

**PENGARUH *PERSONAL SELLING*, LAYANAN PURNA JUAL DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN *CUSTOMER* PT INDOMOBIL
PRIMA NIAGA SURABAYA**

MUJAHIDIN

(Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika)

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *personal selling*, layanan purna jual dan kualitas produk terhadap kepuasan *customer* secara parsial dan simultan pada mobil hino PT. Indomobil Prima Niaga Sidoarjo. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan kuesioner kepada 50 orang responden yang merupakan *customer* mobil Hino PT. Indomobil Prima Niaga Sidoarjo, kemudian data diolah dengan menggunakan bantuan SPSS For Windows, dengan alat analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis secara t parsial dan f simultan dengan hasil analisis adalah :

$$Y = 5.095 + 0.486 X1 + 0.647 X2 + 0.139 X3 + e$$

Dari hasil analisis regresi diatas dapat disimpulkan bahwa apabila variabel bebas *personal selling*, layanan purna jual dan kualitas produk ditingkatkan satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan *customer* PT. Indomobil Prima Niaga Sidoarjo dikarenakan nilai regresi bertanda positif. Fhitung sebesar 18.908 dengan tingkat signifikan 0,000 sedangkan Ftabel yang diperoleh sebesar 2.81. Karena nilai Fhitung > Ftabel maka H0 ditolak dan Hi diterima yang artinya variabel *personal selling* (X1), layanan purna jual (X2), dan kualitas produk (X3) berpengaruh positif terhadap kepuasan *customer* (Y), sehingga dapat disimpulkan bahwa H4 diterima yang berarti *personal selling* (X1), layanan purna jual (X2), dan kualitas produk (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

konsumen (Y) di PT. Indo Mobil Prima Niaga Nilai thitung variabel personal selling (X1) sebesar 3.352 dengan nilai signifikansi sebesar ($0.011 < 0,05$) dan nilai thitung $2.650 > t_{tabel} 2.01290$, sehingga dapat disimpulkan bahwa personal selling (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Customer (Y) di PT. Indomobil Prima Niaga, nilai thitung variabel layanan purna jual (X2) sebesar 3.997 dengan nilai signifikansi sebesar ($0.000 < 0,05$) dan nilai thitung $3.997 > t_{tabel} 2.01290$, sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan purna jual (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Customer (Y) di PT. Indomobil Prima Niaga, nilai thitung variabel kualitas produk (X3) sebesar 2.371 dengan nilai signifikansi sebesar ($0.022 < 0,05$) dan nilai thitung $2.371 > t_{tabel} 2.01290$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Customer (Y) di PT. Indomobil Prima Niaga. Koefisien beta terbesar adalah variabel layanan purna jual (X2) dengan nilai koefisien beta sebesar 0,447. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa layanan purna jual memberikan pengaruh dominan terhadap kepuasan customer Mobil Hino PT. Indomobil Prima Niaga Sidoarjo

Kata Kunci : Personal Selling, Layanan Purna Jual, Kualitas Produk Dan Kepuasan Customer

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of personal selling, after-sales service and product quality on customer satisfaction partially and simultaneously on PT. Indomobil Prima Niaga Sidoarjo. This type of research is quantitative with a questionnaire to 50 respondents who are customers of Hino car PT. Indomobil Prima Niaga Sidoarjo, then the data is processed using SPSS For Windows, with multiple linear regression analysis tools and hypothesis testing partially and simultaneously with the results of the analysis are:

$$Y = 5.095 + 0.486 X1 + 0.647 X2 + 0.139 X3 + e$$

From the results of the regression analysis above it can be concluded that if the independent variable personal selling, after-sales service and product quality are improved by one unit, it will increase customer satisfaction PT. Indomobil Prima Niaga Sidoarjo because the regression value is positive. Fcount is 18.908 with a significant level of 0.000 while Ftable obtained is 2.81. Because the value of $F_{count} > F_{table}$, H_0 is rejected and H_1 is accepted, which means personal selling variable (X1), after-sales service (X2), and product quality (X3) has a positive effect on customer satisfaction (Y), so it can be concluded that H_4 is accepted which means personal selling (X1), after sales service (X2), and product quality (X3) have a significant effect on customer satisfaction (Y) at PT. Indo Mobil Prima Niaga Tcount value of personal selling variable (X1) of 3.352 with a significance value of (0.011 <0.05) and tcount value of 2.650 > t table 2.01290, so it can be concluded that personal selling (X1) has a significant effect on customer satisfaction (Y) at PT. Indomobil Prima Niaga, tcount value of after-sales service variable (X2) of 3,997 with a significance value of (0,000 <0.05) and tcount value of 3,997 > ttable 2,01290, so it can be concluded that after-sale service (X2) has a significant effect on customer satisfaction (Y) at PT. Indomobil Prima Niaga, the tcount value of product quality (X3) of 2,371 with a significance value of (0.022 <0.05) and tcount of 2,371 > ttable of 2,01290, so it can be concluded that product quality (X3) has a significant effect on customer satisfaction (Y) at PT. Indomobil Prima Niaga. The biggest beta coefficient is the after sales service variable (X2) with a beta coefficient of 0.447. Thus it can be concluded that after-sales service has a dominant influence on customer satisfaction at PT. Indomobil Prima Niaga Sidoarjo

Keywords: Personal Selling, After Sales Service, Product Quality and Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Tingkat penjualan kendaraan komersial Hino di wilayah Jawa Timur mengalami fluktuasi. Berfluktuasinya tingkat penjualan ini menjadikan pihak Hino harus waspada terhadap adanya unsur ketidakpuasan yang diterima *customer* terhadap layanan purna jual. Untuk dapat meningkatkan kepuasan *customer* maka strategi yang dapat ditempuh yaitu dengan meningkatkan kualitas layanan purna jual yang pada akhirnya berimbas pada loyalitas *customer* Hino.

Produk yang berkualitas menjadi hal utama yang menjadi pertimbangan konsumen. Perusahaan yang memenuhi kebanyakan kebutuhan pelanggannya dalam waktu yang lama disebut perusahaan bermutu. Kotler dan Armstrong (2015:253), mendefinisikan kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan konsumen. Keinginan konsumen tersebut diantaranya daya tahan produk, keandalan produk, kemudahan pemakaian serta atribut bernilai lainnya yang bebas dari kekurangan dan kerusakan.

Dalam kondisi persaingan yang ketat, hal utama yang harus diprioritaskan adalah kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), sehingga perusahaan dapat bertahan, bersaing, dan menguasai pasar lokal. Keberhasilan pemasaran suatu produk sering kali tidak cukup hanya dengan menawarkan berbagai keunggulan yang dimiliki oleh produk tersebut. Justru yang terpenting adalah apakah penyediaan produk tersebut sudah sesuai dengan keinginan dan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan (*customer loyalty*).

Hino *Motors Sales* Indonesia merupakan Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) Hino untuk kendaraan komersial, yang kurang lebih 35 tahun menjual produknya di Indonesia. Dalam menghadapi pesaing, selain memasarkan produk-produk unggulannya, Hino *Motors Sales* Indonesia juga melakukan

promosi yang gencar dan meningkatkan kualitas dari layanan purna jual. Ada beberapa langkah usaha yang dilakukan dalam meningkatkan kualitas layanan purna jual dan promosi.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini sebagai berikut :

- 1) Apakah ada pengaruh *Personal Selling* terhadap Kepuasan *Customer* Mobil Hino PT. Indomobil Prima Niaga Sidoarjo?
- 2) Apakah ada pengaruh Layanan Purna Jual terhadap Kepuasan *Customer* Mobil Hino PT. Indomobil Prima Niaga Sidoarjo?
- 3) Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap Kepuasan *Customer* Mobil Hino PT. Indomobil Prima Niaga Sidoarjo?

Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang dihadapi, maka tujuan penelitian dalam penulisan skripsi ini antara lain:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh *Personal Selling* terhadap Kepuasan *Customer* Mobil Hino PT. Indomobil Prima Niaga Sidoarjo.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh Layanan Purna Jual terhadap Kepuasan *Customer* Mobil Hino PT. Indomobil Prima Niaga Sidoarjo.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan *Customer* Mobil Hino PT. Indomobil Prima Niaga Sidoarjo.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Pengertian Kepuasan *Customer*

Sunyoto, (2013:55), konsumen bisa mengalami salah satu dari tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah harapan maka pelanggan akan merasa kecewa, tetapi bila kinerja sesuai dengan harapan maka konsumen akan merasa puas dan bila kinerja melebihi harapan maka konsumen akan merasakan sangat puas, senang atau gembira.

Pengertian *Personal Selling*

Menurut Assauri (2014:278), *personal selling* dapat diartikan sebagai produk. Dimana suatu produk yang memiliki kualitas yang tinggi dan kepuasan terhadap konsumennya. Selain kualitas produk, *personal selling* juga merupakan segala bentuk aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen jika kinerja yang diharapkan konsumen rendah maka konsumen tidak puas.

Pengertian Layanan Purna Jual

Kotler (2012: 508) dalam Yesi Elsandra dan Suryadi (2016:188) mengatakan layanan purna jual adalah layanan yang diberikan perusahaan kepada seorang konsumen setelah terjadinya transaksi penjualan

Kualitas Produk

Menurut Sangadji dan Sopiha (2013:188), kualitas produk (*product quality*) didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang atau jasa.

Kepuasan *Customer*

Menurut Herlambang (2014:77) kepuasan adalah perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Penelitian Terdahulu

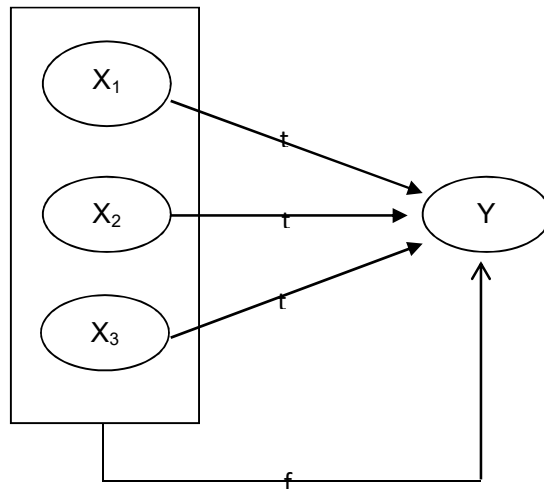
Penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini yang pernah dilakukan diantaranya adalah:

1. Febertina Gea, Rafida Khairani, Diny Rahma Putri, Harto Miharjo Simaullang (2019), dengan judul "Pengaruh Kulaitas Produk dan *Personal selling* terhadap kepuasan konsumen *Day Old Chick* Pada PT. Super Unggas Jaya Medan". Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah kualitas produk dan *personal selling* memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Pendekatan penelitian ini berdasarkan penelitian kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Adapun sifat penelitian yang digunakan peneliti adalah *deskriptif explanatory*. Penelitian *explanatory* adalah penelitian yang bertujuan menelaah kuasalitas antar variabel yang menjelaskan sesuatu fenomena tertentu.

Hasil penelitian membuktikan bahwa secara simultan (uji F), menunjukkan bahwa kualitas produk dan *personal selling* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen bibit ym potong pada PT Sumber Jaya unggas Medan. Dimana diperoleh nilai Fhitung adalah sebesar 6,486 pada tingkat signifikan 0,002 dan ftabel 3.08 yang berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($6,486 > 3.08$) dan nilai signifikansi $0,006 < 0,05$. Jadi posisi titik nilai signifikan berada pada wilayah penolakan H_0 atau dapat disimpulkan H_1 diterima artinya hipotesis ketiga didukung dimana variabel kualitas produk dan *personal selling* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Maka H_3 diterima Dengan nilai adjuted R square adalah 0,092 artinya bahwa kemampuan variasi variabel kaulitas

produk (X_1) dan *personal selling* (X_2) dapat menjelaskan variasi dari kepuasan konsumen adalah sebesar 9,2% dan sisanya sebesar 90,8% dijelaskan oleh variabel-variabel independen yang tidak diteliti seperti harga, iklan, dan promosi penjualan lainnya.

Kerangka Konseptual



**Gambar 3.1 Kerangka Konseptual
Diolah Penulis 2020**

Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan adanya hubungan antara variabel yang bersifat sementara. Untuk membuktikan kebenaran itu maka diperlukan pengujian yang lebih mendalam.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Pengaruh *Personal Selling* terhadap Kepuasan *Customer* Mobil Hino PT. Indomobil Prima Niaga Sidoarjo.
2. Pengaruh Layanan Purna Jual terhadap Kepuasan *Customer* Mobil Hino PT. Indomobil Prima Niaga Sidoarjo.

3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan *Customer* Mobil Hino PT.

Indomobil Prima Niaga Sidoarjo.

4. Pengaruh *Personal Selling*, Layanan Purna Jual dan Kualitas Produk secara bersama-sama terhadap Kepuasan *Customer* Mobil Hino PT. Indomobil Prima Niaga Sidoarjo

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ditinjau dari karakteristik masalah, penelitian ini dikategorikan pada penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Berdasarkan teori tersebut, maka penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Karena data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan kemudian diinterpretasikan. (Sugiyono, 2012:14)

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kehandalan suatu alat ukur. Setiap butir instrument yang dipilih oleh sampel harus diukur skor tiap butir dengan skor total dengan menggunakan rumus *pearson product moment*.

Dari perhitungan tersebut menghasilkan butir-butir yang valid dan tidak valid (*drop*). Dengan membandingkan r_{hitung} dengan tabel r_{tabel} , apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_h > r_t$) maka butir instrument tersebut valid begitu juga sebaliknya, bila r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} ($r_h < r_t$) maka butir instrument itu tidak valid dan tidak dipergunakan dalam penelitian.

Diketahui r_{tabel} korelasi *pearson product moment* untuk $n = 50$ adalah $df = n - 2 = 50 - 2 = 48$ adalah 0.279.

Analisis Regresi Linear Berganda

Pengujian terhadap hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi ganda. Analisis regresi ganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh *personal selling* (X_1), layanan purna jual (X_2), dan kualitas produk (X_3) terhadap kepuasan *customer* (Y). Berikut ini hasil pengolahan analisis regresi linier ganda pada penelitian.

Persamaan Regresi Linier Ganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.095	2.996		1.701	.096
Personal_Selling	.486	.184	.302	2.650	.011
Layanan_Purnajual	.647	.162	.447	3.997	.000
Kualitas_Produk	.139	.059	.243	2.371	.022

Sumber: Lampiran *Output* SPSS.

Persamaan Regresi yang dihasilkan :

$$Y = 5.095 + 0.486 X_1 + 0.647 X_2 + 0.139 X_3 + e$$

Pengujian Hipotesis

Uji F (Uji Simultan atau bersama-sama)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan atau bersama-sama variabel *personal selling* (X_1), layanan purna jual (X_2), dan kualitas produk (X_3) terhadap kepuasan *customer* (Y) di PT. Indomobil Prima Niaga Sidoarjo. Berikut ini hasil dari uji F :

Hasil Uji F

Variabel bebas	F _{hitung}	F _{tabel}	Sig.
<i>personal selling</i> (X ₁)	18.908	2.81	.000 ^a
layanan purna jual (X ₂)			
kualitas produk (X ₃)			

Sumber: Lampiran *Output* SPSS.

Tabel tersebut di atas, menunjukkan F_{hitung} sebesar 18.908 dengan tingkat signifikan 0,000 sedangkan F_{tabel} yang diperoleh sebesar 2.81. Rumus melihat F_{tabel} df1 = k-1 dan df2 = n-k (Lampiran F Tabel). Karena nilai F_{hitung} > F_{tabel} maka H₀ ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel *personal selling* (X₁), layanan purna jual (X₂), dan kualitas produk (X₃) berpengaruh positif terhadap kepuasan *customer* (Y), sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima yang berarti *personal selling* (X₁), layanan purna jual (X₂), dan kualitas produk (X₃) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *customer* (Y) di PT. Indomobil Prima Niaga Sidoarjo, **hipotesis pertama diterima.**

Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial pengaruh variabel *personal selling* (X₁), layanan purna jual (X₂), dan kualitas produk (X₃) terhadap kepuasan *customer* (Y) di PT. Indomobil Prima Niaga Sidoarjo. Berikut ini hasil dari uji t.

Hasil Uji t

Variabel	t _{Hitung}	t _{Tabel}	Sig.
<i>personal selling</i> (X ₁)	2.650	2.01290	.011
layanan purna jual (X ₂)	3.997		.000
kualitas produk (X ₃)	2.371		.022

Sumber: Lampiran *Output* SPSS.

1) *Personal Selling* Terhadap Kepuasan *Customer*

Nilai t_{hitung} variabel *personal selling* (X_1) sebesar 2.650 dengan nilai signifikansi sebesar ($0.011 < 0,05$) dan nilai t_{hitung} $2.650 > t_{tabel}$ 2.01290, sehingga dapat disimpulkan bahwa *personal selling* (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *Customer* (Y) di PT. Indomobil Prima Niaga Sidoarjo.

2) Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan *Customer*

Nilai t_{hitung} variabel layanan purna jual (X_2) sebesar 3.997 dengan nilai signifikansi sebesar ($0.000 < 0,05$) dan nilai t_{hitung} $3.997 > t_{tabel}$ 2.01290, sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan purna jual (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *Customer* (Y) di PT. Indomobil Prima Niaga Sidoarjo.

3) Kualitas Produk Terhadap Kepuasan *Customer*

Nilai t_{hitung} variabel kualitas produk (X_3) sebesar 2.371 dengan nilai signifikansi sebesar ($0.022 < 0,05$) dan nilai t_{hitung} $2.371 > t_{tabel}$ 2.01290, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (X_3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *Customer* (Y) di PT. Indomobil Prima Niaga Sidoarjo.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh *personal selling*, layanan purna jual dan kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan *customer* Mobil Hino PT. Indomobil Prima Niaga Sidoarjo, **hipotesis kedua diterima**

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, dengan mengacu pada hipotesis yang dirumuskan serta tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0.05$), maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

- 1) Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *personal selling*, layanan purna jual dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan *customer* Mobil Hino PT. Indomobil Prima Niaga Sidoarjo.
- 2) Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *personal selling*, layanan purna jual dan kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan *customer* Mobil Hino PT. Indomobil Prima Niaga Sidoarjo.
- 3) Hasil analisis menunjukkan bahwa layanan purna jual memberikan pengaruh dominan terhadap kepuasan *customer* Mobil Hino PT. Indomobil Prima Niaga Sidoarjo.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang ada, maka saran yang direkomendasikan sebagai berikut :

- 1) Pelaksanaan *personal selling* sudah tepat dilakukan dan perlu untuk dipertahankan supaya peningkatan kepuasan *customer* Mobil Hino PT. Indomobil Prima Niaga Sidoarjo.
- 2) Layanan purna jual mobil Hino sudah tepat dilakukan dan perlu untuk dipertahankan supaya peningkatan kepuasan *customer* di PT. Indomobil Prima Niaga Sidoarjo.
- 3) Pelaksanaan kualitas produk sudah tepat dilakukan dan perlu untuk dipertahankan supaya peningkatan kepuasan *customer* di PT. Indomobil Prima Niaga Sidoarjo.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Siti Rozaimah Sheikh et al. (2012) . *Analysis of Integrated Project Effectiveness in the Implementation of Generic Skills. Procedia - Social and Behavioral Sciences. Volume 60, Page 512 – 521.*
- Adiputra, Febrian dan Sutopo. 2016. Analisis Pengaruh Kepuasan dan Persepsi Harga terhadap Citra Restoran dan Minat Beli Ulang Pelanggan Holycow Semarang. *Journal of Management*, Vol. 5, No. 1:
- Alma, Buchari. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Amalia, Rizki Fitri. 2016. "Pengaruh Penerapan *E-Filing* Terhadap Tingkat Kepatuhan Penyampaian Spt Tahunan Pajak Penghasilan Wajib Pajak Orang Pribadi Dengan Pelayanan *Account Representative* Sebagai Variabel Intervening Di Kota Palembang". *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis – Volume 15 Bulan Mei 2016 ISSN 2085-1375.*
- Armstrong, Kotler 2015,"*Marketing an Intriducing. Prentice Hall twelfth edition*", *England : Pearson Education;Inc*
- Christian Lasander (2013) "Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional". <https://adoc.tips/christian-lasander-pengaruh-citra-merek-citra-merek-kualitas.html>, diakses 11 Oktober 2019.
- Daryanto. (2014). *Pendekatan Pembelajaran Sainifik Kurikulum 2013*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius chandra. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Fandy, Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis *Multivariate Dengan Program SPSS*". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Januar Efendi. 2016, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *DeReMa Jurnal Manajemen* Vol. 11 No 2.
- Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta:Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education,Inc
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketing*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.

- Leonardo, Ricky., Erwan. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Study Kasus : PT. Lung Xiang Indonesia). *Undergraduate Thesis*, Library Bina Nusantara, http://library.binus.ac.id/Collections/ethesis_detail/2019-11-00128-MN. Diakses 11 Oktober 2019
- Marwanto, Aris. (2015). *Marketing Sukses*. Yogyakarta : Kobis
- Masloman, Mirna. et al. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Servicescape terhadap Kepuasan Konsumen pada KFC Multimart Ranotana Manado. *Jurnal EMBA Vol.2 No.4*, Desember 2014.
- Mursid, M, Drs. (2014). *Managemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nazir.Mohammad,Ph.D.2011. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Nielsen. 2013. *Pasar Rakyat*. Balikpapan : Dinas Pasar Balik Papan.
- Nurmin Arianto (2018) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. <https://scholar.google.co.id>, Diakses 11 Oktober 2019
- Pardede, R., & Haryadi, T. Y. (2017). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal of Business & Applied Management* Vol 10 No. 1, 55 - 79.
- Rendy Gulla, Sem George Oroh, Ferdy Roring (2015) Analisis Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn Persaingan yang semakin ketat menuju Masyarakat Ekonomi Asean 2015. <http://ejournal.unsrat.ac.id>. Diakses 11 Oktober 2019
- Robert Gain, Christian Herdinata, dan Krismi Budi Sienatra (2017) Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda *Shirt*. Volume 2, Nomor 2, Juni 2017: 142 - 150. 143. <http://journal.ac.id>. Diakses 11 Oktober 2019
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Siohong Tih dan Kean Heng Lee (2013), *Perceptions and Predictors of Consumers Procedia - Social and Behavioral Sciences*. Volume 60, Page 565 – 568.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Supranto J. 2010. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta: UI Press.
- Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian dan Pengembangan, Research and Develoement*. Bandung Alfabeta, CV.