

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RESTORAN BEBEK KALEYO CABANG LENTENG AGUNG

Anwar¹⁾, Adelina Suryati²⁾
Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Panca Sakti Bekasi
Kota Bekasi, Indonesia

Correspondence		
Email: anwar.herrera587@gmail.com	No. Telp:	
Submitted: 18 August 2024	Accepted: 27 August 2024	Published: 28 August 2024

ABSTRACT

This study analyzes the influence of service quality and price on purchasing decisions at Bebek Kaleyo Restaurant, Lenteng Agung Branch, using a quantitative survey method with data from 100 customers. The analysis includes validity tests, reliability tests, multiple linear regression, and t-tests and f-tests. The results show that service quality has a significant effect on purchasing decisions with a value of 0.654, and price with a value of 0.673. Simultaneously, service quality and price have a significant effect on purchasing decisions with a value of 0.701.

Keywords: Service Quality; Price; Purchasing Decision

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian di Restoran Bebek Kaleyo Cabang Lenteng Agung, menggunakan metode survei kuantitatif dengan data dari 100 pelanggan. Analisis meliputi uji validitas, uji reliabilitas, regresi linear berganda, serta uji t dan uji f. Hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai 0,654, dan harga dengan nilai 0,673. Secara simultan, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai 0,701.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan; Harga; Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Industri makanan terus berkembang pesat meski menghadapi persaingan global yang ketat. Di Jakarta dan sekitarnya, kebutuhan akan makanan yang enak, sehat, dan terjangkau meningkat, mendorong pembukaan banyak restoran baru. Perubahan gaya hidup, kesadaran gizi, dan keterbatasan waktu memasak membuat masyarakat lebih sering makan di luar, menciptakan pola konsumsi baru yang memicu ekspansi restoran.

Restoran Bebek Kaleyo adalah salah satu contoh restoran yang menonjol di Jakarta dengan hidangan berbahan dasar bebek. Berdiri sejak 2007, restoran ini kini memiliki banyak cabang di Pulau Jawa. Persaingan yang ketat di industri kuliner menuntut Bebek Kaleyo untuk menerapkan strategi pemasaran yang efektif, memberikan layanan berkualitas, dan menawarkan harga yang kompetitif guna menarik konsumen yang semakin selektif. Namun, untuk mempertahankan daya saing dan menarik lebih banyak pelanggan, penting bagi Bebek Kaleyo untuk fokus pada dua aspek utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen: kualitas pelayanan dan harga. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas, sedangkan harga yang kompetitif akan menarik pelanggan yang mempertimbangkan nilai terbaik bagi uang yang mereka keluarkan.

Konsumen cenderung memilih restoran yang tidak hanya menawarkan makanan yang lezat, tetapi juga pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional, serta harga yang sesuai dengan kualitas makanan yang disajikan. Oleh karena itu, memahami hubungan antara kualitas pelayanan, harga, dan keputusan pembelian sangat penting bagi Restoran Bebek Kaleyo untuk mengembangkan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan di industri kuliner. Kualitas pelayanan berfokus terhadap evaluasi yang mencerminkan persepsi pelanggan dari dimensi.

Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang diharapkan. (Zeithaml, 2021) Kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan pemasaran karena pelanggan yang puas akan terinspirasi untuk memberi tahu orang lain tentang pengalaman mereka dengan produk atau layanan. (Oktaviani, 2021) Agar pelanggan mengalami kesenangan dan kepuasan di hati mereka sebagai hasil dari menerima layanan yang luar biasa manajer perusahaan perlu menetapkan harga dengan hati-hati. Harga merupakan satuan moneter atau ukuran seperti barang dan jasa lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. (Fandy Tjiptono, 2024)

Bisnis harus menawarkan atau menjual produk dan layanan yang diinginkan pelanggan dengan biaya yang masuk akal dan sesuai dengan kualitas yang ditawarkan. Kemudian suatu proses pengintegrasian pengetahuan untuk menilai beberapa perilaku alternatif dan memilih salah satu merupakan komponen mendasar dari pengambilan keputusan konsumen. (Setiadi dan Fahmi, 2020)

Keputusan konsumen dalam memilih tempat makan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga yang ditawarkan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik dan harga yang tepat dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan mendorong keputusan pembelian. Dengan fokus pada peningkatan kualitas layanan dan penetapan harga yang tepat, Restoran Bebek Kaleyo cabang Lenteng Agung dapat memperkuat posisinya di pasar, menarik lebih banyak pelanggan, dan meningkatkan loyalitas konsumen, yang pada akhirnya akan mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Oleh karena itu, penting bagi restoran untuk fokus pada dua faktor ini agar dapat bersaing di pasar yang kompetitif dan memenuhi harapan konsumen.

KAJIAN LITERATUR

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah penilaian konsumen tentang keandalan dan superioritas pelayanan secara keseluruhan. Konsumen akan membuat perbandingan antara yang mereka berikan dengan apa yang didapat. (Koalely, 2019) Kualitas pelayanan juga diartikan sebagai ukuran seberapa baik tingkat jasa yang diperoleh dapat sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. (Lewis & Booms, 2023) Sehingga kualitas pelayanan dapat dinilai melalui pengukuran kepuasan pelanggan, tingkat resensi pelanggan, dan umpan balik pelanggan.

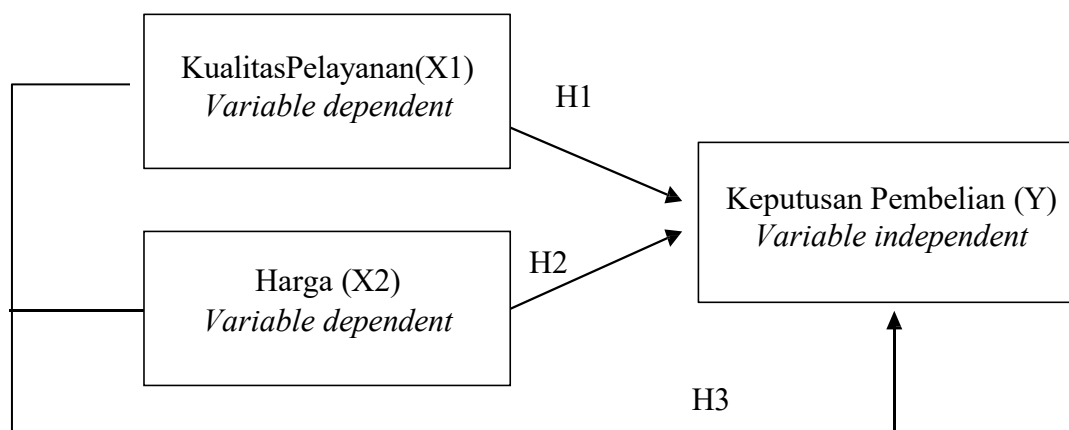
Harga

Harga merupakan kemampuan yang dimiliki suatu barang atau jasa yang dinyatakan dalam bentuk uang. Kotler dan Armstrong (2023) menyatakan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan kepada suatu produk (barang atau jasa) atau jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi memperoleh manfaat dari produk tersebut.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people dan process, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang akan dibeli. (alma, 2011) pengertian lain tentang keputusan pembelian menurut schiffman dan kanuk adalah "*the selection of an option from two or alternative choice*". Diartikan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada

Berdasarkan hasil dari penelitian sebelumnya, terbukti adanya beberapa gap penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh Fahimah Fitri Afifi dan Arry Widodo (2021) berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Restoran Aroma Kitchen Kota Padang” yang dimana hasilnya menunjukkan bahwa bahwa secara bersama-sama variabel harga dan kualitas berpengaruh pada variabel keputusan pembelian. Lalu penelitian dari Ilyas Prameta (2021) “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Goreng Nelongso Cabang Ketintang” yang mana hasilnya menunjukkan bahwa kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Ayam Goreng Nelongso cabang Ketintang. Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Ayam Goreng Nelongso cabang Ketintang. dan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Ayam Goreng Nelongso cabang Ketintang.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber: Olahan Peneliti

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Restoran Bebek Kaleyo cabang Lenteng Agung
- H2 : Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Restoran Bebek Kalyo cabang Lenteng Agung
- H3 : Kualitas pelayanan dan harga bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Restoran Bebek Kaleyo cabang Lenteng Agung

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif karena teknik pengumpulan data menggunakan teknik kuesioner. Hal ini dilakukan untuk penelitian ini berlangsung secara ilmiah dan sistematis dimana pengamatan yang dilakukan mencakup segala hal yang berhubungan dengan objek penelitian, fenomena serta korelasi yang ada diantaranya lebih mengetahui keputusan pembelian produk pada Restoran Bebek Kaleyo yang real dan relevan. Karena populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya maka peneliti juga membatasi jumlah pengambilan sampel sebanyak 100 orang dengan menggunakan teknik sampel yaitu *non probability sampling*. Penelitian ini dilaksanakan di Restoran Bebek Kaleyo Lenteng Agung di Srengseng Sawah, Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan, DKI Jakarta. Waktu penelitian dilakukan dimulai dari Maret -Agustus 2024.

Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan atau mendistribusikan daftar pertanyaan kepada responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Instrumen penelitian yang digunakan menguji validitas dan reliabilitas. Hasil uji validitas pernyataan membuktikan valid, dan hasil uji reliabilitas menyatakan bahwa kuesioner tersebut dapat diandalkan. Pengujian hipotesis menggunakan uji regresi linear berganda dengan uji normalitas, multicollinearity, dan heteroskedastisitas. Selanjutnya, pengujian hipotesis menggunakan uji parsial (uji t), uji simultan (uji f), dan koefisien determinasi (R²). Variabel operasional pada penelitian ini adalah :

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel	Deskripsi Variabel	Sumber	Instrumen/Dimensi	Skala
Kualitas Pelayanan	Merupakan ukuran seberapa baik tingkat jasa yang diperoleh dapat sesuai dengan yang diharapkan pelanggan.	(Lewis & Booms, 2023)	1) Produk-produk fisik (<i>Tangibles</i>) 2) Keandalan (Reliability) 3) Daya tanggap (Responsiveness) 4) Jaminan (Assurance) 5) Empati (Emphaty)	Ordinal
Harga	Merupakan sejumlah uang yang dibebankan kepada suatu produk (barang atau jasa) atau jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi memperoleh manfaat dari produk tersebut.	(Kotler & Amsttrong, 2024)	1) Keterjangkauan harga. 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk. 3) Daya saing harga. 6) Kesesuaian harga dengan manfaat	Ordinal
Keputusan Pembelian	Merupakan suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada.	(Schiffman dan Kanuk, 2018)	1) Pengenalan masalah kebutuhan. 2) Pencarian Informasi. 3) Evaluasi Alternatif. 4) Keputusan Pembelian. 5) Perilaku pasca pembelian.	Ordinal

Sumber : Olahan Peneliti(2024)

HASIL DAN PEMBAHASAN**Hasil Uji Validitas**

Berdasarkan hasil pengujian SPSS dapat diketahui hasil uji validitas dan reliabilitas pada variabel Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian responden menunjukkan masing-masing indikator dikatakan valid memiliki reliabilitas yang tinggi sebagaimana beriku disajikan pada Tabel 2

Tabel 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Pertanyaan	<i>Pearson Correlation (r_{hitung})</i>	Keputusan	<i>Cornbach's Alpha (Nilai Reliabel)</i>
Kualitas Pelayanan	Pertanyaan 1	0,680	Valid	0,778
	Pertanyaan 2	0,536	Valid	
	Pertanyaan 3	0,720	Valid	
	Pertanyaan 4	0,789	Valid	
	Pertanyaan 5	0,386	Valid	
	Pertanyaan 6	0,519	Valid	
	Pertanyaan 7	0,566	Valid	
	Pertanyaan 8	0,525	Valid	
	Pertanyaan 9	0,402	Valid	
	Pertanyaan 10	0,625	Valid	
Harga	Pertanyaan 1	0,556	Valid	0,703
	Pertanyaan 2	0,419	Valid	
	Pertanyaan 3	0,507	Valid	
	Pertanyaan 4	0,495	Valid	
	Pertanyaan 5	0,473	Valid	
	Pertanyaan 6	0,804	Valid	
	Pertanyaan 7	0,787	Valid	
	Pertanyaan 8	0,400	Valid	
Keputusan Pembelian	Pertanyaan 1	0,584	Valid	0,718
	Pertanyaan 2	0,613	Valid	
	Pertanyaan 3	0,555	Valid	
	Pertanyaan 4	0,459	Valid	
	Pertanyaan 5	0,551	Valid	
	Pertanyaan 6	0,492	Valid	
	Pertanyaan 7	0,426	Valid	
	Pertanyaan 8	0,461	Valid	
	Pertanyaan 9	0,657	Valid	
	Pertanyaan 10	0,534	Valid	

Sumber : Olahan Peneliti(2024)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dari semua variabel sehingga dapat dikatakan bahwa data valid dan layak untuk dilakukan penelitian. Kemudian masing-masing variabel memiliki cronbach's alpha lebih besar dari cronbach's alpha standar sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel memiliki reliabilitas yang tinggi sehingga data di dalam penelitian ini di katakan reliabel dan data dapat digunakan dalam penelitian.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	33.897	2.468		13.732
	Kualitas Pelayanan	.271	.081	.385	3.355
	Harga	.348	.083	.483	4.210

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Olahan Peneliti(2024)

Berdasarkan pada tabel 3 di atas dapat di simpulkan bahwa persamaan regresi berganda dapat dituliskan sebagai berikut :

$$Y = 33.897 + 0,271X_1 + 0,348X_2$$

Berdasarkan tabel diatas maka diperoleh nilai konstanta sebesar 10.960 menyatakan bahwa jika karyawan bersemangat dalam bekerja maka motivasi dan kompensasi meningkat.

1. Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,271 bernilai positif menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan skor kualitas pelayanan akan meningkatkan skor keputusan pembelian sebesar 0,271 dengan menjaga skor kualitas pelayanan tetap/konstan.
2. Koefisien regresi harga sebesar 0,348 bernilai positif menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan skor harga akan meningkatkan skor keputusan pembelian sebesar 0,348 dengan menjaga skor harga tetap/konstan.

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Dalam penilaian ini, t_{tabel} adalah (N-K) di mana N = 100 dan K = 3 maka (N-K=97) jadi t_{tabel} sebesar 1.66071. Hasil uji t disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3. Uji t

Coefficients ^a		
Model		
		t
		Sig.
1	(Constant)	13.732
	Kualitas Pelayanan	3.355
	Harga	4.210

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Olahan Peneliti(2024)

Berdasarkan hasil perhitungan statistik pada tabel 2 diketahui bahwa hasil pengujian hipotesis masing-masing sebagai berikut:

1. Nilai $t_{hitung} 3.355 > t_{tabel} 1.66071$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Maka dapat disimpulkan H1 diterima.
2. Nilai $t_{hitung} 4.210 > t_{tabel} 1.66071$ dan nilai signifikansi $0,000 > 0,05$. Hal ini berarti bahwa variabel Harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Maka dapat disimpulkan H2 diterima.

Hasil Simultan (uji F)

Pada penelitian ini F_{tabel} adalah $N2 = (N-k)$ di mana $N = 100$ dan $k = 3$ maka $(N-k = 97)$ dan $N1 = (k-1)$ di mana $(3-1) = 2$, jadi F_{tabel} sebesar 3,09. Hasil uji F disajikan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4. Uji F

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	6628.943	2	3314.471	117.077
	Residual	2746.097	97	28.310	
	Total	9375.040	99		
A. Dependent Variable: Keputusan Pembelian					
B. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan					

Sumber : Olahan Peneliti(2024)

Dalam hasil uji statistik F pada tabel 4 dengan F_{hitung} sebesar 117.077 dengan nilai signifikansi 0,000. Hal ini dapat dijelaskan dengan tingkat signifikansi di bawah 5% ($\alpha=0,05$) dan $F_{hitung} 117.077 > F_{tabel} 3,09$ yang dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Hasil Uji R Square (Uji Koefisien Determinasi)

Tabel 5. Uji R Square

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.841 ^a	.707	.701	5.321
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan				
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian				

Sumber : Olahan Peneliti(2024)

Berdasarkan tabel 5 di atas dapat dilihat bahwa nilai Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,701. Hal ini berarti 70,1% variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan dan Harga. Sedangkan sisanya sebesar 29,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak ada pada penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis H1 menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan memberikan kontribusi atau sumbangan sebesar 0,654 atau 65,4 % sedangkan 34,6 % nya dipengaruhi oleh variabel lain dari kualitas pelayanan. Artinya tersebut dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan menunjukkan dampak yang positif dengan indikator kualitas pelayanan dengan indikator meliputi: bukti langsung, kehandalan, daya tangkap, jaminan, dan empati. Hal lain juga dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} 3.355 > t_{tabel} 1.66071$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ yang berarti hipotesis pertama diterima atau variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis H2 menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan kontribusi terhadap Keputusan Pembelian sebesar 67,30% sisanya 32,7% dipengaruhi oleh variabel lain. Artinya bahwa harga menunjukkan dampak yang positif dengan indikator Kualitas Pelayanan dengan meliputi: harga terjangkau, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat. Hal lain juga dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} 4.210 > t_{tabel} 1.66071$ dan nilai signifikansi $0,000 > 0,05$ yang berarti hipotesis kedua diterima atau variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Harga memiliki pengaruh secara positif terhadap Keputusan Pembelian.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan beserta rumusan masalah, tujuan penelitian, tinjauan pustaka, hipotesis, dan pengujian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Restoran Bebek Kaleyo cabang Lenteng Agung, hal ini berarti jika kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan meningkat maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan.
2. Hasil penelitian secara parsial terdapat pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian di Restoran Bebek Kaleyo cabang Lenteng Agung, hal ini berarti jika harga yang diberikan sesuai dengan produk yang ditawarkan maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan.
3. Hasil penelitian secara parsial terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian di Restoran Bebek Kaleyo cabang Lenteng Agung.

Saran

Rekomendasi ke depannya adalah untuk mengkaji variabel lain pada objek yang sama. Kemudian untuk inovasi menu, disarankan menawarkan variasi baru selain menu bebek yang sudah terkenal, seperti bebek dengan bumbu khas dari berbagai daerah di Indonesia atau hidangan fusion yang menggabungkan cita rasa lokal dan internasional. Peningkatan kualitas pelayanan dapat dilakukan melalui pelatihan rutin bagi staf agar pelayanan tetap cepat, ramah,

dan profesional. Selain itu, ekspansi ke luar Jabodetabek, seperti ke wilayah Sumatera, Kalimantan, dan Sulawesi, bisa dipertimbangkan.

REFERENSI

- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313.
- Afifi, F. F., & Widodo, A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Restoran Aroma Kitchen Kota Padang. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(2), 481.
- Albar, K. (2021). *Monograf Manajemen Retail dan Kewiraniagaan*.
- Bachraiza, A, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Essemu Kopi Jombang, 4, 4722–4734.
- Djafar, N., Yantu, I., Sudirman, S., Hinel, R., & Hasiru, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di CV. Mufidah Kota Gorontalo. *Journal of Economic and Business Education*, 1(2), 78–82.
- Hesti Noor Fatimah, & Andri Nurtantiono. (2022). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Aplikasi Shopee). *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(1), 106–113.
- Idrus, A. salim. (2019). Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Konsep Dan Teori. *Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Konsep Dan Teori*.
- Keloay, G., Rumawas, W., & Asaloei, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh Wenang Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 26.
- Maharani, A., Winarso, W., Meutia, K. I., Handayani, M., & Wijayaningsih, R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kebab Wathanku Di Pondok Gede Bekasi. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 80–94.
- Mukti, A., & Aprianti, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kirani Coffee. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(0), 229 – 245.
- Mulyadi, M., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada PT Lautan Berlian Utama Motor Jakarta Barat. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(1), 147–154.
- Novfriday, F., & Eviana, N. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Bebek Kaleyo Cabang Tebet Jakarta. *Jurnal Ekonomi, Pendidikan dan Pariwisata*, 11.

- Nurhayati. (2023). Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen. Penerbit NEM. Retrieved from https://www.google.co.id/books/edition/Keputusan_Pembelian_dan_Kepuasan_Konsumen/3vLSEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1
- Nurmawati. (2018). *Perilaku Konsumen Dan Keputusan Pembelian Konsumen*. (Amirullah, Ed.). Malang: Media Nusa Creative.
- Prameta, M. I. (2021). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap keputusan pembelian ayam goreng nelongso cabang ketintang, 9(1).
- Putra, D. A., & Triwardhani, D. (2023). Pengaruh kepercayaan, keamanan, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Shopee di kota Solok. *Journal pf Young Entrepreneurs*, 2(2), 78–93.
- Rachmat, Z., Afandi, A., Amalia, A., Widyaningrum, S., Nurendah, Y., Khusnul Hamidah, N., Malindar, B., et al. (2015). *Pengantar Bisnis*. (D. Purnama Sari, Ed.) (Vol. 1). Sumatera Barat: PT. SONpedia Publishing Indonesia.
- Restu, F. S., & Riyadi, S. (2024). Pengaruh Pelayanan, Harga, Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Transmart Surabaya. *Soetomo Management Review*, 2, 804–822.
- Rizka, J., & Sirait, P. H. N. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Pondok Puyuh Kang Lathif Rambung Merah, 4(1), 51–57.
- Sudana, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kober Mie Setan (Study Kasus Kober Mie Setan Peguyangan), 22(2), 555–561.
- Suherman, S., Purwinarti, T., & Hadikusuma, R. (2023). Pengaruh Harga Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Warteg (Studi Kasus Pada Konsumen Warteg Di Kelurahan Margahayu, Kecamatan Bekasi Timur, Kota Bekasi). *Seminar Nasional Riset Terapan*, 12(01), 96–102. Retrieved from <https://prosiding.pnj.ac.id/index.php/snrtd/article/view/2013%0Ahttps://prosiding.pnj.ac.id/index.php/snrtd/article/download/2013/908>
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102.
- Yuliyantini, S., & Ariyanto, A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada JCo Donuts & Coffee Giant BSD Tangerang Selatan. *Marketica: Jurnal Ilmiah Pemasaran*, 1(1), 23–31.