

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pelanggan dalam Penggunaan Jasa Pos Reguler pada PT Pos Indonesia (Persero) KCU Jakarta Premier

Rizka Nur Fahira¹, Nurmita Sari²

Politeknik STIA LAN Jakarta^{1,2}

rizkanurfahira295@gmail.com¹, nurmitasari@stialan.ac.id²

Abstract

Analysis was carried out regarding the low rate of service use caused by inappropriate prices and unsatisfactory service quality. The aim of this research is to determine the influence of price and service quality on customer decisions in using regular postal services at PT Pos Indonesia Jakarta Premier. Independent variables include Price (X1) and Service Quality (X2), as well as the dependent variable Customer Decision (Y). This research involved primary data from 100 respondents with a quantitative approach and multiple regression analysis. The results of the T test show that price $t = 4.255 > 1.661$, $\text{sig} = 0.000 < 0.05$ and service quality $t = 5.895 > 1.661$, $\text{sig} = 0.000 < 0.05$ have a significant effect. The F test shows the significance of price and service quality on customer decisions, $F = 48.238 > 3.089$. The results of the coefficient of determination show that price and service quality influence 49.9% of customer decisions.

Keywords : customer decision; price: quality of service; PT Pos Indonesia

Abstrak

Analisis dilakukan terkait rendahnya angka penggunaan jasa yang disebabkan oleh harga yang belum sesuai dan kualitas pelayanan yang kurang memuaskan. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan dalam penggunaan jasa pos reguler pada PT Pos Indonesia Jakarta Premier. Variabel independen mencakup harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2), serta variabel dependen keputusan pelanggan (Y). Penelitian ini melibatkan data primer 100 responden dengan pendekatan kuantitatif dan analisis regresi berganda. Hasil uji T menunjukkan bahwa harga $t = 4.255 > 1.661$, $\text{sig} = 0.000 < 0.05$ dan kualitas pelayanan $t = 5.895 > 1.661$, $\text{sig} = 0.000 < 0.05$ berpengaruh signifikan. Uji F menunjukkan signifikansi harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan $F = 48.238 > 3.089$. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi 49,9% keputusan pelanggan.

Kata Kunci: keputusan pelanggan ; harga ; kualitas pelayanan ; PT Pos Indonesia

PENDAHULUAN

Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang memiliki manajemen yang baik, memiliki alur keuangan yang baik, dan mampu menyesuaikan ukuran perusahaan dengan kapasitas perusahaan (2019). Berdasarkan hasil riset Databoks 2023, Indonesia merupakan peringkat 6 perusahaan rintisan terbanyak di dunia sebesar 2.482 perusahaan rintisan, namun hal ini berbanding terbalik dengan hasil riset Databoks 2023, bahwa PT Pos Indonesia yang merupakan perusahaan BUMN dengan tujuan meningkatkan pendapatan negara memperoleh skor yang sangat rendah dalam penggunaan jasa ekspedisi dibandingkan dengan perusahaan swasta. Jika dilihat berdasarkan faktor harga, tarif yang ditetapkan oleh PT Pos Indonesia sudah berada dalam rentang standar dan terjangkau, namun yang menjadi kekurangannya adalah tidak adanya pembaruan harga dan promosi sehingga sulit bagi PT Pos Indonesia untuk bersaing dengan perusahaan ekspedisi lainnya. Permasalahan yang terdapat terkait kualitas pelayanan yaitu terdapat keluhan dari pelanggan mengenai ketidakpuasan atas layanan yang diberikan oleh PT Pos Indonesia KCU Jakarta Premier (*Google maps review*, 2024). Berdasarkan beberapa permasalahan diatas, peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga**

dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pelanggan dalam Penggunaan Jasa Pos Reguler pada PT Pos Indonesia KCU Jakarta Premier”.

KAJIAN LITERATUR

HARGA

Nasution (2019:2) mendefinisikan harga sebagai uang yang ditukarkan atau dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan imbalan berupa manfaat dari barang atau jasa yang ingin mereka peroleh dari produsen. Dengan membayarkan sejumlah harga, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan pelayanan dan produk yang sesuai dengan barang yang dibayarkan.

KUALITAS PELAYANAN

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan pelanggan. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau servis yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah-tamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diharapkan pelanggan dan persepsi masyarakat terhadap pelayanan tersebut (Arsyad, 2023:188).

KEPUTUSAN PELANGGAN

Menurut Hamonangan (2017:87), keputusan pelanggan adalah proses ketika konsumen mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh kebutuhan dari konsumen yang akhirnya memutuskan untuk menggunakan jasa. Selain itu, konsumen yang merasa nyaman saat menggunakan jasa juga akan enggan berpindah tempat dan merekomendasikan perusahaan kepada konsumen lain karena konsumen merasa puas menggunakan jasa yang menyebabkan konsumen ingin menggunakan kembali jasa sehingga terjadi keputusan pelanggan berulang (Devina, 2019:61).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu suatu pendekatan yang berakar pada filsafat positivisme untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2021:177), dan menurut Zulki Zulkifli (2015:242) metode penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan angka mulai dari pengumpulan data, pengolahan data, serta hasil penelitian, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini dihitung menggunakan rumus Hair, menurut Hair et al (2019:136) pada penelitian yang memiliki jumlah populasi tidak diketahui secara pasti berapa banyak pelanggan dari PT Pos Indonesia (Persero) Jakarta Timur dan diperoleh hasil perhitungan sebanyak 100 responden. Kuesioner dalam penelitian ini berbentuk pertanyaan tertutup dengan alternatif jawaban yang disediakan menggunakan skala likert format lima jawaban seperti pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Skala Likert

Sangat Tidak Setuju	STS	Skor 1
Tidak Setuju	TS	Skor 2
Ragu – Ragu	RR	Skor 3
Setuju	S	Skor 4
Sangat Setuju	SS	Skor 5

Sumber: Data (diolah) peneliti 2024

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Standardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.98984745
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.073
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.072 ^c

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS (2024)

Kriteria bahwa data terdistribusi normal dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* yaitu nilai *Asymp. Sig.* diatas nilai signifikansi 0.05. Pada Tabel 2, diperoleh bahwa nilai *Asymp. Sig* sebesar 0.072 dengan kata lain *Asymp. Sig* > 0.05 maka data yang digunakan sudah terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

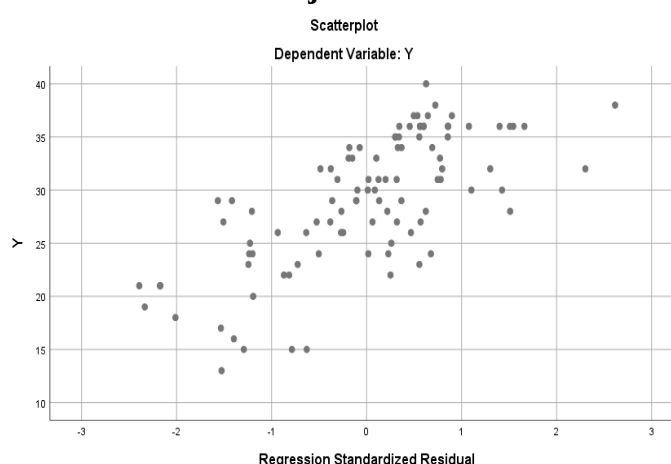
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X_1	.788	1.270
	X_2	.788	1.270

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS (2024)

Berdasarkan Tabel 3 hasil uji multikolinearitas diatas, dapat diperoleh bahwa nilai tolerance sebesar 0.788 dengan kata lain $0.788 > 0.10$ dan nilai VIF sebesar 1.270 dengan kata lain $1.270 < 10.00$, maka antar variabel independen tersebut tidak ada terjadinya gejala multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data diolah menggunakan SPSS (2024)

Berdasarkan hasil *scatterplot* pada Tabel 4, dapat dilihat bahwa seluruh data menyebar secara merata baik diatas maupun dibawah angka 0 dan tidak ada titik yang membentuk suatu pola, sehingga pada model regresi ini tidak terjadi indikasi adanya gejala heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.852	2.517		1.928	.057
	X_1	.327	.077	.345	4.255	.000
	X_2	.482	.082	.478	5.895	.000

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS (2024)

Berdasarkan table 5, didapatkan persamaan regresi linear pada uji regresi ini adalah:

$$Y = 4,852 + 0,327(X_1) + 0,482(X_2)$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat diketahui bahwa:

- Konstanta (β_0) = 4,852. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) dianggap sama dengan 0 (nol), maka nilai variabel dependen keputusan pelanggan (Y) sebesar 4,852.
- Koefisien X_1 (β_1) = 0,327. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga (X_1) berpengaruh positif terhadap keputusan pelanggan (Y) atau dengan kata lain apabila variabel harga meningkat maka keputusan pelanggan akan meningkat.
- Koefisien X_2 (β_2) = 0,482. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh positif terhadap keputusan pelanggan (Y) atau dengan kata lain apabila variabel kualitas pelayanan meningkat maka keputusan pelanggan akan meningkat.

5. Koefisien Determinasi

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.706 ^a	.499	.488	4.422
a. Predictors: (Constant), X_2, X_1				
b. Dependen Variable: Y				

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 6 dengan menggunakan program SPSS 25, diperoleh hasil R square (R^2) sebesar 0.499 atau 49,9%. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel harga dan variabel kualitas pelayanan mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan pelanggan sebesar 49,9% dan sisanya 50,1% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Uji Hipotesis

Uji T (T-test)

Tabel 7. Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.852	2.517		1.928	.057
	X_1	.327	.077	.345	4.255	.000
	X_2	.482	.082	.478	5.895	.000

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS (2024)

Berdasarkan Tabel 7, hasil perhitungan uji parsial dengan menggunakan program SPSS 25 diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Uji Hipotesis 1 (H_1)

Hasil t_{hitung} variabel Harga (X_1) adalah 4,255 dan nilai t_{tabel} 1,661 maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4,255 > 1,661$. Maka, hipotesis H_{1a} diterima dan dapat disimpulkan bahwa

variabel harga (X_1) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pelanggan (Y).

2. Uji Hipotesis 2 (H_2)

Hasil t_{hitung} variabel Kualitas Pelayanan (X_2) adalah 5,895 dan nilai t_{tabel} 1,661 maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $5,895 > 1,661$. Maka, hipotesis H_{2a} diterima dan dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pelanggan (Y).

Uji F (F-test)

Tabel 8. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1886.767	2	943.384	48.238	.000 ^b
	Residual	1897.023	97	19.557		
	Total	3783.790	99			
a. Dependen Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X_2, X_1						

Berdasarkan hasil perhitungan uji F dengan menggunakan program SPSS 25 pada Tabel 8, dapat dilihat bahwa perolehan nilai F_{hitung} pada tabel ANOVA tersebut yakni sebesar 48.238 lebih besar dari nilai F_{tabel} yakni 3.089 dengan kata lain $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($48.238 > 3.089$) sesuai dengan kriteria uji hipotesis simultan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi < 0.05 , maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima, yang artinya variabel harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) secara bersama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan (Y).

PENUTUP

KESIMPULAN

1. Harga secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pelanggan PT Pos Indonesia Jakarta Premier, hal ini telah dibuktikan dari hasil uji-t atau t-test dengan perolehan nilai t_{hitung} 4,255 nilai tersebut sudah sesuai dengan kriteria uji-t yaitu nilai t_{hitung} melebihi nilai t_{tabel} yaitu 1,661 dengan kata lain $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,255 > 1,661$) maka hipotesis H_{a1} diterima dan variabel X_1 berpengaruh positif terhadap variabel Y.
2. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pelanggan PT Pos Indonesia Jakarta Premier, hal ini telah dibuktikan dari hasil uji-t atau t-test dengan perolehan nilai t_{hitung} 5,895 nilai tersebut sudah sesuai dengan kriteria uji-t yaitu nilai t_{hitung} melebihi nilai t_{tabel} yaitu 1,661 dengan kata lain $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,895 > 1,661$) maka hipotesis H_{a2} diterima dan variabel X_2 berpengaruh positif terhadap variabel Y.
3. Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pelanggan, hal ini telah dibuktikan dari hasil uji F (F-Test) dengan perolehan nilai F_{hitung} yaitu 48,238 nilai tersebut sudah sesuai dengan kriteria uji F yaitu nilai F_{hitung} melebihi nilai F_{tabel} yaitu 3,089 dengan kata lain $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($48,238 > 3,089$) maka hipotesis H_{3a} diterima, variabel X_1 dan X_2 secara bersama-sama memberikan pengaruh positif terhadap variabel Y

SARAN

1. **Membandingkan harga pesaing dan memberikan promosi harga serta melakukan kerjasama dengan pihak sebagai contoh dalam metode pembayaran**
Harga yang ditetapkan oleh PT Pos Indonesia sudah murah dan terjangkau oleh pelanggan, namun jika dibandingkan dengan ekspedisi lainnya pelanggan masih merasa bahwa pos reguler bukan merupakan pilihan terbaik dalam penggunaan jasa ekspedisi, dan juga pelanggan masih merasa bahwa harga yang diberikan belum sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh pelanggan. Dengan ini peneliti menyarankan agar

perusahaan dapat mengevaluasi kembali perihal harga pesaing dan manfaat yang diharapkan oleh pelanggan.

2. Evaluasi kinerja karyawan

Jaminan dan kepastian atas keamanan barang menjadi poin utama dalam variabel kualitas pelayanan, pelanggan merasa aman jika mengirimkan barang menggunakan layanan pos reguler didukung juga oleh peralatan dan perlengkapan yang digunakan sudah mendukung pelayanan. Namun yang menjadi pertimbangan bagi pelanggan adalah dalam segi kualitas pekerja yang dirasa oleh pelanggan kurang dapat melayani dengan cepat dan tanggap. Dengan ini peneliti menyarankan agar perusahaan dapat mengevaluasi kinerja karyawan seperti kurir, admin dan staff lainnya agar dapat melayani pelanggan dengan cepat dan tanggap.

3. Memberikan pelayanan *after-sales*

Dalam variabel keputusan pelanggan, pelanggan merasa percaya dan puas terhadap ekspedisi PT Pos Indonesia Jakarta Premier, namun indikator pembelian ulang menjadi nilai terendah dalam variabel keputusan pelanggan sedangkan dalam variabel harga dan kualitas pelayanan sudah baik. Dengan ini peneliti menyarankan untuk perusahaan dapat memberikan promosi atau layanan *after-sales* yang membuat pelanggan merasa nyaman dan ingin menggunakan layanan kembali.

4. Memperluas jangkauan penelitian

Berdasarkan hasil perhitungan *R square* telah diperoleh nilai 0,499 atau 49,9% Keputusan pelanggan dipengaruhi oleh variabel harga dan kualitas pelayanan dan sisanya 50,1% dipengaruhi oleh faktor lainnya. Untuk itu peneliti menyarankan bagi peneliti selanjutnya dapat memperluas jangkauan atas keterbatasan peneliti saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifah, N., Siswanto, A., & Rahayu, T. (2023). Manajemen Layanan Perpustakaan Di Madrasah. *Jurnal Prodi Mpi Idaaratul Ulum*, Vol 5 No.1, 29–46.
- Danadipa Aji, A., Nurasa, H., & Weti Isnawaty, N. (2023). Kinerja Pegawai Pelayanan Pada Pt. Pos Indonesia (Persero) Asia Afrika Bandung. Dalam *Jurnal Administrasi Negara*, Februari (Vol. 14, Nomor 2).
- Devina, B., Rokhyadi², A., Manajemen, J., Mercur Buana, U., Jalan, Y., Km, W., & 10, Y. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Leasing Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen*, 11(1), 56–64.
[Http://Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/Jurnalmanajemen](http://Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/Jurnalmanajemen)
- Dewi, M., & Novridayani, Z. (2019). Analisis Pengaruh Tata Kelola Perusahaan Yang Baik, Kinerja Keuangan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kesulitan Keuangan Di Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2015-2017. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8.
- Ekonomi, F., Bisnis, D., Hayati, D. P., Hariyani, S., Citaningtyas, D., & Kadi, A. (2021). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (Simba)* 3.
<https://Www.Topbrand-Award.Com/>
- Ghotbabadi, A. R., Feiz, S., & Baharun, R. (2015). Service Quality Measurements: A Review. *International Journal Of Academic Research In Business And Social Sciences*, 5(2). <https://Doi.Org/10.6007/Ijarbss/V5-I2/1484>
- Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome* (Vol. 2).

- Ismail, T., Yusuf, R., & Piksi Ganesha, P. (T.T.). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung*. 5(3), 2021.
- Johar, Di. S., Kumadji, S., & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh Aida (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Efektifitas Iklan Online (Survei Pada Pembeli Di Toko Online Adorable Project). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, Vol. 26.
- Jusriadi, E. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Layanan Pos Express Pada Pt. Pos Indonesia (Persero) Makassar. Dalam *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis* (Vol. 3). <https://Journal.Unismuh.Ac.Id/Index.Php/Profitability>
- Kasus, S., & Paket, P. (T.T.). *Pengaruh Harga Dan Layanan Prima Terhadap Keputusan Konsumen Pada Pt. Pos Indonesia (Persero) Jambi*.
- Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel Di Kota Bengkulu Nori Dwi Apriandi, T., Soleh, A., & Irwanto, T. (2023). *The Effect Of Application Of Aida (Attention, Interest, Desire And Action) On Telkomsel Card Purchase Decisions In Bengkulu City Pengaruh Penerapan Aida (Attention, Interest, Desire Dan Action)* (Vol. 2, Nomor 2). Www.Telkomsel.Com
- Marnovita. (2020). Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan. *Psikoborneo*, 8(1), 100–106.
- Maulida, I., Wahyuni, S., & Zulianto, M. (2022). *Proses Pengambilan Keputusan Dalam Menggunakan Gojek (Studi Kasus Pada Santriwati Pondok Pesantren Al-Husna Jember)*. 16(1). <https://doi.org/10.19184/jpe.v16i1.24399>
- Mukti, A., Tinggi, S., Bima, I. E., & Aprianti, K. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kirani Coffee* (Vol. 10, Nomor 1).
- Naini, N. F., Sugeng Santoso, Andriani, T. S., Claudia, U. G., & Nurfadillah. (2022). The Effect Of Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction On Customer Loyalty. *Journal Of Consumer Sciences*, 7(1), 34–50. <https://doi.org/10.29244/jcs.7.1.34-50>
- Prasilowati, S. L., Suyanto, S., Safitri, J., & Wardani, M. K. (2021). The Impact Of Service Quality On Customer Satisfaction: The Role Of Price. *Journal Of Asian Finance, Economics And Business*, 8(1), 451–455. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no1.451>
- Pratiwi Sitorus Sekolah Tinggi Ekonomi Dan Bisnis Islam Al-Ulum Terpadu Medan Jl Tuasan No, A., & Utara, S. (2022). *Attanmiyah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam Mekanisme Penetapan Harga (Price) Dan Kebijakan Penentuan Keuntungan (Profit) Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam* (Vol. 1, Nomor 1). <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>
- Regina Mamesah Program Studi Administrasi Bisnis, P. E., & Ilmu Administrasi, J. (T.T.). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Lucky Inn Manado*.
- Rezky Pangeran Syafar Arsyad, M. (2023). Jurnal Mirai Management Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 183–197.

- Septiani Patmala, H., Candra Fatihah, D., & Piksi Ganesha, P. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Ukm Mart Kartika Widya Utama. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 1155–1172.
- She, Y., & Dharasta, M. A. (2017). Pengaruh Penetapan Harga Dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Tiket (Studi Kasus Pada Jasa Travel Agent Di Wilayah Yogyakarta). Dalam *Jurnal Manajemen Dirgantara* (Vol. 10, Nomor 2).
- Trisnowati, D. K., & Nugraha, H. S. (2016). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Bengkel Pt. Astra International Tbk-Daihatsu Majapahit Semarang*. [Http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/](http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/)