

# PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KONSUMEN DALAM PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA DEALER ASTRA MOTOR HONDA SIDENRENG RAPPANG

*The Effect Of Service Quality And Price On Consumers In Purchasing Motorcycles Honda At Astra Motor Honda Dealer Sidenreng Rappang*

Damayanti Jamaluddin<sup>1</sup>, Yasri Tarawiru<sup>2</sup>, Rika Rahma<sup>3</sup>

Email : [damay8453@gmail.com](mailto:damay8453@gmail.com) <sup>1</sup>, [yasri.se.ak@gmail.com](mailto:yasri.se.ak@gmail.com) <sup>2</sup>, [rhykaaein18@gmail.com](mailto:rhykaaein18@gmail.com) <sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Parepare Jl. Jend. Ahmad Yani No.Km. 6, Bukit Harapan, Kec. Soreang, Kota Parepare, Sulawesi Selatan 91112

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas layanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap konsumen dalam pembelian sepeda motor honda pada dealer astra motor honda sidenreng rappang dan apakah kualitas layanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap konsumen dalam pembelian sepeda motor honda pada dealer astra motor honda sidenreng rappang. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan sampel 115 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap konsumen dalam pembelian sepeda motor honda pada dealer astra motor honda sidenreng rappang, harga berpengaruh signifikan terhadap konsumen dalam pembelian sepeda motor honda pada dealer astra motor honda sidenreng rappang, dan kualitas layanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap konsumen dalam pembelian sepeda motor honda pada dealer astra motor honda Sidenreng Rappang.

**Kata Kunci : Kualitas Layanan, Harga, Konsumen**

## Abstract

*This study aims to determine whether the quality of service and price have a significant effect on consumers in purchasing Honda motorcycles at Astra Motor Honda SidenrengRappang Dealers and whether the quality of service and price simultaneously have a significant effect on consumers in purchasing Honda motorcycles at Astra Motor Honda SidenrengRappang Dealers. The data collection technique used in this study was a questionnaire with a sample of 115 respondents. The data analysis technique in this study used multiple linear regression analysis. The results showed that service quality had a significant effect on consumers in purchasing Honda motorcycles at Astra Motor Honda SidenrengRappang dealers, price had a significant effect on consumers in purchasing Honda motorcycles at Astra Motor Honda SidenrengRappang dealers, and service quality and prices simultaneously had a significant effect on consumers in purchasing Honda motorcycles at Astra Motor Honda SidenrengRappang dealers.*

**Keywords : Quality of Service, Price, Consumer**

## PENDAHULUAN

Menurut Lewis & Booms dalam Tjiptono dan Chandra (2016) mendefinisikan kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas jasa bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Pengertian harga menurut Buchari Alma (2014) menyatakan bahwa “harga merupakan nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang”. Beda halnya dengan menurut Fandy Tjiptono (2015) mengemukakan bahwa harga adalah satu-satunya elemen dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya menimbulkan atau merupakan biaya.

Industri otomotif dapat digolongkan menjadi beberapa jenis, diantaranya adalah industri sepeda motor dan industri mobil. Meningkatnya mobilitas masyarakat pada saat ini dan didukung dengan kurang representatifnya transportasi umum di Indonesia membuat industri otomotif mobil maupun sepeda motor berkembang dengan pesat. Pemerintah dianggap tidak mampu untuk memberikan pelayanan transportasi yang baik kepada masyarakat. Hal ini menjadikan masyarakat memiliki keinginan yang tinggi untuk menggunakan kendaraan pribadi baik kendaraan roda dua maupun roda empat, hal tersebut menjadi salah satu alasan industri ini mengalami pertumbuhan yang pesat.

Saat ini motor menjadi alat transportasi favorit masyarakat karena dianggap paling efektif dan efisien. Keperluan akan motor pun bermacam-macam menyesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen sendiri. Akibatnya konsumen menjadi selektif dalam memilih motor yang akan dibeli. Factor yang menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam memilih produk yaitu factor nilai dan manfaat yang akan diperoleh oleh konsumen dari suatu produk yang akan dipilihnya. Sehingga untuk memenuhi kebutuhan yang berbeda tersebut para produsen menciptakan motor dengan bermacam-macam jenis atau tipe. Mulai dari motor dengan tipe motor sport, motor touring, motor bebek dan tipe motor skuter matik. Salah satu merek yang sangat terkenal adalah Honda. Sepeda motor sudah menjadi sarana transportasi dominan para pengguna jalan khususnya di Kab. Sidrap. Dengan sepeda motor, mobilitas masyarakat pun tinggi. Mereka bisa pergi ke mana saja tanpa khawatir terjebak kemacetan dan tanpa perlu mengeluarkan uang untuk tarif angkutan umum yang semakin tinggi.

Selama periode januari hingga 2020, Honda menjadi brand terlaris dengan total penjualan domestik sebesar 2.892.168 unit. Kembali ke data AISI, posisi pertama kategori skuter matik (skutik) 125 cc ke bawah masih merajai dengan total penjualan domestik alias dalam negeri sebanyak 2.075.861 unit. Thomas Wijaya, selaku Marketing Director AHM mengatakan untuk skuter matik yang paling laris penjualan di pasar domestik yakni Honda Beat. Kabupaten Sideneng Rappang merupakan salah satu daerah yang mayoritas masyarakatnya memakai motor honda untuk beraktifitas sehari-hari seperti berangkat kerja, sekolah, ke pasar dan kegiatan-kegiatan lainnya. Dalam memasarkan produknya dealer astra motor honda sidrap melakukan sistem pemasaran seperti pembagian brosur, melakukan pengiklanan melalui sosial media, repeat order, display unit pameran dan Event.

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada Dealer Astra Motor Honda Sidenreng Rappang yang beralamat Jl. Jend. Sudirman No. 137, Kel. Lakessi, Kec. maringngae Kab. Sidenreng Rappang, Sulawesi Selatan. Dengan jangka waktu penelitian Waktu penelitian ini berlangsung selama kurang lebih tiga bulan lamanya, yaitu mulai dari bulan Januari 2022 sampai dengan bulan Maret 2022. Sugiyono (2018) metode survey adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologi dan psikologis dari sampel.

Untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian, teknik sampling pada dasarnya di kelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Dalam penelitian ini, teknik *sampling* yang digunakan adalah *quota sampling*. Quota sampling adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan, Sugiono (2018). Sampel dalam penelitian ini adalah 115 responden.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menyebar kuesioner kepada partisipan penelitian yang bersangkutan. Pembagian kuesioner dilakukan penulis kepada konsumen Dealer Astra Motor Honda Sidenreng Rappang. Kuesioner yang disebar berupa soal kasus penelitian eksperimen yang berkaitan dengan obyek yang diteliti, kuesioner diberikan beserta dengan surat permohonan izin

dan penjelasan mengenai tujuan dari penelitian yang dilakukan tersebut. Adapaun Teknik Analisis data dalam penelitian ini yaitu berupa statistik deskriptif, uji kualitas data, uji hipotesis, uji simultan (Uji f) dan uji Perisal (Uji t).

### HASIL PENELITIAN

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (*independent*) yaitu kualitas layanan (X1) dan harga (X2), terhadap variabel terikat (*dependent*) yaitu konsumen (Y). Besarnya pengaruh *independent variable* dengan *dependent variable* dapat dihitung melalui suatu persamaan regresi berganda. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan program SPSS diperoleh hasil regresi pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 1. Hasil Coefficients Regresi Liner Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.991	1,983		2,013	0,46
	Kualitas Layana	0,185	0,032	0,471	4,822	0,000
	Harga	0,194	0,080	0,196	7,222	0,017
a. Dependent Variable: Konsumen						

Sumber : Output SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 1, maka persamaan regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut :

$$Y : 3,0991 + 0,185X_1 + 0,194X_2 + e$$

Keterangan :

X1 = Kualitas Layanan

X2 = Harga

Y = Konsumen

Dari persamaan tersebut, dapat dilihat bahwa keseluruhan variabel bebas bernilai positif artinya, keseluruhan variabel bebas tersebut berpengaruh positif. Nilai a (konstanta) yaitu 3,991 artinya angka tersebut menunjukkan bahwa apabila variabel Kualitas Layanan (X1) dan Harga (X2) , maka nilai Konsumen adalah 3,991.

Koefisien regresi Kualitas Layanan sebesar 0,185 menunjukkan bahwa kualitas layanan terhadap konsumen adalah positif. Berdasarkan nilai koefisien regresi tersebut dapat disimpulkan jika Kualitas Layanan mengalami peningkatan sebesar 1% maka jumlah konsumen juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,185.

Koefisien regresi Harga sebesar 0,194 menunjukkan bahwa harga terhadap konsumen adalah positif. Berdasarkan nilai koefisien regresi tersebut dapat disimpulkan jika Harga mengalami peningkatan sebesar 1% maka jumlah konsumen juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,194.

Koefisien determinasi ganda (R Squade) menunjukkan besarnya persentase pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Nilai R square adalah antara nol dan satu.

**Tabel 2. Uji Determinan R Square**

MODEL	R	R Square	Adjusted Square	Std.Error of the Estimate
1	0.705 <sup>a</sup>	0.498	0.489	1.623
a. Predictor: (Constant), Kualitas Layanan, Harga				

Sumber: Output spss, diolah tahun 2021

Dari hasil perhitungan, menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi berganda (R) adalah sebesar 0,705 artinya angka tersebut menunjukkan hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen adalah erat dan positif karena mendekati angka 1 (satu). Berdasarkan hasil tabel 2 dapat diketahui bahwa besarnya nilai adjusted R Square sebesar 0,498 yang berarti bahwa kemampuan variabel independen yaitu kualitas layanan dan harga untuk menjelaskan variabel dependen yaitu konsumen pada dealer astra motor honda sidrap adalah sebesar 49,8%. Sedangkan sisanya 50,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

Uji t (t-test) ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh secara parsial (individu) variabel independen (kualitas layanan dan harga) terhadap variabel dependen (Konsumen). Dasar keputusan uji t adalah sebagai berikut :

**Tabel 3. Uji Parsial (uji-t)**

Model	B	T	Sig.	Keputusan
(constant)	3,991	2.013	0,046	
Kualitas Layanan (X1)	0,185	5,822	0	H1 diterima
Harga (X2)	0,194	2,418	0,017	H2 diterima

Sumber : Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial pada tabel 3 dapat diuraikan hasil pengujian hipotesis sebagai berikut :

#### Uji Hipotesis 1

Rumusan Hipotesis:

H1 : Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap konsumen pada dealer astra motor honda sidrap

Berdasarkan hasil uji hipotesis, diketahui bahwa nilai t hitung adalah nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal itu berarti H1 diterima, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap konsumen pada dealer astra motor honda sidrap

#### Uji Hipotesis 2

Rumusan Hipotesis :

H2 : Harga berpengaruh signifikan terhadap konsumen pada dealer astra motor honda sidrap

Berdasarkan hasil uji hipotesis, diketahui bahwa nilai t hitung adalah nilai signifikansi  $0,017 < 0,05$ . Hal itu berarti H2 diterima, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap konsumen pada dealer astra motor honda sidrap.

Uji F (f-test) ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara bersamaan antara variabel-variabel independen (kualitas layan dan harga) terhadap variabel dependen (konsumen). Dasar keputusan uji F adalah sebagai berikut :

**Tabel 4. Uji Simultan (uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	176,144	2	88,072	24,013	,000 <sup>b</sup>
	Residual	410,777	112	3,668		
	Total	586,922	114			
a. Dependent Variable: Konsumen						

## PEMBAHASAN

Adapun hipotesis yang diangkat adalah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap konsumen pada dealer astra motor honda sidrap dan yang ke dua harga berpengaruh signifikan terhadap konsumen pada dealer astra motor honda sidrap, dan yang ketiga kualitas layanan dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumen pada Dealer Astra Motor Honda Sidenreng Rappang.

### 1. Pengaruh Kualitas Layanan (X1) Terhadap Konsumen (Y)

Hasil perhitungan menggunakan program *IBM SPSS 26 for windows* menunjukkan nilai signifikansi variable kualitas layanan adalah  $0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti hipotesis satu (H1) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumen dalam pembelian sepeda motor honda pada dealer astra motor honda sidrap diterima. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa dukungan kualitas layanan positif signifikan terhadap konsumen dalam pembelian sepeda motor honda pada dealer astra motor honda sidrap.

### 2. Pengaruh Harga (X2) Terhadap Konsumen (Y)

Hasil perhitungan menggunakan program *IBM SPSS 26 for windows* menunjukkan nilai signifikansi variable harga adalah  $0,017 < 0,05$ . Hal ini berarti hipotesis dua (H2) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumen dalam pembelian sepeda motor honda pada dealer astra motor honda sidrap diterima. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumen dalam pembelian sepeda motor honda pada dealer astra motor honda sidrap.

### 3. Pengaruh kualitas Layanan (1) dan Harga (X2) secara simultan Terhadap Konsumen (Y)

Hasil perhitungan menggunakan program *IBM SPSS 26 for windows* menunjukkan nilai signifikansi variable pengujian model regresi untuk keseluruhan variabel menunjukkan nilai F hitung = 24,013 dengan signifikansi 0,000 dengan menggunakan batas signifikansi 0,05. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 dengan arah koefisien positif. Oleh karena itu, diperoleh bahwa hipotesis diterima yang menyatakan bahwa Kualitas Layanan (X1) dan Harga (X2) secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap Konsumen (Y) dalam pembelian sepeda motor honda pada Dealer Astra Motor Honda Sidrap.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumen dalam pembelian sepeda motor honda pada Dealer Astra Motor Honda Sidenreng Rappang, adapun layanan yang diberikan seperti penampilan karyawan yang selalu rapih, keandalan atau kemampuan karyawan dalam membantu konsumen melakukan proses transaksi pembelian dengan mudah, dan mendapatkan kepercayaan konsumen serta keramahan karyawan pada saat melayani konsumen, memberikan pengaruh kepada konsumen dalam memilih dealer astra motor honda sidrap dalam pembelian sepeda motor honda.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumen dalam pembelian sepeda motor honda pada Dealer Astra Motor Honda Sidenreng Rappang, harga yang ditawarkan terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk yang disukai konsumen, dapat mendorong konsumen untuk melakukan transaksi pembelian di dealer astra motor honda sidrap.
3. Kualitas layanan dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumen dalam pembelian sepeda motor honda pada dealer astra motor honda sidenreng Rappang.

### Saran

1. Faktor yang harus diperhatikan dealer astra motor honda sidrap untuk terus dapat meningkatkan jumlah penjualan yakni dealer astra motor honda sidrap meningkatkan kualitas layanan untuk konsumen. Karena menurut beberapa responden, kualitas layanan yang dirasakan terhadap konsumen masih kurang, dan agar lebih ditingkatkan. Sehingga disarankan untuk lebih memperhatikan kualitas layanan . Hal tersebut perlu untuk dijaga dan lebih diperhatikan.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan kualitas layanan dan harga agar hasil penelitannya dapat lebih baik dan lebih lengkap lagi yang memiliki pengaruh terhadap konsumen dalam pembelian.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Gofur. (2019). 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap. Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 4(1), 37-44
- APRIDA, R. (2019). Pengaruh Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Kain Kiloan Aulia Ponorogo) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. Widyakala: Journal Of Pembangunan Jaya University, 3, 49-56.
- Asrizal Efendy Nasution, Muhammad Taufik Lesmana. (2018). "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamart di Kota Medan). Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan, Sumatera Utara. Volume 1, e-ISSN 2654-6493.
- Assauri, S. (2017). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Astuti, D., & Salisah, F. N. (2016). Analisis Kualitas Layanan E-Commerce Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode E-Servqual (Studi Kasus : Lejel Home Shopping Pekanbaru ). Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi, vol.2,(No,1, Februari 2016), hal.44-49.
- Inâ, M., & Setyowati, E. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Travel Umrah Dan Haji Pada Pt. Sebariz Warna Berkah Di Surabaya. JHP17: Jurnal Hasil Penelitian, 3(01).
- Kasmir. (2017). Customer Service Excellent. PT Raja Grafindo Persada. Depok
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2014): Principle Of Marketing, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Kristanto, J. O. (2018). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Café One Eighteenth Coffee. Agora, 6 (1).
- Kusuma, E. C. (2018). Pengaruh Nilai Yang Diterima Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan

- Terhadap Loyalitas Pelanggan: Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator Dan Gender Sebagai Moderator. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 42–50.
- Linardi, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Bisnis Online Shop RI\_watch. *Agora*, 7(1).
- Nurazizah, D. E. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen: Studi pada konsumen Hotel & Banquet Panorama Lembang (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Peter, J Paul and Jerry C Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* Terjemahan oleh Diah Tantri Dwiandani Edisi Kesembilan Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Renaldi, R. (2016). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Warung Ayam Ngamok Malang). *Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 2014, 91–105.
- Riyono dan Budiharjo, G.E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*, Vol. 8, No. 2, Edisi Juni 2016, ISSN: 2256 – 826.
- Samhah, H., & Suprihadi, H. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Oost Kafe Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(12).
- Santoso, Joko Bagio. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen." *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* 16.01 (2019): 127-146.
- Schiffman, L. G. & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behavior* Edisi 11 Global Edition . England: Pearson Education Limited
- Sri Handayani. (2012). Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam Pelayanan Air Bersih pada PDAM Tirtasari Binjai. *Jurnal Non Eksakta (Volume 4 Nomor 1)*. Hlm. 2.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : CV Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Utami, A. R. (2020). Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Kasus Konsumen Freshmode ) Jurusan Ekonomi Syari ' Ah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
- Wulandari, I. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Supermarket Top Bangunan Kediri. *Artikel Skripsi Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 1-8.