

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penawaran Harga Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa pada Epson Service Center Mangga Dua Jakarta

Eka Erbianti¹, Drs. Juardi, M.Si., MM²

¹Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta

²³Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta

Abstract.

The purpose of this study is to know and analyze how much influence the quality of service and price offer on the decision to use services at the EPSON Service Center Mangga Dua Jakarta. This thesis uses quantitative research through survey methods to customers. The population in this study was 551 and a sample of 55 respondents using random sampling techniques. Data collection techniques by giving questionnaires to customers. Tests of data analysis using multiple linear regression tests. In proving and analyzing this, multiple linear analysis is used with t test and f test. Partial research results in service quality have a positive and significant influence on the decision to use services, while price offers do not have a significant influence on the decision to use services. But at the level of 10% the price offer has an influence and is significant on the decision to use services. The value of R Square of 0.427 shows that the variable quality of service and price offer has an effect of 42.7% on the decision to use services, while the remaining 57.3% is influenced by other variables not explained in this study.

Keywords: *Decisions to Use Services; Price Offer; Service Quality.*

Cronicle of Article: Received (00,06,2021); Revised (00,06,2021); and Published (00,06,2021).

©2021 *Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Administrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI*

Profile and corresponding author (contoh): Eka Erbianti adalah Alumni Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55, Cempaka Putih, Jakarta Pusat Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10520. *Corresponding Author:* ekaerbianti@gmail.com

How to cite this article : Erbianti, E., Juardi, Drs., M.Si., MM(2021) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penawaran Harga terhadap Keputusan Menggunakan Jasa pada Epson Service Cete Mangga Dua Jakarta', *Adbispreneur*, 1(3), pp. 188-197. Available at: <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI>

PENDAHULUAN

Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada para pelanggan. Salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan produk yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas (*reasonable*).

LITERATUR REVIUW

Mohamad H.P. Wijaya (2013) dari hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial variabel promosi, citra merek, dan saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Denny Daud (2013) Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi dan kualitas layanan secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Jackson R.S. Weenas (2013) Hasil uji membuktikan bahwa kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

Hendra Fure (2013) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi, keberagaman produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen

Menurut H. Farid Ali (2015:19) "Administrasi adalah mengurus, mengatur, mengelola". Mengurus dan pengurusan diarahkan pada penciptaan keteraturan sebab pengurusan yang teratur menghasilkan pencapaian tujuan yang tepat atau pada tujuan yang diinginkan.

Berdasarkan UU Pelayanan Publik No. 25 tahun 2009 dalam buku Rusydi (2017:57) "Standar pelayanan adalah suatu tolak ukur yang dipergunakan sebagai pedoman penyelenggaraan pelayanan dan acuan penilaian kualitas pelayanan sebagai komitmen atau janji dai penyelenggara kepada masyarakat untuk memberikan pelayanan yang berkualitas".

Secara sederhana, harga merupakan "jumlah uang yang berfungsi sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa", menurut Nana Herdiana (2015:109).

Menurut Suherman Rosyidi (2017:165) "Konsumsi diartikan penggunaan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan manusiawi (*the use of goods and services in the satisfaction og human needs*)".

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya.

Dalam penelitian ini, variabel yang akan diterapkan oleh peneliti dibagi menjadi dua, yaitu: Variabel Independen X1 Kualitas Pelayanan. Kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan. Dalam variabel ini terdapat lima dimensi kualitas jasa menurut Etta Mamang Sangadji dan Sopiah (2013:92) yaitu keandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), produk-produk fisik (*tangibles*). Variabel Independen X2 Penawaran Harga Penawaran harga. Rambat Lupiyoadi (2013:61) harga suatu produk dipengaruhi oleh berbagai aspek-aspek antara lain kesesuaian harga, keterjangkauan harga, diskon atau *reward*. Variabel Terikat Y Keputusan Menggunakan Jasa Menurut Kotler dan Keller (2009:236)

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penawaran Harga terhadap Keputusan Menggunakan Jasa pada Epson Service Cete Mangga Dua Jakarta
Erbianti

keputusan menggunakan jasa yang dipengaruhi bebarapa aspek yaitu, pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, tingkah laku pasca pembelian.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam penelitian ini adalah kuesioner. Data yang dikumpulkan meliputi identitas responden serta tanggapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan penawaran harga pada EPSON *Service Center* Mangga Dua.

Populasi adalah keseluruhan gejala atau satuan yang ingin diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan EPSON *Service Center* Mangga Dua dalam satu bulan terakhir dengan total sebesar 551 pelanggan. Dalam penelitian ini populasi berjumlah 551 pelanggan, jadi sampel yang diambil oleh penulis adalah $10\% \times 551 = 55$ sampel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Berikut ini adalah perhitungan validitas yang telah diujicobakan kepada 62 responden dengan $r \text{ tabel} = 0,2656$ ($df=55-2$, $df=53$).

Tabel I Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Item	(r Hitung)	(r Tabel)	Hasil
X1.1	0.822	0.2656	Valid
X1.2	0.571		Valid
X1.3	0.805		Valid
X1.4	0.860		Valid
X1.5	0.724		Valid
X1.6	0.742		Valid
X1.7	0.829		Valid
X1.8	0.842		Valid
X1.9	0.915		Valid
X1.10	0.864		Valid
X1.11	0.863		Valid
X1.12	0.684		Valid
X1.13	0.594		Valid
X1.14	0.483		Valid
X1.15	0.482		Valid
X1.16	0.698		Valid
X1.17	0.661		Valid

Tabel II Hasil Uji Validitas Variabel Penawaran Harga (X2)

Item	(r Hitung)	(r Tabel)	Hasil
X2.1	0.896	0.2656	Valid
X2.2	0.858		Valid

X2.3	0.826		Valid
X2.4	0.920		Valid
X2.5	0.861		Valid
X2.6	0.674		Valid
X2.7	0.824		Valid

Tabel III Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Menggunakan Jasa (Y)

Item	(r Hitung)	(r Tabel)	Hasil
Y.1	0.849	0.2656	Valid
Y.2	0.851		Valid
Y.3	0.860		Valid
Y.4	0.858		Valid
Y.5	0.875		Valid
Y.6	0.848		Valid
Y.7	0.867		Valid
Y.8	0.876		Valid
Y.9	0.860		Valid
Y.10	0.841		Valid
Y.11	0.905		Valid

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil pengujian validitas (r-hitung) lebih besar dari r-tabel yang berarti setiap butir kuesioner tersebut adalah valid. Sedangkan hasil pengujian reliabilitas data (r-hitung) lebih besar dari r-tabel yang berarti setiap butir kuesioner tersebut adalah reliabel. Dengan demikian maka dapat dilakukan uji selanjutnya yaitu uji asumsi klasik.

Hasil Uji Realibitas

Untuk menguji kekuatan dari instrumen maka dilakukan analisis konsistensi instrumen dengan rumus Reliabilitas *Alpha Cronbach*, dimana suatu variable dikatakan reliabel apabila memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,600.

Tabel IV Hasil Uji Reabilitas

	Cronbach's Alpha	Syarat	Hasil
Y	0.963	0.600	Reliabel
X1	0.946		Reliabel
X2	0.929		Reliabel

Uji Normalitas

Uji normalitas yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah uji *Kolgomorov-Smirnov*, dengan dasar pengambilan keputusan pada uji normalitas ini adalah jika signifikansi (Sig) *Kolgomorov-Smirnov* $\geq 0,05$, maka data yang dihasilkan berdistribusi normal, sebaliknya jika signifikansi (Sig) *Kolgomorov-Smirnov* $\leq 0,05$, maka data yang dihasilkan berdistribusi tidak normal.

Analisis Regresi Linier Berganda
Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji-t dilakukan untuk menguji setiap variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat secara parsial. Bentuk pengujiannya adalah H_0 diterima dan H_a ditolak apabila t hitung $< t$ tabel pada $\alpha = 5\%$, dan H_0 ditolak dan H_a diterima apabila t hitung $> t$ tabel pada $\alpha = 5\%$

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk melihat secara bersama-sama apakah ada pengaruh dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Bentuk pengujian adalah H_0 diterima bila F hitung $< F$ tabel pada $\alpha = 5\%$, dan H_a diterima bila F hitung $> F$ table pada $\alpha = 5\%$

Uji Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Jika R^2 semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas adalah besar terhadap variabel terikat.

Lokasi Penelitian dan jadwal penelitian

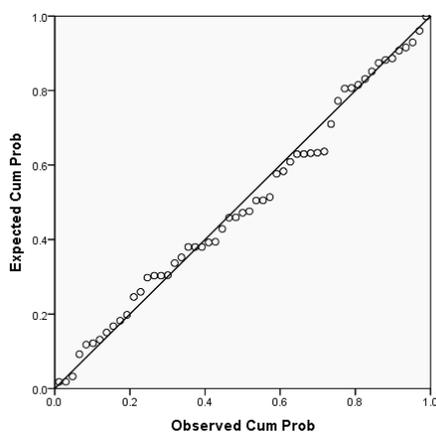
Penelitian ini dilakukan di EPSON *Service Center* Mangga Dua, yang beralamatkan di Jl. Arteri Manga Dua, Ruko Mall Manga Dua no. 48. Penelitian ini dilakukan selama 3 bulan, dimulai dari bulan Nopember 2018 sampai dengan bulan Januari 2019.

Uji Normalitas Kolgomorov-Smirnov

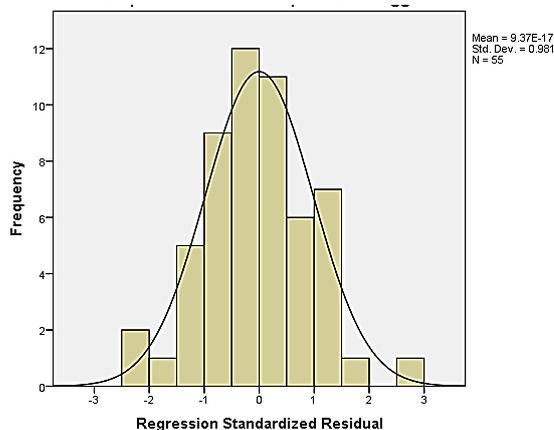
Tabel V One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		62
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.73105908
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.102
	Negative	-.071
Test Statistic		.102
Asymp. Sig. (2-tailed)		.175 ^c

Uji Normalitas Probability Plot



Uji Normalitas Histogram



Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.962	5.012		.990	.327
Kualitas.Pelayanan	.696	.145	.909	4.806	.000
Penawaran.Harga	-.477	.265	-.340	-1.800	.078

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

$$Y = 4,962 + 0,696X_1 - 0,477X_2$$

Nilai konstanta

Konstanta bernilai positif sebesar 4,962. Hal ini menunjukkan bahwa variable kualitas pelayanan dan penawaran harga begitu mempengaruhi terhadap keputusan menggunakan jasa. Maka dengan demikian, dalam hal peningkatan keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa ada beberapa variable lain yang mungkin dapat mempengaruhi keputusan menggunakan jasa. Hal ini mungkin terjadi, karena banyak faktor lain yang dapat meningkatkan keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa.

Koefisien regresi variable kualitas pelayanan (X1)

Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,696, artinya apabila kualitas pelayanan ditingkatkan 1 satuan, maka keputusan menggunakan jasa EPSON *Service Center* Mangga Dua Jakarta mengalami kenaikan sebesar 0,696 satuan. Koefisien bernilai positif artinya ada hubungan searah antara kualitas pelayanan dengan keputusan menggunakan jasa. Apabila upaya kualitas pelayanan meningkat bisa jadi keputusan menggunakan jasa EPSON *Service Center* Mangga Dua Jakarta akan meningkat.

Koefisien regresi variable penawaran harga (X2)

Koefisiensi regresi variabel penawaran harga (X2) bernilai negatif sebesar -0,477, artinya apabila penawaran harga ditingkatkan 1 satuan, maka keputusan menggunakan jasa EPSON *Service Center* Mangga Dua Jakarta mengalami penurunan sebesar 0,477 satuan. Koefisien bernilai negatif artinya ada hubungan berlawanan antara penawaran harga dengan keputusan menggunakan jasa. Apabila upaya penawaran harga meningkat bisa jadi keputusan menggunakan jasa EPSON *Service Center* Mangga Dua Jakarta akan menurun.

Diketahui nilai t table sebesar 2.0066 dengan nilai $df_1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$, $df_2 = n - k = 55 - 3 = 52$.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai t hitung dari setiap variabel.

- 1) Pengujian Hipotesis 1 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa. Berdasarkan tabel dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 4,806 dengan nilai Sig sebesar 0,00. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel 2,0066 dan Sig lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa.

2) Pengujian Hipotesis 2 : Terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan penawaran harga terhadap keputusan menggunakan jasa. Berdasarkan tabel dapat diperoleh nilai t hitung sebesar -1.800 dengan nilai Sig sebesar 0,078. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih kecil daripada nilai t tabel 2,0066 dan Sig lebih besar dari 0,05. Dengan demikian Ho diterima dan Ha ditolak. Artinya variabel penawaran harga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa. Namun pada tingkat 10% nilai sig sebesar 0,078 dapat diartikan penawaran harga berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa.

Analisis Koefisiensi Determinasi (R²)

Hasil Analisis Koefisiensi Determinasi Kualitas Pelayanan Dan Penawaran Harga Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	.654 ^a	.427	.405	7.216

Dari tabel diatas diperoleh nilai R Square sebesar 0,427 yang artinya bahwa variabel independen kualitas pelayanan dan penawaran harga berpengaruh sebesar 42,7% terhadap variabel dependen keputusan menggunakan jasa. Sedangkan sisanya 57,3% dipengaruhi oleh factor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Pada EPSON Service Center Mangga Dua Jakarta.

Hasil analisis uji t pada variabel kualitas pelayanan, nilai t hitung sebesar 4,806 dengan nilai Sig sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel 2,0066 dan Sig lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, sehingga hipotesis menyatakan bahwa kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa (Y).

Pengaruh Penawaran Harga Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Pada EPSON Service Center Mangga Dua Jakarta.

Hasil analisis uji t pada variabel penawaran harga, nilai t hitung sebesar -1,800 dengan nilai Sig sebesar 0,078. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung lebih kecil dari pada t table 2.0066 dan Sig lebih besar dari 0.05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Ho diterima dan Ha ditolak, sehingga hipotesis menyatakan penawaran harga (X2) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa (Y). Namun pada tingkat 10% nilai Sig sebesar 0,078 dapat diartikan penawaran harga berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penawaran Harga Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Pada EPSON Service Center Mangga Dua Jakarta.

Uji variabel kualitas pelayanan (X1) dan penawaran harga (X2) dapat mempengaruhi variabel keputusan menggunakan jasa (Y) dapat dilihat dari hasil perhitungan uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 19,380 dengan nilai Sig sebesar 0,000 serta $df_1 = k-1 = 3-1 = 2$, $df_2 = n-k = 55-3 = 52$. Dapat diketahui nilai F table sebesar 3,18. Berdasarkan hasil diatas menunjukkan bahwa nilai F

hitung lebih besar dari F tabel 3,18 dan nilai Sig lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya kualitas pelayanan dan penawaran harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan data dengan jumlah populasi pelanggan kemudian sampel dengan teknik pengambilan (*random sampling*) sebesar 55 responden dan pembahasan yang telah dikemukakan serta berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa pada EPSON *Service Center* Mangga Dua Jakarta sebesar 39,1%
2. Terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara penawaran harga terhadap keputusan menggunakan jasa pada EPSON *Service Center* Mangga Dua Jakarta sebesar 17,3%. Hal ini tidak sesuai dengan hipotesis penelitian ini. Namun, pada tingkat 10% penawaran harga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa EPSON *Service Center* Mangga Dua Jakarta.
3. Terdapat pengaruh simultan pada kualitas pelayanan dan penawaran harga terhadap keputusan menggunakan jasa pada EPSON *Service Center* Mangga Dua Jakarta sebesar 42,7%. Sedangkan sisanya 57,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang penulis tidak teliti dalam penelitian ini.

Saran

Adapun saran yang dapat penulis sampaikan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, sebagai berikut:

1. Perusahaan perlu mengadakan pembinaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan melayani pelanggan dengan cepat sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan, sehingga pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang tepat dari perusahaan.
2. Perusahaan perlu mengadakan riset mengenai harga yang akan ditawarkan apakah harga tersebut dapat disetujui oleh pelanggan atau tidak. Karena semakin tepat perusahaan menentukan harga maka semakin tinggi keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa perusahaan.
3. Selain itu perusahaan harus memberi informasi atau pengenalan solusi kepada pelanggan apabila kebutuhan pelanggan belum terpenuhi agar pelanggan puas dengan apa yang perusahaan berikan. Karena sesungguhnya meningkatkan penjualan jasa disuatu perusahaan harus diimbangi dengan kualitas pelayanan dan penawaran harga. Untuk itu perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanan dan penentuan penawaran harga di perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ali, Faried. 2015. *Teori Dan Konsep Administrasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Herdiana, Nana. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Gitosudarmo, Indriyo. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent*. Depok: PT Raja Grafindo Persada
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga
- Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz dan Jacjy Mussry. 2010. *Pemasaran Jasa*, Jilid 2. (t.t.): Erlangga
- Lovelock, Christopher dan Lauren K. Wright. 2018. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Cetakan 3. Jakarta: Indeks
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Mashudi, Djohan, M Taufiq, dan Wiwin Priana. 2017. *Pengantar Teori Ekonomi*. Yogyakarta: Gosyen Publishing
- Prawironegoro, Darsono. 2018. *Ekonomi Manajerial*. Edisi Revisi. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Rangkuti, Freddy. 2017. *Customer Care Excellent*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Rosyidi, Suherman. 2017. *Pengantar Teori Ekonomi (Pendekatan kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro)*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Rusydi, Mhd. 2017. *Customer Excellence*. Yogyakarta: Gisyeb Publishing
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: C.V Andi Offset
- Sugiono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sutha, Diah Wijayanti. 2018. *Administrasi Perkantoran*, Edisi Pertama. Sidoarjo: Indomedia Pustaka

Jurnal

- Daud, Denny. 2013. *Promosi Dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pembiayaan Pada Pt. Bess Finance Manado. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi vol 1. No 4. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2563>*
- Evelina. 2013. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi (Studi Kasus Pada Konsumen Telkomflexi Di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Vol 2. No 1. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/1636>*
- Fure, Hendra. 2013. Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi vol 1. No 3. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2023>*
- Kodu, Sarini. 2013. Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi vol 1. No 3. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2536>*
- Weenas, Jacson. 2013. *Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi vol 1. No 4. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2741>*
- Wijaya. 2013. *Promosi, Citra Merek, Dan Saluran Distribusi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix Di Kota Manado. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi vol 1. No 4. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2578>*