

# **Pengaruh Kebijakan Harga dan *Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Jasa di Laundry Pondok Pesantren**

**Riyadlul Jannah Mojokerto**

**Fikri Zainun Nasishin, S.T., M.E., Imam Wahyudi, dan Vira Azzahra  
STIES Riyadlul Jannah Mojokerto**

## **Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kebijakan harga dan *service quality* terhadap keputusan pembelian jasa di laundry Pondok Pesantren Riyadlul Jannah Mojokerto. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner. Data pada penelitian ini diperoleh dari hasil membagikan kuesioner penelitian tentang kebijakan harga dan *service quality* serta keputusan pembelian produk jasa kepada 70 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik, dan regresi linear berganda menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Variabel kebijakan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa dan (2) Variabel *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa.

**Kata Kunci: kebijakan harga, *service quality*, keputusan pembelian jasa**

## **Abstract**

The purpose of this study was to analyze the effect of price policy and service quality on service purchase decisions at the laundry of the Riyadlul Jannah Islamic Boarding School Mojokerto. The sampling technique used in this research is purposive sampling. The data collection method used is a questionnaire. The data in this study were obtained from the results of distributing research questionnaires about price policy and service quality and purchasing decisions for service products to 70 respondents. The data analysis techniques used are instrument validity and reliability, classical assumption test, and multiple linear regression using the IBM SPSS Statistics 24 application. The results show that (1) the price policy variable has a positive and significant effect on service purchasing decisions and (2) the service quality variable has a positive and significant effect to the decision to purchase services.

**Keynote: price policy, service quality, service purchase decision**

## **PENDAHULUAN**

Pada era globalisasi seperti sekarang, setiap perusahaan pasti memiliki pesaing dalam usahanya. Ketatnya persaingan yang ada mengharuskan pelaku usaha perseorangan atau perusahaan milik dalam dan luar negeri wajib untuk meng-*highlight* produk yang dimiliki (N. Lontoh, 2016:516). Jumlah penduduk Indonesia terbesar keempat didunia menjadikan hal tersebut sebagai tempat pemasaran produk yang potensial. Permintaan terhadap barang dan jasa dari konsumen menjadikan daya tarik tersendiri bagi pelaku bisnis untuk mencari keuntungan (Dewi, Rahayu, & Safitri, 2020:83).

Usaha yang persaingannya ketat salah satunya adalah di bidang usaha jasa laundry. Laundry adalah bagian dari housekeeping yang bertanggung jawab atas pencucian semua linen, baik internal maupun eksternal yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan. Tugas utama laundry adalah untuk membantu operasional laundry hotel yang terkait dengan proses

pencucian. Selain itu Laundry juga merupakan proses pencucian bahan-bahan kain yang menggunakan media air dan menggunakan bahan baku utama air (Alam et al., 2021:19).

Disamping itu, keputusan pembelian suatu produk adalah hal terpenting dalam kemajuan suatu usaha, semakin banyak konsumen yang mempunyai kebutuhan akan produk atau jasa maka keperluan perusahaan juga ikut besar untuk memperoleh profit dan pelanggan yang tetap (Susanti & Gunawan, 2019:2). Keputusan melakukan pembelian produk dapat menuju pada suatu proses dalam mengambil keputusan. Beragam faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk atau menggunakan suatu jasa (Zulaicha & Irawati, 2016:124). Hal ini pula yang mengharuskan pelaku usaha untuk lebih cermat mengetahui faktor yang mempengaruhi dalam proses menarik perhatian konsumen.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah memberikan pelayanan yang berkualitas seperti kenyamanan dan kemudahan transaksi. *Service quality* atau kualitas pelayanan suatu pelaku usaha dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yang berwujud pada sikap untuk selalu menggunakan jasa perusahaan tersebut agar memperoleh kepuasan terhadap kebutuhannya (Hasanuddin, 2016:52).

*Service quality* menurut Tjiptono (2005) dalam Sholihat (2019:2) merupakan langkah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen tetapnya. Kualitas dalam melayani konsumen dengan baik dan cakup secara tidak langsung akan mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap suatu produk dan akan membuat konsumen terus berbelanja di toko tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Adipramita (2019:87) mengenai *service quality* yaitu bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pendapat tersebut dikuatkan oleh pendapat Dewi et al., (2020:87) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara parsial dan simultan yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berlawanan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Polla, Mananeke, dan Taroreh (2018:3076) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selain *service quality*, *price policy* atau kebijakan harga juga merupakan faktor yang penting. Penentuan harga produk yang dilakukan oleh perusahaan berpengaruh cukup besar pada keputusan pembelian (Zulaicha & Irawati, 2016:124). Selain itu, harga akan memberikan pendapatan bagi perusahaan. Oleh karena itu harga merupakan unsur yang penting bagi perusahaan maupun bagi konsumen (Susanti & Gunawan, 2019:3). Produk yang berkualitas dengan harga terjangkau akan memiliki banyak peminat. Namun, jika harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan produk maka konsumen akan berpikir berkali-kali untuk membeli produk tersebut.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Al rasyid dan Indah (2015:47) menyatakan bahwa kebijakan penetapan harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada keputusan pembelian produk. Didukung oleh penelitian Nurhalimah (2021:881) yang menyatakan bahwa kebijakan harga berpengaruh pada keputusan pembelian. Berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nasiroh dan Widodo (2017:84) yang menyatakan bahwa kebijakan harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian.

Pondok Pesantren Riyadlul Jannah Pacet Mojokerto Jawa Timur telah didirikan oleh KH.Mahfudz Syaubari M.A pada tahun 1991, dimana sebelumnya beliau telah mengajar di pesantren luar Jawa yaitu Pondok Pesantren Ar-Riyadl Palembang (1980-1982) atas perintah guru besarnya yaitu Abuya As-Sayyid Prof. Dr. Muhammad bin Alawi Al-Maliki Al-Hasani (Abuya Maliki), kemudian pindah tugas ke Surabaya dan mendirikan pesantren yang diberi nama Darussalam sekaligus SDI Dan smpi Darussalam dan masih berdiri hingga saat ini.

Rijan Laundry merupakan salah satu usaha yang bergerak pada bidang jasa cuci pakaian yang ada di Pondok Pesantren Riyadlul Jannah Pacet Mojokerto. Bisnis yang dirintis oleh Agus Abdullah.Lc ini mulanya dari ide Abuya KH.Mahfudz Syaubari M.A sebab dengan padatnya kegiatan para santri sehingga kurangnya waktu urusan mencuci pakaian. Dinamakan Rijan Laundry karena lokasi tersebut berada di Pondok Pesantren Riyadlul Jannah dengan di singkat jadi Rijan. Agus Abdullah. Lc adalah pemilik usaha laundry dengan membuka usaha Rijan Laundry tersebut dengan modal Rp.25.000.000.

Mayoritas usaha ini berjalan untuk kemaslahatan santri yakni dari santri untuk santri artinya usaha ini belum menerima orderan dari luar masyarakat pondok pesantren. Maka berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang pengaruh kebijakan harga dan *service quality* terhadap keputusan pembelian jasa di laundry Pondok Pesantren Riyadlul Jannah Mojokerto.

### **METODE PENELITIAN**

Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas yaitu *service quality* dan kebijakan harga. Sedangkan variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian jasa. Metode pengambilan sampel yang digunakan peneliti yaitu *Purposive Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu (Anwar, 2014:95). Sampel penelitian diambil dari konsumen laundry satu bulan terakhir yaitu sekitar 200 pelanggan. Pengambilan sampel menggunakan pedoman rumus Slovin dengan standar error 10%. Berdasarkan rumus Slovin maka dilakukan perhitungan terhadap jumlah konsumen dalam waktu satu bulan yaitu sebagai berikut.

$$n = \frac{200}{1 + 200 \cdot (0,1)^2} = \frac{200}{1 + 2} = \frac{200}{3} = 66,67$$

Berdasarkan perhitungan dengan rumus Slovin maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian yaitu 66,67 dibulatkan menjadi 70 responden.

### **Metode Analisis**

#### **1. Uji Validitas**

Suatu instrumen dikatakan valid jika dapat mengukur secara tepat apa yang ingin diukur sehingga menghasilkan data yang valid (Widoyoko, 2017). Uji validitas dapat diketahui dengan mengkorelasikan jawaban pada setiap soal dengan nilai total dengan ketentuan jika  $r$  hitung  $\text{sig.} < 0,05 = \text{valid}$  (Ghozali, 2018).

#### **2. Uji Reliabilitas**

Koefisien reliabilitas menunjukkan derajat kemantapan atau konsistensi hasil instrumen estimasi (Mardapi, 2017). Estimasi reliabilitas harus dimungkinkan dengan satu estimasi. Kemudian, pada saat itu, hasilnya akan berbeda dan pertanyaan yang berbeda. Instrumen untuk mengukur reliabilitas adalah Cronbach Alpha. Sebuah variabel dianggap solid dengan asumsi nilai Cronbach Alpha lebih dari ( $>$ ) 0,70.

#### **3. Uji Normalitas**

Untuk mengetahui informasi yang digunakan dalam model regresi memiliki distribusi yang normal menggunakan Kolmogorov-Smirnov (Ghozali, 2018). Jika nilai Kolmogorov-Smirnov  $>$  sig. 0,05 maka informasi tersebut disebarluaskan secara teratur dan jika nilai Kolmogorov-Smirnov  $<$  sig. 0,05 maka informasinya tidak normal.

#### **4. Uji Multikolinearitas**

Kekurangan multikolinearitas atau pengujian dilakukan dengan melihat nilai VIF dan Tolerance, khususnya jika:

- a. Nilai ketahanan untuk semua faktor otonom mendekati 1 dan juga lebih menonjol dari 0,2
- b. Nilai VIF dari semua faktor otonom berada di sekitar angka 1 dan tidak boleh lebih dari 10.

## 5. Uji Heterokedastisitas

Faktor bebas akan sangat besar apabila benar-benar mempengaruhi variabel terikat, artinya terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Dengan asumsi harga Signifikansi > sig. 5% maka pada saat itu tidak mengandung heteroskedastisitas, namun jika harga kepentingannya < sig.5% maka mengandung heteroskedastisitas.

## 6. Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil pemeriksaan utama adalah nilai koefisien koneksi R, nilai koefisien jaminan R Square yang diubah (Adjusted R-Square), dan berbagai model kondisi dirumuskan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana:

$X_1$  = kebijakan harga

$X_2$  = *service quality*

Y = Keputusan Pembelian Jasa

a = Konstanta

$b_1$  = Koefisien Regresi kebijakan harga

$b_2$  = Koefisien Regresi *service quality*

## 7. Uji T (Pengujian Hipotesis)

Pengujian teori diakhiri dengan uji-t, yaitu untuk menganalisis kemungkinan harga (sig t) terhadap tingkat uji eksplorasi ( $\alpha = 0,05$ ). Langkah-langkah yang digunakan untuk menguji spekulasi adalah sebagai berikut:

- Jika Sig t <  $\alpha$ , H<sub>0</sub> dihilangkan dan H<sub>1</sub> diakui, dimaksudkan agar terdapat pengaruh antara faktor bebas terhadap dampak tersebut.
- Jika Sig t >  $\alpha$ , H<sub>0</sub> diakui dan H<sub>1</sub> ditolak, dengan maksud agar tidak ada pengaruh antara faktor-faktor otonom terhadap dampak tersebut.

## 8. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kapasitas model untuk memperjelas keragaman variabel dependen. Nilai koefisien jaminan berada di suatu tempat di kisaran tidak ada dan satu. Ketika nilainya mendekati satu, variabel otonom memberikan hampir semua data yang diharapkan untuk mengantisipasi keragaman variabel terikat (Ghozali, 2018).

## HASIL

### Uji Validitas

**Tabel 1. Uji Validitas**

Variabel	rhitung	Sig.	Ket
<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>			
Item	0.775	0.00	Valid
<b>Pertanyaan 1</b>			
Item	0.828	0.00	Valid
<b>Pertanyaan 2</b>			
Item	0.824	0.00	Valid
<b>Pertanyaan 3</b>			
Item	0.825	0.00	Valid
<b>Pertanyaan 4</b>			
<b>Kebijakan Harga (X<sub>1</sub>)</b>			
Item	0.850	0.00	Valid
<b>Pertanyaan 1</b>			
Item	0.833	0.00	Valid
<b>Pertanyaan 2</b>			

Pengaruh Kebijakan Harga dan *Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Jasa di  
Laundry Pondok Pesantren Riyadlul Jannah Mojokerto

Item	0.827	0.00	Valid
Pertanyaan 3			
Item	0.850	0.00	Valid
Pertanyaan 4			
<i>Service Quality</i> (X <sub>2</sub> )			
Item	0.769	0.00	Valid
Pertanyaan 1			
Item	0.856	0.00	Valid
Pertanyaan 2			
Item	0.789	0.00	Valid
Pertanyaan 3			
Item	0.840	0.00	Valid
Pertanyaan 4			
Item	0.795	0.00	Valid
Pertanyaan 5			

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2022

Hasil pengujian validitas memperlihatkan bahwa nilai sig. lebih kecil dari 0.05 maka item pertanyaan setiap variabel dinyatakan valid sebagai alat ukur variabel penelitian.

### Uji Reliabilitas

**Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Ket
Keputusan Pembelian (Y)	0.860	Reliabel
Kebijakan Harga (X <sub>1</sub> )	0.868	Reliabel
<i>Service Quality</i> (X <sub>2</sub> )	0.826	Reliabel

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2022

Hasil nilai cronbach's alpha semua variabel yang digunakan dalam penelitian berada pada nilai > 0,60 maka pertanyaan dari keempat variabel dinyatakan reliabel apabila digunakan kembali.

### Uji Normalitas

**Tabel 3 Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.57059900
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.123
	Positive	.103
	Negative	-.123
Kolmogorov-Smirnov Z		1.102
Asymp. Sig. (2-tailed)		.176

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2022

Hasil penelitian menunjukkan nilai sig. *kolmogorov-smirnov test* terhadap *unstandardized residual*, yaitu 0,176 yaitu  $> 0,05$ . Maka, model regresi berdistribusi normal.

## Uji Multikolinearitas

**Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearit y Statistics Tolerance	VIF
1 (Constant)		
KEBIJAKAN HARGA	.458	2.184
SERVICE QUALITY	.458	2.184

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2022

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai Tolerance  $> 0.1$  dan nilai VIF di bawah 10. Hal ini menunjukkan bahwa antara variabel independen tidak terjadi multikolinearitas.

## Uji Heterokedastisitas

**Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

### Coefficients<sup>a</sup>

1	(Constant)	.098
	KEBIJAKAN HARGA	.296
	SERVICE QUALITY	.091

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2022

Hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser memperlihatkan bahwa nilai sig.  $> 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terdapat adanya heteroskedastisitas.

## Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan berdasarkan hasil uji-t untuk membuktikan pengaruh secara parsial. Hipotesis diterima apabila nilai sig.  $< 0,05$ .

**Tabel 6 Hasil Output Uji T**

	Hipotesis	t	Sig.	Kesimpulan
Kebijakan Harga	Positif	4.014	0.000	H <sub>1</sub> diterima
Service Quality	Positif	0.592	0.022	H <sub>2</sub> diterima

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2022

## Koefisien Determinasi

**Tabel 8 Hasil Koefisien Determinasi**

Model Summary			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.759 <sup>a</sup>	.575	.563

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2021

Nilai Adj.  $R^2 = 0.563$  menunjukkan bahwa X1 dan X2 dalam model secara bersama-sama mampu menjelaskan 56.3% variasi Y sedangkan 44,7% variasi Y lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

## **PEMBAHASAN**

### **Pengaruh Kebijakan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa di laundry Pondok Pesantren Riyadlul Jannah Mojokerto**

Hasil penelitian membuktikan hipotesis awal penelitian yang menyatakan bahwa kebijakan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa di laundry pondok Pesantren Riyadlul Jannah Mojokerto. Variabel kebijakan harga memberikan pengaruh paling kuat pada penelitian ini. Barang berkualitas dengan harga terjangkau akan banyak peminatnya. Namun, jika harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan barang tersebut, pembeli akan mempertimbangkan untuk membeli barang tersebut. Hasil di lihat dari pemeriksaan harga jasa di laundry pondok Pesantren Riyadlul Jannah Mojokerto sesuai dengan kualitas dan harga jasa di laundry pondok Pesantren Riyadlul Jannah Mojokerto sesuai dengan manfaat yang dirasakan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas jasa di laundry pondok Pesantren Riyadlul Jannah Mojokerto sesuai dengan harga yang diberikan.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Al rasyid dan Indah (2015:47) menyatakan bahwa kebijakan penetapan harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada keputusan pembelian produk. Didukung oleh penelitian Nurhalimah (2021:881) yang menyatakan bahwa kebijakan harga berpengaruh pada keputusan pembelian. Berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nasiroh dan Widodo (2017:84) yang menyatakan bahwa kebijakan harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian.

### **Pengaruh *Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Jasa di laundry Pondok Pesantren Riyadlul Jannah Mojokerto**

Hasil penelitian membuktikan hipotesis penelitian, hasil penelitian menyatakan bahwa *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa di laundry pondok Pesantren Riyadlul Jannah Mojokerto. *Service quality* yang baik dan terampil berimplikasi akan mempengaruhi kepercayaan pembeli terhadap suatu barang dan akan membuat pembeli tetap berbelanja di toko tersebut.

Hasil penelitian didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Adipramita (2019:87) mengenai *service quality* yaitu bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pendapat tersebut dikuatkan oleh pendapat Dewi et al., (2020:87) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara parsial dan simultan yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kebijakan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa di laundry Pondok Pesantren Riyadlul Jannah Mojokerto. Sehingga membuktikan hipotesis penelitian.
2. Variabel *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa di laundry Pondok Pesantren Riyadlul Jannah Mojokerto. Sehingga membuktikan hipotesis penelitian.

## SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, penulis ingin memberikan sedikit masukan atau saran. Masukan atau saran tersebut sebagai berikut:

1. Untuk Perusahaan/ Organisasi  
Diharapkan pihak perusahaan dapat memanfaatkan unsur pada variabel variabel kebijakan harga karena variabel tersebut mempunyai pengaruh yang paling kuat
2. Untuk Peneliti Selanjutnya  
Bagi pihak-pihak lain yang ingin meneliti tema ini secara lebih mendalam, maka penulis akan memberikan beberapa saran sebagai berikut:
  - a. Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan penelitian selanjutnya untuk memperdalam dan mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan objek penelitian yang berbeda.
  - b. Selain menambah atau mempertimbangkan variabel-variabel lain diharapkan penelitian selanjutnya menggunakan metode ipenelitian yang berbeda untuk membandingkan antara metode penelitian satu dengan metode penelitian lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adipramita, V. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Perhiasan Emas Lancar Jaya Sekaran Lamongan. *JEM17: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(1), 80–90. <https://doi.org/10.30996/jem17.v4i1.2916>
- Alam, S., Yunus, M., & Irmah. (2021). Informasi Jasa Laundry Berbasis WEB. *Jurnal Sintaks Logika*, 1(1), 18–25. <https://jurnal.umpar.ac.id/index.php/sylog>
- Anwar, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Dewi, F., Rahayu, L., & Safitri, U. (2020). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada CV. XP Computer, Boyolali). *EKOBIS : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1), 14–24. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v8i1.262>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*.
- Harun, A. rasyid, & Indah, A. T. (2015). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Perspektif*, 16(1), 39–49. <https://doi.org/2550-1178>
- Hasanuddin, M. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Penjualan Logam Mulia Emas. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen UNSRAT*, 4(1), 128464.
- Mardapi, D. (2017). *Pengukuran, Penilaian, dan Evaluasi Pendidikan* (2/April 20). Parama Publishing.
- N. Lontoh, M. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada Pt. Hasjrat Abadi Manado Cabang Tende. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(01), 515–525.
- Nasiroh, N., & Widodo, U. (2017). *Effect Of Product Quality , Price And Promotion Policy On Purchase Decision (Case Study On Consumers In Matahari Department Store Tbk)*. 69–88.
- Nurhalimah, S. (2021). Pengaruh Kebijakan Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Pada Indogrosir Ciputat. *Humanities, Management and Sciene Proceeding 2021*, 1(2), 873–884.
- Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4),

3068–3077. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21224>

Sholihat, A. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Krema Koffie. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 4.

Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang. *INA-Riv Paper*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/npjqh>

Widoyoko, E. P. (2017). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Pustaka Pelajar.

Zulaicha, S., & Irawati, R. (2016). Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 4(2), 123. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v4i2.76>