

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT SEGAR PRIMA JAYA

**Kelvin\*, Asron Saputra\*\***

\*Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

\*\*Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

e-mail: kelvin140910083@gmail.com

## ABSTRACT

*Nowadays, the world has entered the globalization era that has a large impact to the business world. This causes fierce competition among companies to seize market shares. Then companies must pay close attention to factors such as service quality and price so that they can contend in such fierce market competition. In order for a company to survive, a company must pay special attention to service quality. In a consumer's purchase decision process, price is also a variable that does not lose in importance in the consumer's purchase decision process. The study location of the research is at Komplek Ruko Windsor Square Block A Number 96, Batam. To find out whether service quality and price influences purchase decision at PT Segar Prima Jaya is the point of the research. Analysis of the data is helped with the software SPSS using multiple regression analysis. Results show that service quality and price have a significant positive effect either partially and simultaneously on purchase decision at PT Segar Prima Jaya.*

**Keyword:** *Service Quality; Price; Purchase Decision.*

---

## PENDAHULUAN

Modern hari ini, dunia sudah memasuki era globalisasi yang sudah berdampak besar dalam masyarakat dan dunia bisnis. Salah satu dampaknya adalah terbentuknya pasar internasional. Hal ini pun menyebabkan persaingan ketat antar perusahaan untuk merebut pangsa pasar dengan menggunakan sumber-sumber yang tersedia. Maka perusahaan pun perlu memperhatikan faktor-faktor seperti kualitas pelayanan dan harga yang diberikan agar dapat tetap bersaing dalam kompetisi pasar yang demikian ketat.

Untuk tetap bertahan hidup serta berkembang, suatu perusahaan harus memberi perhatian lebih kepada salah satu elemen penting untuk meningkatkan keuntungan yaitu kualitas pelayanan. Perusahaan pun perlu meningkatkan kualitas pelayanannya. Dengan kualitas pelayanan ditingkatkan, maka dapat terjalin suatu hubungan erat dengan konsumen yang kemudian akan mempertahankan loyalitas konsumen. Hal ini dapat dijadikan menjadi suatu senjata atau

kartu as bagi perusahaan untuk mendapatkan keunggulan dari pesaing lainnya khususnya di dalam kondisi pasar yang kompetitif. Apabila kualitas pelayanan sudah berkualitas, dapatlah timbul komunikasi dari mulut ke mulut. Hal ini dapat bersifat positif karena pelanggan yang merekomendasikan produk perusahaan ke keluarga atau komunitasnya. Jika kualitas pelayanan kurang baik pun maka pelanggan dapat memperingatkan keluarga atau komunitasnya agar tidak memakai produk atau jasa yang disediakan oleh perusahaan tersebut. Tentunya kondisi seperti itu akan mencemar atau merusak nama baik dan reputasi perusahaan.

Dalam proses keputusan pembelian seorang konsumen, harga merupakan variabel yang tidak kalah penting dalam proses pengambilan keputusan konsumen. Di dalam pasar yang sensitif harga, jika harga yang ditawarkan dianggap terlalu mahal atau tidak sesuai dengan keinginan konsumen maka konsumen pun akan beralih ke alternatif lainnya yang lebih murah atau terjangkau.

Penetapan harga secara baik, jujur dan adil juga akan berdampak baik terhadap perputaran barang. Hal itu penting untuk diperhatikan perusahaan mengingat produk yang dijual berupa buah-buahan segar yang dapat membusuk dengan umur simpan yang terbatas. Jika perputaran barang terhambat penjualannya karena penetapan harga yang terlalu tinggi akan menyebabkan kerugian pada perusahaan bagi tiap produk yang tidak terjual sebelum masa kadaluarsanya.

PT Segar Prima Jaya adalah perusahaan yang bergerak di bidang distribusi khususnya pengimporan buah-buahan segar ke Batam. PT Segar Prima Jaya memiliki peran penting sebagai perantara dari eksportir dengan konsumen untuk memenuhi permintaan konsumen akan buah-buahan impor yang segar dan berkualitas.

Seiring pertumbuhan jumlah penduduk Indonesia, permintaan akan buah-buahan segar pun meningkat. Termasuk juga di dalamnya buah-buahan segar yang karena keterbatasan musim dan kondisi yang menyebabkan buah-buahan tersebut tidak dapat dibudidayakan di Indonesia sehingga harus dilakukan impor terhadap buah-buahan segar tersebut dari luar negeri.

Hal ini pun kemudian disebabkan juga oleh karena kebanyakan kualitas produk buah-buahan dari luar negeri berkualitas lebih tinggi dibandingkan dengan kualitas produk buah-buahan lokal. Contohnya adalah pasar apel di Indonesia pun didominasi oleh buah-buahan yang diimpor dari luar negeri karena apel impor dinilai rasanya lebih enak dengan bentuk penampilan yang lebih menarik sehingga produk apel lokal pun kalah bersaing dengan produk impor tersebut.

Banyak juga permintaan akan buah-buahan impor lainnya seperti jeruk, durian, buah naga, anggur, pir dan lain-lain. PT Segar Prima Jaya pun berperan sebagai distributor buah-buahan tersebut ke dalam Indonesia.

Dari hasil pendahuluan diatas, peneliti mengangkat topik dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Segar Prima Jaya”**.

Dari hasil pembahasan diatas, peneliti menetapkan rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Segar Prima Jaya?

2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Segar Prima Jaya?

3. Apakah kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Segar Prima Jaya?

## KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut (Tjiptono, 2012: 157) kualitas pelayanan adalah masalah yang cukup penting untuk semua perusahaan yang tidak memperdulikan barang atau jasa yang disediakan. Kualitas pelayanan bisa diartikan sebagai tingkat tinggi atau rendahnya suatu pelayanan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

### 2.2 Pengertian Harga

Menurut (Kotler & Armstrong, 2012: 314) untuk mendapatkn barang maupun jasa yng diinginkan oleh konsumen, maka konsumen harus mengorbankan sejumlah uang atau nilai yang bisa ditukar dengan barang atau jasa tersebut. Uang atau nilai itu adalah harga.

### 2.3 Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut (Nugroho, 2011: 332) bahwa keputusan pembelian adalah proses penilaian atau pemikiran yang dilakukan konsumen dengan cara menggabungkan pengetahuan mengenai produk yang dibandingkan dan akhirnya memutuskan pada satu pilihan akhir konsumen.

### 2.4 Penelitian Terdahulu

Berikut di bawah ini terdapat penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini:

(Avetode & Lamidi, 2015) yang telah melakukan penelitian yang memiliki judul "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen". Dalam penelitian ini, penelitiannya menggunakan metode analisis yaitu analisis regresi linear berganda. Dibuktikan dengan hasil uji bahwa harga, kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Dealer Panggung Motor Yamaha Nusukan.

## METODE PENELITIAN

Desain penelitian kausalitas adalah pilihan peneliti dalam menjelaskan masalah yang diteliti. Menurut (Sanusi, 2014: 14), desain penelitian kausalitas adalah desain penelitian yang dilakukan agar dapat mencari kemungkinan atas hubungan sebab akibat dari variabel yang diteliti.

Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan PT Segar Prima Jaya dan mengambil sampel

sebanyak 116 responden. Peneliti juga melakukan uji kualitas data. Kemudian dilakukan juga uji asumsi klasik, analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ), analisis regresi linier berganda, uji hipotesis yaitu uji t parsial dan uji f simultan.

### 3.1 Lokasi Penelitian

PT Segar Prima Jaya adalah perusahaan yang menjadi objek penelitian. Lokasi perusahaan beralamat di Komplek Ruko Windsor Square Blok A Nomor 96 Batam.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Uji Validitas

**Tabel 1.** Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	Kualitas Pelayanan 1	0,398	0,1824	Valid
	Kualitas Pelayanan 2	0,628	0,1824	Valid
	Kualitas Pelayanan 3	0,646	0,1824	Valid
	Kualitas Pelayanan 4	0,810	0,1824	Valid
	Kualitas Pelayanan 5	0,610	0,1824	Valid
Harga ( $X_2$ )	Harga 1	0,504	0,1824	Valid
	Harga 2	0,775	0,1824	Valid
	Harga 3	0,803	0,1824	Valid
	Harga 4	0,745	0,1824	Valid
	Harga 5	0,286	0,1824	Valid
Keputusan Pembelian ( $Y$ )	Keputusan Pembelian 1	0,543	0,1824	Valid
	Keputusan Pembelian 2	0,688	0,1824	Valid
	Keputusan Pembelian 3	0,548	0,1824	Valid
	Keputusan Pembelian 4	0,825	0,1824	Valid
	Keputusan Pembelian 5	0,476	0,1824	Valid

Dalam penelitian ini pengujian validitas dilakukan terhadap 116 responden. Pengambilan keputusan berdasarkan pada nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel sebesar 0,1824, untuk  $df = 116 - 2 = 114$ ;  $\alpha = 0,05$

Berdasarkan tabel 1 diatas, terlihat bahwa dari nilai  $r$  hitung variabel kualitas pelayanan, harga dan keputusan pembelian semua memiliki nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Maka dapat disimpulkan dari hasil diatas bahwa variabel yang diteliti dapat dinyatakan valid.

#### 4.2 Uji Reliabilitas

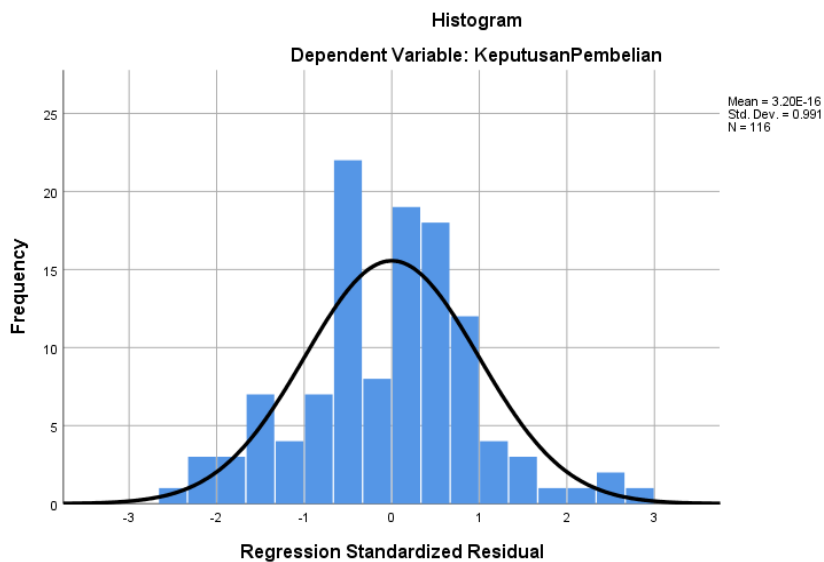
**Tabel 2.** Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	5 Item	0,609	Reliabel
Harga ( $X_2$ )	5 Item	0,634	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	5 Item	0,605	Reliabel

Berdasarkan tabel 2 diatas, hasil uji dengan program olah data SPSS menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* untuk variabel Kualitas Pelayanan lebih besar dari 0,6 yaitu 0,612, nilai *cronbach's alpha* variabel Harga lebih besar dari 0,6 yaitu sebesar 0,644, dan

nilai *cronbach's alpha* variabel Keputusan Pembelian lebih besar dari 0,6 yaitu sebesar 0,605. Dengan demikian ketiga variabel tersebut (kualitas pelayanan, harga, dan keputusan pembelian) dapat dikatakan reliabel.

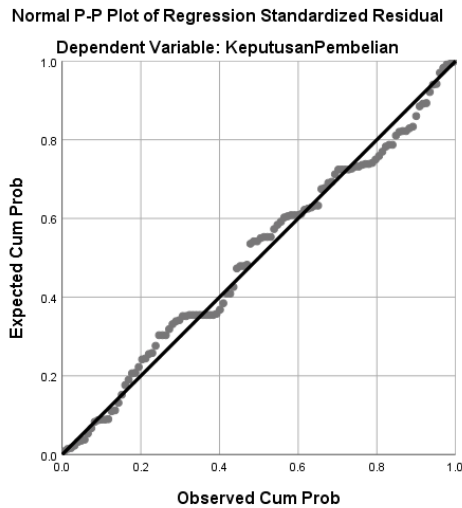
#### 4.3 Uji Normalitas



**Gambar 1.** Histogram Normalitas

Dari gambar 1 histogram normalitas di atas dapat dilihat bahwa pola sebaran data telah sebagian besar mengikuti arah pola kurva normal, Semakin suatu histogram mendekati bentuk sebuah lonceng maka data

dapat dikatakan telah memiliki sebaran normal. Jadi dapat dikatakan bahwa data yang dipakai dalam penelitian ini telah memiliki sebaran data secara normal.



**Gambar 2.** P-P Plot Normalitas

Dari gambar P-Plot di atas, lokasi titik-titik tampak mengikuti dan tidak melenceng jauh dari posisi garis miring. Jadi

kesimpulannya adalah distribusi residual data yang dipakai dalam penelitian ini telah memiliki sebaran data secara normal.

**Tabel 3.** Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		116
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.52991318
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.061
	Negative	-.062
Test Statistic		.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil tabel 3 diatas, uji *Kolmogorov-Smirnov* dijalankan melalui program olah data SPSS menunjukkan nilai signifikan sebesar  $0,200 > 0,05$ . Maka dapat

disimpulkan bahwa nilai residual data memiliki sebaran data secara normal dikarenakan nilai signifikansi lebih besar dari  $0,05$ .

#### 4.4 Uji Multikolinieritas

**Tabel 4.** Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	0,994	1,007
Harga ( $X_2$ )	0,994	1,007

Dari tabel 4 diatas, hasil uji menggunakan program olah data SPSS menunjukkan bahwa nilai *tolerance* dari kedua variabel independen yang diteliti dalam penelitian ini yaitu Kualitas Pelayanan sebesar (0,994 > 0,10) dan Harga sebesar (0,994 > 0,10).

Diketahui juga bahwa nilai VIF dari variabel Kualitas Pelayanan sebesar (1,007 < 10) dan Harga sebesar (1,007 < 10). Maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa dalam regresi penelitian tidak terdapat penemuan gejala multikolinieritas.

#### 4.5 Uji Heterokedastisitas

**Tabel 5.** Hasil Uji Glejser

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta		
		B	Std. Error			
1	(Constant)	3.355	1.252		2.681	.008
	KualitasPelayanan	-.038	.043	-.082	-.880	.381
	Harga	-.070	.042	-.155	-1.668	.098

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Berdasarkan tabel 5 diatas, hasil uji glejser dengan program olah data SPSS menunjukkan bahwa nilai signifikan dari variabel kualitas pelayanan (0,381) dan harga (0,098) memiliki

nilai di atas 0,05. Kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil diatas adalah bahwa pada model penelitian tidak mengalami gejala Heteroskedastisitas.

#### 4.6 Uji Autokorelasi

**Tabel 6.** Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Model Summary <sup>b</sup>		
			Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.581 <sup>a</sup>	.338	.326	1.543	1.996

a. Predictors: (Constant), Harga, KualitasPelayanan

b. Dependent Variable: KeputusanPembelian

Berdasarkan tabel 6 diatas, dengan hasil uji program olah data SPSS diperoleh informasi bahwa nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,996. Nilai tabel didapatkan dengan menggunakan tabel *Durbin-Watson* (DW) dimana  $n=116$ ,  $k=2$ ,  $\alpha=0,05$  diperoleh nilai du

= 1,7323 dan nilai dl = 1,6622. Dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada model regresi penelitian ini karena nilai DW (1,996) lebih besar dari nilai du (1,7323) dan lebih kecil dari (4-du = 2,2677).

4.7 Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 7.** Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	6.303	2.055		3.067	.003		
Kualitas Pelayanan	.220	.070	.241	3.131	.002	.994	1.007
Harga	.494	.069	.549	7.141	.000	.994	1.007

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

$$Y = 6,303 + 0,220 X_1 + 0,494 X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

X<sub>1</sub> : Kualitas Pelayanan

X<sub>2</sub> : Harga

e : Tingkat kesalahan

Berdasarkan persamaan regresi diatas dapat diketahui bahwa:

1. Konstanta sebesar 6,303, artinya apabila kualitas pelayanan dan harga memiliki nilai sebesar 0, maka nilai dari keputusan pembelian sebesar 6,303.

2. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,220 bernilai positif, artinya apabila kualitas pelayanan ditingkatkan sebanyak 1 satuan, maka keputusan pembelian terjadi peningkatan skor sebesar 0,220.
3. Koefisien regresi variabel harga sebesar 0,494 bernilai positif, artinya apabila harga ditingkatkan sebanyak 1 satuan, maka keputusan pembelian terjadi peningkatan skor sebesar 0,494.

4.8 Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Tabel 8.** Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.581 <sup>a</sup>	.338	.326	1.543

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dari tabel 8 diatas, dengan hasil uji program olah data SPSS terlihat bahwa nilai R Square mendapatkan nilai sebesar 0,338 (33,8%). Nilai R Square ini mengindikasikan

bahwa 33,8% dari Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh Kualitas Pelayanan dan Harga. Sedangkan untuk sisanya 66,2% dipengaruhi variabel selain yang diteliti.

#### 4.9 Uji t

**Tabel 9.** Hasil Uji t

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	6.303	2.055		3.067	.003		
Kualitas Pelayanan	.220	.070	.241	3.131	.002	.994	1.007
Harga	.494	.069	.549	7.141	.000	.994	1.007

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dari tabel 9 diatas, hasil uji dengan program olah data SPSS diperoleh informasi bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,002 dan nilai t hitung sebesar 3,131. Sedangkan Harga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai t hitung sebesar 7,141.

Jadi kesimpulannya adalah ada pengaruh positif signifikan kualitas pelayanan terhadap

keputusan pembelian karena nilai Sig.  $X_1 = (0,002 < 0,05)$  dan diketahui nilai t hitung sebesar 3,131 lebih besar dari t tabel sebesar 1,981 ( $3,131 > 1,981$ ). Sedangkan untuk variabel harga juga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai Sig.  $X_2 = (0,000 < 0,05)$  dan diketahui nilai t hitung sebesar 7,141 lebih besar dari t tabel sebesar 1,981 ( $7,141 > 1,981$ ).

#### 4.10 Uji f

**Tabel 10.** Hasil Uji f

ANOVA <sup>a</sup>						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
Regression	137.129	2	68.564	28.784	.000 <sup>b</sup>	
Residual	269.173	113	2.382			
Total	406.302	115				

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Dari tabel 10 diatas, hasil uji dengan program olah data SPSS diperoleh informasi bahwa nilai f hitung sebesar 28,784 lebih besar dari f tabel sebesar 3,08 ( $28,784 > 3,08$ ) dengan probabilitas Sig ( $0,000 < 0,05$ ).

#### 4.11 Pembahasan

##### 4.11.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Melalui hasil uji yang dilakukan, diperoleh nilai sig sebesar 0,002 yang berarti nilai sig lebih kecil dari 0,05 dan diketahui nilai t hitung sebesar 3,131 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,981 ( $3,131 > 1,981$ ). Dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh

Jadi kesimpulannya adalah variabel Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.

positif signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Hasil yang diterima sinkron dengan (Avetode & Lamidi, 2015), yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.



#### 4.11.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Melalui hasil uji yang dilakukan, diperoleh nilai sig sebesar 0,000 yang berarti nilai sig lebih kecil dari 0,05 dan diketahui nilai t hitung sebesar 7,141 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,981 ( $7,141 > 1,981$ ). Dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif signifikan harga terhadap keputusan pembelian.

Hasil yang diterima sinkron dengan (Avetode & Lamidi, 2015), yang menyatakan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### 4.11.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian

Melalui hasil uji yang dilakukan, diperoleh nilai sig sebesar 0,000 yang berarti nilai sig lebih kecil dari 0,05 dan diketahui nilai f hitung sebesar 28,784 lebih besar dari nilai f tabel sebesar 3,08 ( $28,784 > 3,08$ ). Dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Hasil yang diterima sinkron dengan (Avetode & Lamidi, 2015), yang menyatakan bahwa secara simultan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan diatas maka kesimpulan yang dapat ditarik adalah sebagai berikut:

1. Ada pengaruh positif signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT Segar Prima Jaya.
2. Ada pengaruh positif signifikan harga terhadap keputusan pembelian pada PT Segar Prima Jaya .
3. Ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian pada PT Segar Prima Jaya.
4. Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dengan harga serta keputusan pembelian sebesar 33,8% dan sisanya 66,2% dipengaruhi variabel selain yang diteliti.

### DAFTAR PUSTAKA

- Alfredo Dwitama, D. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D' Stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya, 395–409.
- Ardiansyah. (2015). An Analysis of Security and Service Quality Toward Purchase Decision on E-Commerce And Its Implications Of Consumer Loyalty. *International Conference On Information Technology And Business*, (August), 250–258.
- Avetode, H., & Lamidi. (2015). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 367–373.
- Gumelar, K. T., Waluyo, H. D., & Suryoko, S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Menu, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis SI Undip*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson.
- Nugroho, S. (2011). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Pratiwi, O. D., Hidayat, W., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pelanggan Freshasan Cabang Banjarsari Selatan Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis SI Undip*.
- Purnawati, L., Ernawati, & Susanti, R. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian dengan Harga sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 16(3), 380–386.
- Rachman, D. A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Rumah Makan Wajan Mas Kudus). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis SI Undip*.
- Rokim, M. A., Lubis, N., & Wijayanto, A. (2014). Pengaruh Harga, Bauran Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasaraya Sri Ratu Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis SI Undip*, 1–9.

- Sanusi, A. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tamunu, M., & Tumewu, F. (2014). Analyzing the Influence of Price and Product Quality on Buying Decision Honda Matic Motorcycles In Manado, 2(3), 1255–1263.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management, Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, V. A. M. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian, 5(2011), 1–18.
- Yedida, T., Saryadi, & Hidayat, W. (2016). Pengaruh Harga, Keragaman Barang dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Swalayan Aneka Jaya Ngaliyan Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip*.