

The Influence of Service Quality and Price on Purchasing Decisions at Rika Motor Workshop in Johar Baru, Central Jakarta

Dhea Putri Nabila¹, Veta Lidya Delimah Pasaribu^{2*}

Universitas Pamulang

Corresponding Author: Veta Lidya Delimah Pasaribu Veta01889@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Service Quality, Price, Purchasing Decisions

Received : 17 January 2025

Revised : 08 February 2025

Accepted: 10 March 2025

©2025 Nabila, Pasaribu: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the effect of service quality and price on purchasing decisions at rika motor workshop. The method used in this study is quantitative with a descriptive quantitative approach, and the population in this study consists of 2,726 consumers. The sampling technique employed is Slovin's formula, with data collected using questionnaires from a sample of 96 respondents. The analytical tools used include instrument testing, classical assumption testing, simple linear regression testing, multiple linear regression testing, autocorrelation testing, correlation coefficient testing, determination coefficient testing, and hypothesis testing. The results of the study show that the service quality variable has a positive and significant relationship with purchasing decisions at Rika Motor Workshop, with a significance value of 0.000 (< 0.05) and a t-value of 2.199 ($> t$ -table 1.985). The price variable also has a positive and significant relationship with purchasing decisions at Rika Motor Workshop, with a significance value of 0.000 (< 0.05) and a t-value of 7.489 ($> t$ -table 1.985). Simultaneously, the variables of service quality and price have a positive and significant relationship with purchasing decisions, with a significance value of 0.000 (< 0.05) and an F-value of 161.937 ($> F$ -table 3.09). Therefore, it can be concluded that the variables of service quality and price have a positive relationship and a significant influence on purchasing decisions at Rika Motor Workshop.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Bengkel Rika Motor di Johar Baru Jakarta Pusat

Dhea Putri Nabila¹, Veta Lidya Delimah Pasaribu^{2*}

Universitas Pamulang

Corresponding Author: Veta Lidya Delimah Pasaribu Veta01889@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Keputusan Pembelian

Received : 17 Januari 2025

Revised : 08 Februari 2025

Accepted: 10 Maret 2025

©2025 Nabila, Pasaribu: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada bengkel rika motor. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif kuantitatif dan populasi dalam penelitian ini adalah 2.726 konsumen. Adapun teknik sampling yang digunakan adalah slovin dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan sampel sebanyak 96 responden. Alat analisis menggunakan pengujian instrument, pengujian asumsi klasik, pengujian regresi linier sederhana, pengujian regresi linier berganda, pengujian autokorelasi, pengujian koefisien korelasi, pengujian koefisien determinasi serta pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable kualitas pelayanan memiliki hubungan yang positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada bengkel rika motor dengan nilai nilai Signifikasi 0,000 (< 0.05) dan nilai t_{hitung} sebesar 2,199 ($> t_{tabel} 1,985$). Variabel harga memiliki hubungan positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada bengkel rika motor dengan nilai signifikasi 0,000 (< 0.05) dan nilai t_{hitung} sebesar 7.489 ($> (t_{tabel} 1.985)$). Variabel kualitas pelayanan dan harga secara simultan memiliki hubungan positif serta berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikasi 0,000 (< 0.05). f_{hitung} sebesar 161.937 ($> f_{tabel} 3.09$). sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga memiliki hubungan yang positif dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada bengkel rika motor.

PENDAHULUAN

Di era modern saat ini alat transportasi roda dua atau motor sudah menjadi salah satu kebutuhan pokok bagi masyarakat dari berbagai kalangan. Kepadatan lalu lintas dan keterbatasan infrastruktur jalanan di kota-kota besar seperti di Jakarta seringkali mengalami kemacetan parah, sepeda motor menjadi solusi praktis untuk menghindari kemacetan dan mencapai tujuan lebih cepat dibandingkan mobil. Selain itu harga sepeda motor jauh lebih terjangkau dibandingkan dengan mobil, biaya operasional seperti bahan bakar, perawatan dan pajak juga lebih rendah, menjadikannya pilihan ekonomis bagi banyak orang. Sepeda motor juga memberikan fleksibilitas tinggi dalam bergerak, terutama di daerah perkotaan dengan gang-gang sempit yang sulit diakses oleh mobil, hal ini sangat membantu para pekerja yang harus berpindah-pindah tempat dengan cepat. Sepeda motor juga tidak hanya digunakan untuk transportasi pribadi, tetapi juga untuk berbagai tujuan bisnis seperti ojek online, kurir, dan pengiriman barang, fenomena ini semakin mengukuhkan posisi sepeda motor sebagai alat transportasi yang esensial.

Sepeda motor sudah menjadi bagian dari kultur dan gaya hidup masyarakat dari berbagai kalangan, hal ini dapat dibuktikan dengan terus meningkatnya jumlah pembelian sepeda motor baru maupun bekas setiap tahunnya, jumlah pengguna kendaraan roda dua atau motor semakin bertambah turut berkontribusi pada meningkatnya angka kecelakaan lalu lintas di jalan raya. Kondisi ini sekaligus mencerminkan adanya peluang bisnis yang menjanjikan di sektor jasa bengkel motor, dengan seiring waktu, jumlah pelaku usaha di bidang ini pun semakin bertambah, menawarkan berbagai pilihan harga, fasilitas dan kualitas pelayanan yang beragam, sehingga memberikan alternatif bagi konsumen dalam memilih jasa bengkel motor sesuai kebutuhan mereka.

Dengan meningkatnya jumlah sepeda motor yang beredar banyak di jalan, konsumen semakin sadar akan pentingnya kebutuhan perawatan dan perbaikan kendaraan yang dimiliki, sehingga meningkatkan permintaan akan layanan perawatan serta perbaikan kendaraan pada bengkel yang menyediakan layanan berkualitas. Hal ini menciptakan peluang bisnis bagi bengkel motor untuk melayani pemilik sepeda motor, persaingan yang semakin ketat akan membuat pelaku usaha dibidang ini menjadi semakin bersemangat dalam melayani konsumen dengan tujuan memuaskan konsumen dan memperoleh keunggulan kompetitif dibandingkan pesaing. Banyaknya usaha di bidang bengkel ini menimbulkan persaingan yang semakin ketat antar bengkel. Dengan kondisi ini mendorong setiap bengkel untuk berupaya meningkatkan jumlah pelanggan serta mempertahankan konsumen agar tetap loyal terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Konsumen cenderung membandingkan layanan dan fasilitas yang ditawarkan antara satu bengkel dengan bengkel lainnya. Apabila konsumen merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bengkel Rika Motor, maka kemungkinan besar mereka akan kembali lagi ke Bengkel Motor Rika dan menjadi pelanggan. Kepuasan kualitas pelayanan tersebut juga dapat mendorong konsumen untuk merekomendasikan Bengkel

Rika Motor kepada orang lain, sehingga jumlah pelanggan pun akan terus bertambah.

TINJAUAN PUSTAKA

Pelayanan yang berkualitas adalah suatu kondisi yang dinamis dan berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang mendukung, dengan tujuan untuk memenuhi bahkan melampaui harapan pelanggan. Hubungan antara kualitas layanan dan harga berperan penting dalam membentuk preferensi serta perilaku konsumen dalam melakukan pembelian (Ekasari & Putri, 2021). Kualitas pelayanan memberikan pengaruh besar terhadap keputusan pembelian karena konsumen cenderung memilih produk atau layanan yang memberikan pengalaman positif. Aria dan Atik (2018:16) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek krusial yang harus diperhatikan untuk mencapai pelayanan yang optimal. Sementara itu, Tjiptono (2016:157) mengartikan kualitas pelayanan sebagai indikator seberapa baik layanan yang diberikan dapat memenuhi ekspektasi pelanggan. Sehingga kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya agar tercapainya keinginan dan kebutuhan konsumen dengan tepat sasaran sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Ketika pelayanan berkualitas tinggi seperti respons cepat, keandalan, empati, dan jaminan yang baik, pelanggan merasa puas dan percaya terhadap layanan tersebut. Menurut Oktaviani (2013) Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan pemasaran karena konsumen akan termotivasi untuk menyebarkan cerita baik dan pengalamannya tentang pelayanan atau bisnis kepada orang lain, hal ini tentunya juga dapat meningkatkan kemungkinan mereka melakukan pembelian, kembali di masa depan, serta merekomendasikan layanan kepada orang lain. Sebaliknya, pelayanan yang buruk dapat membuat konsumen ragu atau bahkan berpaling ke kompetitor,

Selain itu, harga memiliki dampak signifikan pada keputusan pembelian Anda, karena pelanggan cenderung memperhitungkan nilai yang mereka terima dibandingkan dengan biaya. Jika harga dianggap sama atau lebih rendah dari manfaat yang diperolehnya, pelanggan melakukan lebih banyak pekerjaan. Namun, jika harga terlalu tinggi dibandingkan dengan persepsi nilai atau dibandingkan dengan kompetitor, pelanggan mungkin menunda atau membatalkan pembelian. Menurut Tjiptono (2019:151) menyatakan bahwa "harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat yang dimiliki produk atau jasa tersebut". Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan pengembangan dan strategi penetapan harga agar produk tersebut dapat bersaing dengan kompetitor. Sedangkan Menurut Tjiptono (2016:218) menyebutkan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Selain itu, diskon, promosi, atau penawaran khusus juga bisa mendorong keputusan pembelian.

Menurut Schiffman & Kanuk (2010) keputusan pembelian adalah suatu proses yang berkaitan dengan pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian terjadi.

Faktor psikologis, sosial, dan situasional berperan dalam keputusan ini, sedangkan menurut Habibah & Sumiati (2016: 31) calon pembeli bisa melaksanakan analisis pilihan dan kemudian dapat memastikan sikap bagaimana yang akan diambil selanjutnya. Oleh karena itu, kualitas pelayanan dan harga saling berkaitan dan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

METODOLOGI

Penelitian ini bertujuan untuk menggali informasi mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Bengkel Rika Motor yang berlokasi di Johar Baru, Jakarta Pusat. Pendekatan yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2019:65), penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh antara variabel independen, yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2), terhadap variabel dependen, yaitu Keputusan Pembelian (Y), baik secara terpisah maupun secara bersamaan.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa di Bengkel Rika Motor. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert. Data yang diperoleh bersifat kuantitatif, yaitu berupa tanggapan tertulis dari responden terhadap pernyataan yang diajukan dalam kuesioner.

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Bengkel Rika Motor. Sampel dalam penelitian ini adalah 96 responden. Jumlah sampel dalam penelitian ini diperoleh menggunakan rumus Slovin. Berikut rumus slovin :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n : Ukuran Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Kesalahan dalam mengambil sampel yang ditetapkan sebesar 10%

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

a. Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X₁)

Tabel 1. Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X₁)

No.	Item Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1.	Fasilitas yang diberikan pada bengkel seperti ruang tunggu yang nyaman	0.802	0.200	VALID
2.	Bengkel dilengkapi dengan peralatan <i>service</i> yang modern dan lengkap	0.773	0.200	VALID
3.	Staff bengkel menyapa pelanggan dengan ramah dan bersikap hangat	0.739	0.200	VALID

4.	Staff bengkel mendengarkan dengan baik tentang keluhan atau permintaan konsumen terkait perawatan dan perbaikan motor	0.776	0.200	VALID
5.	Staff bengkel memberikan penjelasan dengan sabar jelas tentang kondisi motor serta pilihan perbaikan yang tersedia	0.781	0.200	VALID
6.	Staff bengkel menunjukkan apresiasi kepada pelanggan serta dengan memberikan diskon, <i>service</i> tambahan secara gratis	0.727	0.200	VALID
7.	Staff bengkel menawarkan berbagai opsi perbaikan atau suku cadang yang sesuai dengan kebutuhan dan anggaran pelanggan	0.783	0.200	VALID
8.	Respon yang cepat dari staff bengkel terhadap keluhan saya meningkatkan kepercayaan saya terhadap saya	0.817	0.200	VALID
9.	Keahlian mekanik dalam menangani perbaikan masalah motor menjadi salah satu faktor untuk <i>service</i> di bengkel ini	0.737	0.200	VALID
10.	Bengkel Rika Motor selalu memiliki stok suku cadang yang dibutuhkan	0.755	0.200	VALID
11.	Bengkel Rika Motor memberikan garansi atas pekerjaan yang dilakukan	0.696	0.200	VALID
12.	Bengkel Rika Motor memberikan jaminan bahwa bengkel hanya menggunakan suku cadang asli	0.722	0.200	VALID

Sumber: Data diolah SPSS versi 27

Berdasarkan Tabel 1, suatu item dinyatakan valid jika nilai *r hitung* lebih besar dari *r tabel*. Sebaliknya, jika *r hitung* lebih kecil dari *r tabel*, maka item tersebut dianggap tidak valid. Dalam penelitian ini, jumlah responden yang digunakan untuk uji validitas adalah sebanyak 96 orang dengan tingkat signifikansi dua arah sebesar 0,05. Dengan demikian, derajat kebebasan (df) dihitung dengan rumus $n - 2$, yaitu $96 - 2 = 94$, sehingga diperoleh nilai *r tabel* sebesar 0,200. Berdasarkan hasil yang ditampilkan dalam tabel, seluruh item pertanyaan pada variabel Kualitas Pelayanan dinyatakan valid karena masing-masing memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05.

b. Uji Validitas Harga (X₂)

Tabel 2. Hasil uji Validitas Variabel Harga (X₂)

No.	Item Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1.	Harga terjangkau untuk semua kalangan	0.772	0.200	VALID
2.	Harga sesuai dengan harapan konsumen	0.800	0.200	VALID
3.	Harga yang ditawarkan bervariasi sesuai dengan jenis produk	0.790	0.200	VALID
4.	Saya merasa harga yang ditawarkan oleh bengkel ini sebanding dengan kualitas layanan yang saya terima	0.768	0.200	VALID
5.	Saya merasa nyaman membayar harga yang lebih tinggi di bengkel ini karena kualitas dan kepuasan yang saya dapatkan	0.788	0.200	VALID

6.	Saya percaya bahwa harga suku cadang di bengkel ini sesuai dengan manfaat yang saya peroleh setelah perbaikan	0.789	0.200	VALID
7.	Harga yang ditawarkan oleh bengkel ini mencerminkan tingkat pelayanan dan keahlian mekanik yang saya terima	0.840	0.200	VALID
8.	Saya merasa harga jasa di bengkel ini sebanding dengan keterampilan teknisi yang bekerja	0.824	0.200	VALID
9.	Biaya yang saya keluarkan untuk layanan di bengkel ini setara dengan manfaat yang saya terima dalam rangka Panjang	0.815	0.200	VALID
10.	Harga produk yang ditawarkan cenderung lebih mahal dari harga pasar	0.467	0.200	VALID
11.	Bengkel ini menawarkan harga yang kompetitif untuk layanan yang sama dibandingkan dengan bengkel lain	0.789	0.200	VALID
12.	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kemampuan dan daya beli konsumen	0.745	0.200	VALID

Sumber: Data diolah SPSS versi 27

Berdasarkan tabel 2, di atas apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dinyatakan valid dan sebaliknya apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid. Dalam penelitian ini, jumlah sampel (n) yang akan diuji sebanyak 96 responden dengan taraf signifikan dua arah 0.05. Dengan demikian, ketentuan $df = n-2$, maka $df = 96 - 2 = 94$, sehingga diperoleh nilai r tabel sebesar 0,200. Hasil tabel di atas menunjukkan pertanyaan yang tersedia dalam variabel Harga dinyatakan valid karena masing-masing pertanyaan memiliki nilai signifikan dibawah 0.05.

c. Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

No.	Item Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1.	Konsumen memilih bengkel ini karena kualitas suku cadang yang ditawarkan sangat baik	0.798	0.200	VALID
2.	Produk suku cadang yang tersedia di bengkel ini sesuai dengan kebutuhan dan spesifikasi motor saya	0.767	0.200	VALID
3.	Saya memilih produk suku cadang di bengkel ini karena merek yang ditawarkan	0.780	0.200	VALID
4.	Merek suku cadang yang disediakan di bengkel ini menjadi salah satu faktor utama saya dalam memutuskan untuk melakukan <i>service</i> di sini	0.823	0.200	VALID
5.	Saya memilih bengkel ini karena lokasinya mudah dijangkau dan dekat dengan tempat tinggal/kantor saya	0.739	0.200	VALID
6.	Saya melakukan pembelian di bengkel ini berdasarkan waktu yang sudah dijadwalkan untuk perawatan motor secara berkala	0.817	0.200	VALID

7.	Saya cenderung melakukan pembelian di bengkel ini ketika motor saya memerlukan perawatan rutin	0.746	0.200	VALID
8.	Saya cenderung membeli suku cadang lebih banyak di bengkel ini untuk persediaan, karena saya percaya pada kualitas produk yang ditawarkan	0.798	0.200	VALID
9.	Kebiasaan saya melakukan pembelian dalam jumlah cukup banyak di bengkel ini disebabkan oleh paket layanan yang ekonomis	0.711	0.200	VALID
10.	Saya merasa lebih nyaman melakukan pembelian dalam jumlah banyak di bengkel ini karena layanan purna jual yang baik	0.875	0.200	VALID
11.	Saya sering melakukan pembelian suku cadang dalam jumlah besar di bengkel karena dan harganya yang kompetitif	0.776	0.200	VALID
12.	Saya merasa metode pembayaran di bengkel ini sangat fleksibel dan memudahkan transaksi saya	0.734	0.200	VALID

Berdasarkan tabel 3, diatas apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dinyatakan valid dan sebaliknya apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid. Dalam penelitian ini, jumlah sampel (n) yang akan diuji sebanyak 96 responden dengan taraf signifikan dua arah 0.05. Dengan demikian, ketentuan $df = n-2$, maka $df = 96 - 2 = 94$, sehingga diperoleh nilai r tabel sebesar 0,200. Hasil tabel di atas menunjukkan pertanyaan yang tersedia dalam variabel Keputusan Pembelian dinyatakan valid karena masing-masing pertanyaan memiliki nilai signifikan dibawah 0.05.

Uji Reabilitas

Menurut Ghozali (2011:47) reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel, suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu Uji reliabilitas dengan indikator cronbach alpha $> 0,60$. Menurut Ghozali (2011:48) jika nilai alpha $< 60\%$ hal ini mengindikasikan ada beberapa responden yang menjawab tidak konsisten dan harus dibuang dari analisis dan alpha.

Tabel 4. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Realibilitas	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0.934	0.60	Reliabel
Harga (X2)	0.933	0.60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0.941	0.60	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS versi 27

Suatu variabel akan dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$. Pada hasil analisis diatas dapat dilihat bahwa Cronbach's Alpha dari variabel Kualitas Pelayanan (X1) adalah 0,934 sehingga dapat dikatakan realibel. Variabel

Harga (X2) adalah 0.933 yang dinyatakan reliabel dan Keputusan Pembelian (Y) adalah 0,941.

Uji Normalitas

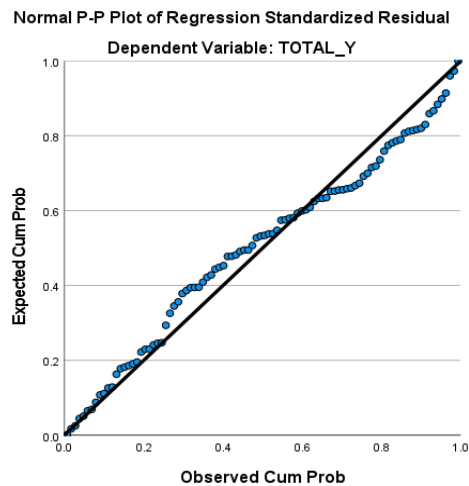
Tabel 5. Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Sminov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual	
N		96	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	3.90495477	
Most Extreme Differences	Absolute	.086	
	Positive	.084	
	Negative	-.086	
Test Statistic		.086	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.080	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.085	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.078
	Upper Bound	.092	

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 926214481.

Sumber: Data diolah SPSS versi 27

Berdasarkan hasil pengujian pada table 5 diatas, nilai signifikansi sebesar $0,080 > 0,05$. Hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa distribusi persamaan dalam uji ini adalah **Normal**. Selain itu, uji normalitas juga dilakukan melalui grafik *probability plot*, di mana normalitas dapat dianalisis dengan mengamati pola penyebaran titik-titik residual yang mengikuti arah garis diagonal. Hal ini sesuai dengan hasil diagram penyebaran yang diolah menggunakan SPSS versi 27, seperti yang ditunjukkan pada gambar di bawah ini:



Gambar 1. Normal P-P Plot

Sumber: Data diolah SPSS versi 27

Berdasarkan gambar 1, grafik di atas, terlihat bahwa *probability plot* menunjukkan pola grafik yang normal. Hal ini terlihat dari titik-titik yang menyebarkan di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal tersebut. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikonelineritas

Tabel 6. Hasil Pengujian Multikolinieritas dengan *Collinearity Statistic*

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.764	2.505		.704	.483	
	Kualitas Pelayanan	.217	.099	.205	2.199	.030	.275 3.640
	Harga	.735	.098	.700	7.489	.000	.275 3.640

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah SPSS versi 27

Berdasarkan hasil dari tabel 6 diatas, dapat diketahui bahwa nilai tolerance variabel Kualitas Pelayanan dan Harga sebesar $0,275 > 0,10$. Selain itu, nilai *variance Inflation Factor* (VIF) variabel Kualitas Pelayanan dan Harga sebesar $3,640 < 10,00$. Dengan demikian model regresi ini tidak ada multikonelineritas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7. Hasil pengujian Uji Heteroskedastisitas dengan Uji *Glejser*

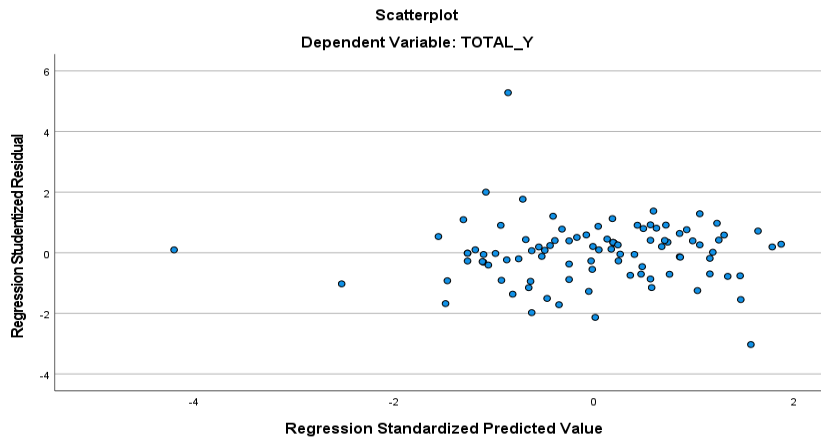
Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.248	1.739		1.293	.199
	Kualitas Pelayanan	.107	.068	.306	1.568	.120
	TOTAL_X2	-.099	.068	-.285	-1.458	.148

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data diolah SPSS versi 27

Berdasarkan hasil pengujian pada table 7 di atas, *Glejser* test model terjadi pada variabel Kualitas Pelayanan(X_1) diperoleh nilai *Probability* Signifikasi(Sig.) sebesar 0,120 sedangkan pada variabel Harga (X_2) diperoleh nilai signifikasi(sig.) sebesar 0,148. Kedua nilai signifikasi (Sig) $> 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian juga dapat dilakukan dengan melihat grafik scatter plot antara nilai prediksi avriabel terikat (ZPRED) dan menilai nilai residualnya (SPRESID) dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika titik-titik menyebar tanpa bentuk pola tertentu, maka tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas.
- Jika titik-titik membentuk pola tertentu seperti gelombang besar melebar dan menyempit maka telah terjadi gangguan heteroskedastisitas.



Gambar 2. Scatter Plot Hasil Uji Heteroskedastisitas
 Sumber: Data diolah SPSS versi 27

Berdasarkan gambar 2 di atas, dapat dilihat bahwa data terpencah di sekitar angka 0 (0 pada sumbu Y) dan tidak membentuk suatu pola tertentu. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data tersebut dapat dikatakan bersifat homoskedastis atau dengan kata lain tidak terjadi heteroskedastisitas dan memenuhi persyaratan untuk analisis regresi linier berganda.

Uji Autokorelasi

Tabel 8. Pedoman Interpretasi Uji *Durbin-Watson*

Kriteria	Keterangan
< 1,000	Ada gangguan autokorelasi
1,100 - 1,550	Tanpa Kesimpulan
1,550 - 2,460	Tidak ada gangguan autokorelasi
2,460 - 2,900	Tanpa Kesimpulan
> 2,900	Ada gangguan autokorelasi

Sumber: Sugiyono (2019:184)

Adapun hasil pengujian autokorelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 9 Hasil Uji Auto korelasi dengan *Durbin-Watson*

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.881 ^a	.777	.772	3.947	1.926
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan					
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian					

Sumber: Data diolah SPSS Versi 27

Berdasarkan hasil pengujian pada table 9 di atas, model regresi ini tidak mengalami gangguan autokorelasi, hal tersebut dibuktikan dengan nilai *Durbin-Watson* sebesar 1.926 yang berada rentang interval 1,550 - 2,460. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data dalam variabel penelitian ini tidak terdapat autokorelasi.

Uji Regresi Linier Sederhana

Tabel 10. Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.710	3.084		1.851	.067
	Kualitas Pelayanan	.846	.065	.801	12.994	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah SPSS versi 27

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada table 10 di atas, dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 5,710 + 0,846 X_1$. Dari persamaan ini maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Nilai Kualitas Pelayanan (X_1) menunjukkan hasil yang searah positif, yang berarti terdapat pengaruh positif antara Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Jika Kualitas Pelayanan (X_1) bernilai 0 atau tidak meningkat maka Keputusan Pembelian (Y) akan tetap 5,710.
- Nilai konstanta Kualitas Pelayanan (X_1) menunjukkan hasil arah searah positif sebesar 0,846 terhadap Kualitas Pelayanan (Y), yang berarti jika Kualitas Pelayanan (X_1) Bengkel Rika Motor meningkat satu satuan maka meningkatkan Keputusan Pembelian.

Tabel 11. Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana Variabel Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.561	2.416		1.474	.144
	Harga	.919	.053	.875	17.508	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah SPSS versi 27

Berdasarkan hasil hasil perhitungan regresi pada table 11 di atas, dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 3,561 + 0,919 X_2$. Dari persamaan di atas makan dapat dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Nilai Harga (X_2) menunjukkan hasil yang searah (positif) yang berarti terdapat pengaruh positif antara Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Jika Harga (X_2) bernilai 0 atau tidak meningkat maka Keputusan Pembelian (Y) akan tetap 3,561.
- Nilai konstanta Harga (X_2) menunjukkan hasil searah positif sebesar 0,919 terhadap Keputusan Pembelian (Y), yang berarti jika Harga (X_2) Bengkel

Rika Motor terjangkau maka meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,919.

Uji Berganda

Tabel 12. Hasil Pengujian Regresi Berganda Variabel Kualitas Pelayanan(X_1) dan Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.764	2.505		.704	.483
	Kualitas Pelayanan	.217	.099	.205	2.199	.030
	Harga	.735	.098	.700	7.489	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah SPSS versi 27

Bedasarkan hasil analisis perhitungan regresi pada tabel 12 di atas, dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 1,764 + 0,217 X_1 + 0,735 X_2$ dari persamaan ini maka dapat disimpulkan bahwa sebagai berikut:

- Nilai Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) menunjukkan hasil yang searah positif, yang berarti terdapat pengaruh positif antara Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Jika Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) bernilai 0 atau tidak meningkat maka Keputusan Pembelian (Y) akan tetap 1.764.
- Nilai konstanta Kualitas Pelayanan (X_1) menunjukkan hasil yang searah positif sebesar 0,217 terhadap Keputusan Pembelian (Y), yang berarti jika Kualitas Pelayanan (X_1) Bengkel Rika Motor meningkat satu satuan maka meningkat Keputusan 0,217.
- Nilai Konstanta Harga (X_2) menunjukkan hasil yang searah positif sebesar 0,735 terhadap Keputusan Pembelian (Y), yang berarti jika Harga (X_2) Bengkel Rika Motor terjangkau maka meningkatkan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,735.

Uji Koefisien Korelasi

Tabel 13. Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Korelasi	Nilai Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 - 0,199		Sangat Rendah
0,200 - 0,399		Rendah
0,400 - 0,599		Sedang
0,600 - 0,799		Kuat
0,800 - 1,000		Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2016:184)

Berikut hasil dari olah data koefisien korelasi dengan menggunakan SPSS

Tabel 14. Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Parsial Antara Kualitas Pelayanan (X₁) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Correlations			
		Kualitas_Pelayanan	Keputusan_Pembelian
Kualitas_Pelayanan	Pearson Correlation	1	.801**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	96	96
Keputusan_Pembelian	Pearson Correlation	.801**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	96	96

Sumber: Data diolah SPSS versi 27

Berdasarkan table 14 di atas, dapat disimpulkan bahwa hasil uji koefisien korelasi yang diperoleh yaitu nilai koefisien korelasi Kualitas Pelayanan (X₁) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,801. Mengacu pada ketentuan interval koefisien, hasil 96 Penelitian menunjukkan bahwa koefisien korelasi berada pada tingkat 0,800 - 1,000, yang berarti tingkat hubungan atau keeratan korelasi antara kedua variabel termasuk dalam kategori sangat kuat.

Tabel 15. Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Parsial Antara Harga (X₂) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Correlations			
		Harga	Keputusan_Pembelian
Harga	Pearson Correlation	1	.875**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	96	96
Keputusan_Pembelian	Pearson Correlation	.875**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	96	96

Sumber: Data diolah SPSS versi 27

Berdasarkan table 15 di atas dapat disimpulkan bahwa hasil uji koefisien yang diperoleh yaitu nilai koefisien variabel Harga (X₂) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,875. Mengacu pada ketentuan interval koefisien, hasil 96 penelitian menunjukkan bahwa koefisien korelasi berada pada tingkat 0,800 - 1,000, yang berarti tingkat hubungan atau keeratan korelasi antara kedua variabel termasuk dalam kategori sangat kuat.

Tabel 16. Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Simultan Antara Kualitas Pelayanan (X₁) dan Harga (X₂) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations		
		Kualitas_Pelayanan	Harga	Keputusan_Pembelian
Kualitas_Pelayanan	Pearson Correlation	1	.852**	.801**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001
	N	96	96	96
Harga	Pearson Correlation	.852**	1	.875**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001
	N	96	96	96
Keputusan_Pembelian	Pearson Correlation	.801**	.875**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	
	N	96	96	96

Sumber: Data diolah SPSS versi 27

Berdasarkan tabel 16 di atas, hasil uji koefisien yang di peroleh nilai koefisien korelasi Kualitas Pelayanan (X₁) dan Harga (X₂) terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0,801. Mengacu pada ketentuan interval koefisien, hasil 96 penelitian menunjukkan bahwa koefisien korelasi berada pada tingkat 0,800 – 1,000, yang berarti tingkat hubungan atau keeratan korelasi antara ketiga variabel termasuk dalam kategori sangat kuat.

Koefisien Determinasi

Tabel 17. Hasil Uji Determinasi Secara Parsial Antara Kualitas Pelayanan (X₁) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.801 ^a	.642	.639	4.970

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan

Sumber: Data diolah versi 27

Berdasarkan table 17 diperoleh nilai *Adjusted R Square* (R²) sebesar 0,642= 64,2% maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X₁) memberikan kontribusi terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 64,2% sedangkan sisanya 35,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Tabel 18. Hasil Uji Determinasi Secara Parsial Antara Harga (X₂) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.875 ^a	.765	.763	4.026
a. Predictors: (Constant), Harga				

Sumber: Data diolah SPSS versi 27

Berdasarkan table 18 diperoleh nilai *Adjusted R Square* (R²) sebesar 0,765= 76,5%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Harga (X₂) memberikan kontribusi terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 76,5%, sedangkan sisanya 23,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Tabel 19. Hasil Uji Determinasi Secara Simultan Antara Kualitas Pelayanan (X₁) dan Harga (X₂) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.881 ^a	.777	.772	3.947
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas_Pelayanan				

Sumber: Data diolah SPSS versi 27

Berdasarkan table 19 diperoleh nilai *Adjusted R Square* (R²) sebesar 0,777= 77,7%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X₁) dan Harga (X₂) memberikan kontribusi terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 77,7% sedangkan sisanya 22,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Uji Hipotesis

a. Uji t

Tabel 20. Hasil Uji t (parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.764	2.505		.704	.483
	Kualitas Pelayanan	.217	.099	.205	2.199	.030
	Harga	.735	.098	.700	7.489	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah SPSS versi 27

Berdasarkan table 20 diatas, hasil uji t masing-masing variabel Independent terhadap variabel dependent adalah sebagai berikut:

- a. Hasil Uji t variabel Kualitas Pelayanan (X₁) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y)

Variabel Kualitas Pelayanan memiliki tingkat signifikansi sebesar $0,030 > 0,05$ sementara nilai t_{hitung} yang diperoleh yaitu sebesar 2,199 lebih besar dari t_{tabel} ($Dk = n-k-1$) = 1,985; sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka demikian hipotesis menyatakan bahwa "Kualitas Pelayanan **berpengaruh** terhadap Keputusan Pembelian pada Bengkel Rika Motor di Johar Baru Jakarta Pusat"

- b. Hasil uji t variabel Harga (X_2) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) Variabel Harga memiliki tingkat signifikansi sebesar $<0,001$ lebih kecil dari 0,05 sementara nilai t_{hitung} yang diperoleh yaitu sebesar 7,489 lebih besar dari t-tabel ($Dk = n-k-1$) = 1,985; sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka demikian hipotesis menyatakan bahwa "Harga **berpengaruh** positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Bengkel Rika Motor di Johar Baru Jakarta Pusat"

b. Uji Simultan

Tabel 21. Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5044.866	2	2522.433	161.937	<.001 ^b
	Residual	1448.624	93	15.577		
	Total	6493.490	95			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Sumber: Data diolah SPSS versi 27

Hasil Output SPSS pada table 21 ANOVA diatas menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Harga memiliki nilai F hitung sebesar 161,937 dengan nilai signifikansi $< 0,001$. Nilai F hitung lebih besar dari F table $161,937 > 3,09$ ($DK = n-2+3,09$) dan nilai sigfikasi pada variabel Kualitas Pelayanan dan Harga lebih kecil dari nilai signifikansi sebesar $0,01 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Bengkel Rika Motor di Johar Baru Jakarta Pusat.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh penulis mengenai "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bengkel Rika Motor di Johar Baru Jakarta Pusat". Maka penulis akan menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bengkel Rika Motor

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal tersebut dapat dilihat dengan perolehan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ $2,199 > 1,985$, dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 yaitu sebesar $0,030 < 0,05$.

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rika Motor

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal tersebut dapat dilihat dengan perolehan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ $7,489 > 1,985$, dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 yaitu sebesar $0,001 < 0,05$.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. Hal tersebut dapat dilihat dengan perolehan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ $161,937 > 3,09$, dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 yaitu sebesar $0,001 < 0,05$.

PENELITIAN LANJUTAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada Bengkel Rika Motor di Johar Baru, Jakarta Pusat, terdapat beberapa hal yang dapat menjadi pertimbangan serta arahan bagi penelitian lanjutan di masa mendatang:

1. **Penambahan Variabel Lain**

Penelitian ini hanya memfokuskan pada dua variabel independen, yaitu kualitas pelayanan dan harga. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti promosi, lokasi, kepercayaan konsumen, atau citra merek (*brand image*) yang juga berpotensi memengaruhi keputusan pembelian secara signifikan.

2. **Penggunaan Metode Kualitatif atau Campuran**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terhadap perilaku konsumen, penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode kualitatif atau metode campuran (*mixed methods*) yang menggabungkan kuantitatif dan kualitatif, sehingga dapat menggali persepsi, motivasi, dan pengalaman pelanggan secara lebih komprehensif.

3. **Perluasan Objek Penelitian**

Studi ini hanya dilakukan di Bengkel Rika Motor. Penelitian lanjutan sebaiknya mencakup lebih banyak objek atau bengkel lain di wilayah Jakarta atau kota-kota besar lainnya untuk membandingkan hasil dan meningkatkan generalisasi temuan.

4. **Pengujian Model dengan Software Statistik Lain**

Penelitian ini menggunakan uji statistik dasar dengan nilai t dan F . Penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode analisis yang lebih kompleks, seperti Structural Equation Modeling (SEM) atau regresi berganda dengan software seperti AMOS atau SmartPLS, agar hasil analisis lebih mendalam dan akurat.

5. **Studi Longitudinal**

Disarankan agar penelitian mendatang melakukan pendekatan longitudinal untuk mengamati perubahan pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian dalam jangka waktu tertentu. Hal ini penting untuk mengetahui apakah hubungan tersebut konsisten atau berubah seiring waktu.

Implikasi Praktis bagi Bengkel Rika Motor

Selain saran akademik, hasil penelitian ini juga memiliki implikasi praktis yang dapat menjadi masukan bagi pihak manajemen Bengkel Rika Motor:

- Meningkatkan kualitas pelayanan secara berkelanjutan, termasuk pelayanan pelanggan, ketepatan waktu, dan kenyamanan tempat.
- Menyusun strategi penetapan harga yang kompetitif dan transparan.
- Mempertimbangkan program loyalitas atau promosi agar dapat menarik dan mempertahankan pelanggan.

Dengan melaksanakan langkah-langkah tersebut, Bengkel Rika Motor dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya berdampak positif pada keputusan pembelian dan keberlanjutan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwina, D., & Yusuf, S. (2020). Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Gapa Citramandiri, Radio Dalam-Jakarta Selatan. In *Jurnal Disrupsi Bisnis* (Vol. 3, Issue 1).
- Erlangga, H., Sunarsi, D., Faroji, R., Haryadi, R. N., & Ardani, W. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak Pada Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Tiki Di Wilayah Depok Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, (1)13, 59-71.
- Mukti, A., Tinggi, S., Bima, I. E., & Aprianti, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kirani Coffee (Vol. 10, Issue 1).
- Mulyadi, & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada PT Lautan Berlian Utama Motor Jakarta Barat. In *Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis* (Vol. 4, Issue 1).
- Pradana, F. (2018). Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah Pt Fac Sekuritas Indonesia Di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(2), 193. <https://doi.org/10.18196/mb.9262>
- Schiffman, L. G. , & K. L. L. (2010). *Consumer Behavior* . Pearson.
- Sihite, H. Y., & Handayani, N. F. (2023). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Pramusaji Terhadap Kepuasan Pelanggan Di The Patio Restaurant Natra Bintan. *Bogor Hospitality Journal*, 7(2), 83-96. <http://ojs.stpbogor.ac.id>
- Syailla, F. N. A. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Aksesoris Dawson Pada Pt Mitra Pelangi Tangerang Selatan. 1.