CV. Pustaka Setia.
- Adam, Muhammad. (2015). Manajemen Pemasaran Jasa. Bandung : Alfabeta.
- Arikunto, S. (2013). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta : Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2010). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta : Rineka Cipta.
- Diska, P. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Alfamart Waralaba. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol.8. No.02.
- Donni Junni Priansa. (2017). Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer. Bandung : Alfabeta
- Maulana (2019), Pengaruh Kualitas pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen PT. TOI.
- Fandy Tjiptono. (2009). Strategi Pemasaran, edisi kedua, cetakan ketujuh. Yogyakarta : Andi Offset.
- Fandy Tjiptono. (2015). Strategi Pemasaran. Edisi 4: Andi
- Ferdinand, Augusty. (2014). Metode Penelitian Manajemen. Semarang : BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2011). "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Husein Umar. (2013). Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Edisi Kedua. Jakarta : Rajawali Pers
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Lupiyoadi. (2016). Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Lupiyoadia, Rambat dan Hamdani, A. (2011). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Edisi Kedua, Salemba Empat.
- Maulana, A, S, (2016). Pengaruh Kualitas pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen PT. TOI.
- Manullang. (2016). Dasar – Dasar Manajemen, Gadjah Mada University Press. Yogyakarta : P.O.BOX 14, Bulaksumur.
- Moenir. (2015), Manajemen Kualitas pelayanan Umum Di Indonesia. Jakarta : PT Bumi Aksara
- Mursid. (2014). Manajemen Pemasaran. Jakarta : Bumi Aksara.
- Peter dan Olson. (2013). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Jakarta : Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Penerbit Salemba Empat.
- Prakoso, R.N. (2015). Pengaruh Kesadaran Merek (Brand Awareness), Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario (Studi Pada Dealer Satrya Delta Pasuruan), J A B Jurnal Aplikasi Bisnis, E – ISSN: 2407 – 5523 ISSN :2407-3741 Vol.5
- Purnomo, Eko. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen dalam Membeli Beras Lokal. J A B Jurnal Aplikasi Bisnis, E – ISSN: 2407 – 5523 ISSN :2407-3741 Vol.5
- Sekaran, Uma. (2011). Research Methods For Business Sixth Edition. Jakarta : Salemba Empat.
- Sekaran, Uma. (2011). Research Methods For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis). Jakarta: Salemba Empat.
- Singarimbun, M & Effendi, S. (2011). Metode Penelitian Survei. Jakarta : LP3S.
- Singarimbun, Masri & Sofian Effendi. (2011). Metode Penelitian Survei. Jakarta : LP3ES
- Sopiah & Sangadji, Etta Mamang. (2016). Salesmanship (Kepenjualan). Jakarta : PT Bumi Aksara
- Sudaryono. (2016). Manajemen Pemasaran (teori dan implementasi). Yogyakarta: C.V Andi Offset.

- Sugiyono. (2013). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung : ALFABETA
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
<https://massugiyantojambi.wordpress.com/2011/04/15/teori-motivasi/>
- Tjiptono, Fandy. (2014). Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta : Andi Offset.
- Adiatma, D. (2021). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Jasa J&T Express. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 20(3), 140-153.
- Kurniawan, Heri Diyan. (2018) Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekobis Dewantara, E – ISSN 2656-4149*.