

## PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALAT-ALAT OLAH RAGA DI TOKO SIRU SPORT DI BOJONEGORO

Sulistya<sup>1)</sup>, Kim Budiwinarto<sup>2)</sup>

<sup>1), 2)</sup> Fakultas Ekonomi, Universitas Surakarta

Email: listyo313@gmail.com<sup>1)</sup>, kimbudiwinarto07@gmail.com<sup>2)</sup>

### Abstract

*This research was conducted with the aim of knowing the effect of product quality, service quality and price on purchasing decisions for sports equipment at the Siru Sport store in Bojonegoro. The study used 60 respondents, the data analysis method used multiple linear regression equations to test the hypothesis (t test and F test) and the coefficient of determination (R<sup>2</sup>). Research results obtained equation  $Y = 8,675 + 0,242X_1 + 0,200X_2 + 0,236X_3$ , a constant of 8,675 is the value of the purchase decision before being influenced by product quality, service quality and price. Product quality regression coefficient of 0,242 indicates that product quality has a positive effect on purchasing decisions, service quality regression coefficient of 0,200 indicates that service quality has a positive effect on purchasing decisions and price regression coefficient of 0,236 indicates that price has a positive effect on purchasing decisions. T test results on product quality variables obtained t table with degrees of freedom  $df = 1, 673$  while  $t \text{ count} \geq t \text{ table}$  ( $2,780 \geq 1,673$ ) and a significant value  $\leq 0,05$  ( $0,007 \leq 0,05$ ), on service quality variables obtained t table with degrees of freedom  $df = 1, 673$  while  $t \text{ count} \geq t \text{ table}$  ( $2,903 \geq 1,673$ ) and a significant value  $\leq 0,05$  ( $0,005 \leq 0,05$ ), on price variables obtained t table with degrees of freedom  $df = 1, 673$  while  $t \text{ count} \geq t \text{ table}$  ( $3,629 \geq 1,673$ ) and a significant value  $\leq 0,05$  ( $0,001 \leq 0,05$ ) and partially it can be stated that product quality, service quality and price have a significant effect on purchasing decisions. F test results obtained F count  $\geq F \text{ table}$  ( $8,797 \geq 2,773$ ) with a probability value  $0,000 \leq 0,05$ . so it can be stated simultaneously that the variables of product quality, service quality and price have significant effect on purchasing decisions. The test results of the coefficient of determination of (R<sup>2</sup>) 0,284 or 28,4% variables product quality, service quality and price means that it has an influence on purchasing decisions and the remaining 71,6% is influenced by other variables not included in this study.*

**Keywords:** *Product Quality, Service Quality, Price, Buying Decision*

### PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi saat ini persaingan bisnis semakin ketat, seiring dengan berkembangnya teknologi yang semakin canggih. Salah satu pesaing bisnis yang ketat saat ini yaitu dibidang olahraga. Di zaman modern ini olahraga sudah menjadi kebutuhan yang penting bagi setiap individu, karena dengan berolahraga selain untuk menjaga tubuh agar tetap sehat dan mengurangi resiko terkena berbagai macam penyakit yang dapat menghambat aktivitas, juga menjadi alasan masyarakat untuk menghabiskan waktu luangnya terkait dengan hobi berolahraganya.

Meningkatnya minat dan kesadaran berolahraga masyarakat saat ini diiringi dengan berkembangnya pusat-pusat arena olahraga seperti lapangan voli, lapangan futsal, lapangan sepakbola, lapangan basket, lapangan badminton, gym dan masih banyak lagi.

Dalam berolahraga tentunya membutuhkan alat untuk menunjang kegiatan olahraganya. Belanja alat olahraga akhirnya menjadi salah satu gaya hidup di Kabupaten Bojonegoro seperti Siru Sport. Siru Sport merupakan salah satu toko sport yang ada di Kabupaten Bojonegoro. Siru

Sport menjual produk dengan cara pengunjung datang ke toko dan memilih perlengkapan olahraga yang diinginkan. Siru Sport memberikan kualitas yang sangat baik bagi para konsumennya, karena seluruh produk yang ditawarkan oleh Siru Sport merupakan produk orisinal.

Siru Sport juga menawarkan berbagai jenis perlengkapan olahraga untuk wanita, pria, dan anak-anak seperti bola voli, bola futsal, baju berenang, raket badminton, sepatu, dan aksesoris olahraga lainnya. Siru Sport memberikan kemudahan untuk para pembeli dengan sistem pembayaran yang simple dan juga tersedia banyak cara untuk membayar. Jadi kita tidak perlu takut untuk kerepotan ataupun bingung membayar dengan apa, Siru Sport sudah menyiapkan segala kemudahan untuk konsumen.

Permasalahan yang dihadapi adalah untuk mengetahui kualitas produk toko Siru Sport Bojonegoro yang berdampak pada keputusan pembelian, maka peneliti mencoba meneliti berdasarkan pada lima indikator dalam kualitas produk, sebagai berikut :

1. Daya tahan produk
2. Keistimewaan produk
3. Keandalan produk
4. Kesesuaian dengan spesifikasi
5. Estetika produk

Indikator-indikator kualitas produk diatas perlu dikaji dan diteliti kembali untuk mengetahui permasalahan kualitas produk ditoko Siru Sport Bojonegoro.

Adapun masalah kualitas pelayanan di toko Siru Sport Bojonegoro yang berdampak pada keputusan pembelian, maka peneliti mencoba mengkaji ada lima indikator kualitas pelayanan yaitu:

1. *Tangibles* (berwujud) : kualitas pelayanan berupa sarana fisik yang di sediakan didalam Toko Siru Sport tersebut. Indikatornya adalah :
  - a. Penampilan petugas dalam melayani pelanggan
  - b. Kenyamanan tempat melakukan pelayanan
  - c. Kemudahan dalam proses pelayanan
2. *Realibility* (kehandalan) : kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya. Indikatornya adalah :
  - a. Kecermatan petugas dalam melayanan
  - b. Memiliki standar pelayanan yang jelas
  - c. Keahlian petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan
3. *Responsivess* (ketanggapan) : kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan pelanggan. Indikatornya adalah:
  - a. Merespon setiap pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan
  - b. Petugas melakukan pelayanan dengan tepat dan cepat
  - c. Semua keluhan pelanggan direspon dengan baik oleh petugas
4. *Emphaty* (Empati) : sikap tegas tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap pelanggan. Indikatornya adalah :
  - a. Mendahulukan kepentingan pelangga
  - b. Petugas melayani dan menghargai setiap pelanggan
5. *Assurance* (jaminan) : kemampuan dan keramahan serta sopan santun pegawai dalam meyakinkan kepercayaan pelanggan . Indikatornya adalah :
  - a. Petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan
  - b. Petugas memberikan jaminan biaya dalam pelayanan
  - c. Petugas melayani dengan sikap sopan santun

Suburnya bisnis alat-alat olahraga di Kabupaten Bojonegoro ini pun tidak lepas dari peran harga dalam pemasaran produknya seperti toko ini karena harga yang dilakukan dalam pemasaran produknya ini guna untuk mengenalkan kepada masyarakat sehingga tujuan agar produknya diterima dilingkungan masyarakat dan mendapatkan tempat penting dihati dan benak masyarakat.

Adapun masalah harga yang berdampak pada keputusan pembelian, maka peneliti mencoba mengkaji ada empat indikator yang harga yaitu:

1. Keterjangkauan harga.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.
3. Daya saing harga.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat.

Indikator-indikator harga diatas perlu dikaji dan diteliti kembali untuk mengetahui permasalahan harga di Toko Siru Sport Bojonegoro. Adakah hubungan dari indikator kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian dikaji melalui indikator-indikator keputusan pembelian menurut Kotler & Amstrong (2016:188):

1. Pilihan produk
2. Pilihan penyalur
3. Waktu pembelian
4. Jumlah pembelian
5. Metode pembayaran

Konsumen zaman sekarang sangat selektif dan kritis terhadap produk dari suatu toko sehingga keputusan pembelian termasuk dalam kegiatan yang konsisten untuk memenuhi kebutuhannya. Terkait dengan perilaku konsumen dalam pembelian pada penelitian ini bermaksud mengangkat permasalahan yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian alat-alat olahraga di toko siru sport di Bojonegoro. Untuk itu perlu diteliti tentang pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian alat-alat olahraga di Toko Siru Sport di Bojonegoro.

Tujuan penelitian ini adalah: (1) untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di toko Siru Sport di Bojonegoro, (2) untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di toko Siru Sport di Bojonegoro, (3) untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di toko Siru Sport di Bojonegoro, (4) untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian di toko Siru Sport di Bojonegoro.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kualitas Produk**

Kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kotler dan Amstrong 2016:97). Sedangkan menurut (Kotler dan Armstrong 2015:253) Kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat. Saat ini semua produsen memahami begitu pentingnya peranan arti kualitas produk yang unggul untuk memenuhi harapan pelanggan pada semua aspek produk yang dijual ke pasar.

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas Pelayanan menurut Tjiptono (2014: 268) berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Kasmir (2017:47) bahwa kualitas pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan. Kepuasan tersebut tentunya dapat tercipta apabila harapan pelanggan terpenuhi. Sedangkan Kotler dan Keller (2016:143) bahwa kualitas pelayanan adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan.

## **Harga**

Harga merupakan suatu nilai yang dibuat untuk menjadi patokan nilai suatu barang atau jasa. Berikut beberapa pengertian harga menurut para ahli. Menurut Kotler dan Armstrong (2013:151), Sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong (2015: 312) mengemukakan harga merupakan jumlah uang yang dengan sengaja dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa. Dalam arti lain harga adalah nilai dalam jumlah tertentu yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan manfaat kepemilikan atau pengguna sebuah produk dan jasa dengan keinginan.

## **Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang akan dijalani konsumen ketika akan melakukan transaksi dengan perusahaan. Hal ini dilakukan konsumen agar mendapatkan pemilihan objek yang tepat dalam melakukan pembelian baik itu produk fisik maupun jasa yang dibutuhkan. Jika dalam pengambilan keputusan memerlukan usaha yang besar maka konsumen perlu meluangkan waktu untuk melakukan proses keputusan. Sebaliknya untuk pembelian yang sifatnya rutin cenderung merupakan peristiwa yang menonton dan menunjukkan berkurangnya tingkat kesenangan. Menurut Suharto (2016:30) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah semua tindakan yang menentukan semua pilihan yang ada untuk dipilih salah satu diantaranya, dengan melalui tahap pengenalan, pencarian informasi, penilaian alternatif, keputusan membeli, perilaku setelah pembelian.

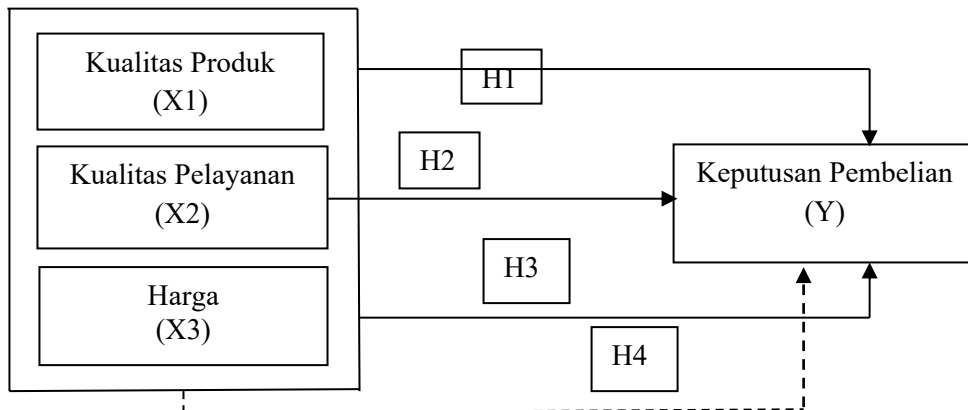
## **Penelitian Terdahulu**

Amrullah Amrullah, Pamasang S Siburian, Saida Zainurossalamia (2016) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan apakah kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengambilan sampel dengan menggunakan random sampling. Dalam penelitian ini sampel dibagikan kepada seluruh pelanggan di Dealer Honda Star Motor Samarinda yang berjumlah 60 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis dari penelitian ini menunjukkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Perbedaan penelitian ini dengan penulis adalah penelitian ini dilaksanakan di Dealer Honda Star Motor Samarinda, sedangkan penelitian penulis dilaksanakan di Toko Siru Sport di Bojonegoro.

Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, promosi dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen dengan keputusan berkunjung sebagai variabel intervening di hotel Amanda Hills Bandung. Oleh Susilo H, AT Haryono, M Mukery (2018). Penelitian dilakukan hotel Amanda Hills Bandung dengan teknik pengambilan data dengan kuisioner, menggunakan metode analisis linear berganda dan menghasilkan kesimpulan sebagai berikut: 1) terdapat pengaruh harga terhadap keputusan berkunjung konsumen di Amanda Hills Hotel Bandung, 2) terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung konsumen di Amanda Hills Hotel Bandung, 3) terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan berkunjung konsumen di Amanda Hills Hotel Bandung dan 4) terdapat pengaruh kepercayaan terhadap keputusan berkunjung konsumen di Amanda Hills Hotel.

## **Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan teori dan yang ada dalam penelitian ini dan kajian terhadap penelitian terdahulu, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, dapat dijelaskan bahwa penelitian ini memiliki tiga variabel bebas (kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga) dan satu variabel terikat (keputusan pembelian). Kerangka pemikiran ini digunakan untuk mengarahkan peneliti dalam melakukan penelitian. Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh ketiga variabel bebas terhadap variabel terikat, baik secara parsial maupun secara simultan.

## Hipotesis

Hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

- H<sub>1</sub> : Diduga kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian alat-alat olahraga di Toko Siru Sport di Bojonegoro.
- H<sub>2</sub> : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian alat-alat olahraga di Toko Siru Sport di Bojonegoro.
- H<sub>3</sub> : Diduga harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian alat-alat olahraga di Toko Siru Sport di Bojonegoro.
- H<sub>4</sub> : Diduga kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian alat-alat olahraga di Toko Siru Sport di Bojonegoro.

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini populasinya adalah semua konsumen yang melakukan pembelian di toko Siru Sport di Bojonegoro. Sampel sebanyak 60 konsumen. Dengan metode sampling yang ditempuh dengan menggunakan metode *random sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan penilaian jawaban Sangat Setuju diberi skor 5, Setuju diberi skor 4, Ragu-ragu diberi skor 3, Kurang Setuju diberi skor 2, Tidak Setuju diberi skor 1.

Teknik analisi data menggunakan regresi linier berganda. Menurut Sugiyono (2019) bahwa rumus yang digunakan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Uji t digunakan untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel independent secara individu mempunyai pengaruh yang signifikan (berarti) atau tidak terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian apabila *p value* < 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent terhadap variabel dependen.

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independent secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel independent. Kriteria pengujian apabila *p value* < 0,05 berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independent secara

bersama-sama terhadap variabel dependen. Sedangkan koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan variabel independent terhadap variabel dependen yang ditunjukkan dengan presentase.

## HASIL PENELITIAN

### Uji Instrumen Penelitian

Hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan dinyatakan valid karena  $p\ value < 0,05$ . Hasil uji reliabilitas dengan  $alpha\ Cronbach$  variabel kualitas produk (0,631) kualitas pelayanan (0,601) harga (0,608) dan keputusan pembelian (0,613)  $>$  nilai kritis (0,60), maka dengan penelitian ini keseluruhan variabel dinyatakan reliabel.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan keputusan pembelian. Perhitungan analisis regresi linier berganda menggunakan bantuan program SPSS versi 23 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1.1  
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	Coefficients <sup>a</sup>		Beta		
	B	Std. Error			
(Constant)	8,675	4,720		1,838	0,071
Kualitas Produk	0,242	0,100	0,277	2,425	0,019
Kualitas Pelayanan	0,200	0,080	0,286	2,499	0,015
Harga	0,236	0,097	0,287	2,426	0,018

Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 8,675 + 0,242 X_1 + 0,200 X_2 + 0,236 X_3 + e$$

### Uji t

Hasil perhitungan uji t dapat dilihat pada tabel 1.1. diatas. Adapun hasil uji t dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pada variabel kualitas produk diperoleh nilai t hitung sebesar 2,425 dengan nilai Sig sebesar 0,019. Dengan taraf signifikansi sebesar 0,05, ternyata nilai Sig lebih kecil dari 0,05, maka hasil pengujian menunjukkan hasil uji yang signifikan. Hal ini berarti bahwa kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian alat-alat olahraga di Toko Siru Sport di Bojonegoro.
2. Pada variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t hitung sebesar 2,499 dengan nilai Sig sebesar 0,015. Dengan taraf signifikansi sebesar 0,05, ternyata nilai Sig lebih kecil dari 0,05, maka hasil pengujian menunjukkan hasil uji yang signifikan. Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian alat-alat olahraga di Toko Siru Sport di Bojonegoro.

3. Pada variabel harga diperoleh nilai *t* hitung sebesar 2,426 dengan nilai *Sig* sebesar 0,018. Dengan taraf signifikansi sebesar 0,05, ternyata nilai *Sig* lebih kecil dari 0,05, maka hasil pengujian menunjukkan hasil uji yang signifikan. Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian alat-alat olahraga di Toko Siru Sport di Bojonegoro.

## Uji F

Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian alat-alat olahraga di toko Siru Sport di Bojonegoro yaitu didasarkan pada hasil uji F atau ANOVA. Adapun hasil perhitungan uji F dapat dilihat pada tabel 1.2. berikut ini:

Tabel 1.2  
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	79,671	3	26,557	8,797	0,000
Residual	169,062	56	3,019		
Total	248,733	59			

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 1.2 di atas diperoleh *F*-hitung sebesar 8,797 dengan nilai *sig* sebesar 0,000. Dalam penelitian ini, taraf signifikan yang digunakan adalah sebesar 0,05. Ternyata nilai *sig* sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka hasil uji F adalah signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian alat-alat olahraga di toko Siru Sport di Bojonegoro.

## Koefisien Determinasi

Untuk mengukur seberapa besar variasi perubahan variabel independen dapat dijelaskan variabel perubahan variabel dependen yaitu dengan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Adapun hasil perhitungan koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat pada tabel 1.3. berikut ini:

Tabel 1.3  
Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,566	0,320	0,284	1,73752

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang diperoleh sebesar 0,320. Hal ini menunjukkan bahwa variasi perubahan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga dapat menjelaskan variasi perubahan sebesar 32,0%. Dan sisanya 68,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan di atas, maka kesimpulan yang dapat ditarik dalam penelitian ini adalah:

1. Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian alat-alat olahraga di toko Siru Sport di Bojonegoro.
2. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian alat-alat olahraga di toko Siru Sport di Bojonegoro.
3. Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian alat-alat olahraga di toko Siru Sport di Bojonegoro.
4. Kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian alat-alat olahraga di toko Siru Sport di Bojonegoro.

### Saran

Pihak toko Siru Sport Bojonegoro diharapkan dalam meningkatkan kualitas produk perlu meningkatkan pengenalan produk dan kualitasnya, dengan mendesain produk sesuai tren dan tanpa mengurangi kualitas produk tersebut, selain itu perlu berbagai macam merek produk yang tersedia. Variabel kualitas pelayanan perlu memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan, memberikan jaminan biaya dalam pelayanan dan melayani konsumen dengan sikap sopan santun. Variabel harga perlu memperbaiki stuktur harga, agar harga yang ditawarkan lebih kompetitif dan sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikonto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kasmir. 2017. *Customer Service Exellent*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. & Amstrong, G. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Amstrong, G. 2016. *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. Pearson Education Limited.
- Kotler, P. & Amstrong, G. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2019. *Metode Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Suharto. 2016. Pengaruh Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Variabel Sosial & Pribadi Sebagai Mediasi Produk Air Minum Kemasan. *Jurnal Derivatif*. Vol. 10 No. 1.
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Ghozali, I. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P dan Armstrong., G. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P dan Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Terjemahan Benyamin Molan. Klaten: PT Macanan Jaya Cermerlang.
- Mumu *et al.* 2015. Analisis Gaya Kepemimpinan, Kompensasi, Pendidikan dan Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Hasjrat Multifinance Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 3 No. 3 hal. 1287- 1297.
- Putra, R.S. 2017. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Di Kota Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Ahmad Dahlan.
- Rangkuti, F. 2006. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: Penerbit Gramedia.

- Rofiq, A dan Hufron M. 2018. Pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Powernoise Store Malang (studi kasus pada konsumen Powernoise Store).
- Simamora, B. 2005. *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan*. Cetakan Keduapuluh Satu. Bandung: Alfabeta.
- Susilo, H, dkk. 2018. Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, promosi, dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen dengan keputusan berkunjung sebagai variabel intervening di Hotel Amanda Hills Bandung. *Journal of Management*.