



Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Penyewaan Kapal Pesiar PT. East West Tour and Travel

Shinta Alfitri¹, Teti Chandrayanti², Hosra Afrizoni³

¹ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti, Padang, Indonesia

Email: shintaalfitri12@gmail.com

² Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti, Padang, Indonesia

Email: tetichandrayanti@gmail.com

³ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti, Padang, Indonesia

Email: umbara7476@gmail.com

Corresponding Author: Shinta Alfitri

Abstract: *This study examines the relationship between the effect of service quality and product quality on purchasing decisions for PT. East West Tour and Travel. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis and statistical t-test. The results showed that 1) Partially, the service quality variable has a significant effect on the decision to purchase PT. East West Tour And Travel with a significant degree of 95% ($\alpha = 0.05$). 2) Partially, product quality variables have a significant effect on purchasing decisions for PT. East West Tour And Travel with a significance degree of 95% ($\alpha = 0.05$). 3) Simultaneously the variables of service quality and product quality have a significant effect on the decision to purchase PT. East West Tour And Travel with a significant degree of 95% ($\alpha = 0.05$).*

Keywords: *Service Quality, Product Quality, Service Purchasing Decisions.*

Abstrak: Penelitian ini menguji hubungan antara pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian jasa penyewaan kapal pesiar PT. East West Tour and Travel. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan uji t statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa penyewaan kapal pesiar PT. East West Tour And Travel dengan derajat keberartian 95% ($\alpha = 0,05$). 2) Secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa penyewaan kapal pesiar PT. East West Tour And Travel dengan derajat keberartian 95% ($\alpha = 0,05$). 3) Secara simultan variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa penyewaan kapal pesiar PT. East West Tour And Travel dengan derajat keberartian 95% ($\alpha = 0,05$).

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian Jasa.*

PENDAHULUAN

Pariwisata saat ini telah tumbuh dan berkembang seiring berjalannya waktu. Pariwisata merupakan sebuah industri jasa yang digunakan sebagai salah satu pendorong perekonomian dunia. Pariwisata merupakan industri dengan pertumbuhan yang cepat di dunia. Baik itu berupa peristiwa ataupun situasi yang terjadi dalam berbagai bidang dengan aspek kehidupan dan lingkungannya.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang pariwisata yang ada di Sumatera Barat adalah PT. East West Tour and Tavel. Perusahaan ini bergerak pada penyewaan kapal untuk konsumen yang ingin berwisata mengunjungi pulau-pulau atau ingin berekreasi di tengah lautan.

Dari data yang diperoleh, disimpulkan bahwa penyewaan kapal menurun dari tahun 2019 ke tahun 2020 dan pada tahun 2020 penyewaan kapal semakin menurun di tiap periodenya. Penulis telah melakukan survey pendahuluan di PT. East West Tour and Travel, dimana penurunan penyewaan kapal pesiar menjelang akhir tahun terlalu signifikan, biasanya penurunan hanya 1 atau 2 pelanggan, namun akhir tahun 2020 ini terjadi penurunan drastis.

Berdasarkan pengamatan peneliti yang dilakukan di PT. East West Tour and Travel, penurunan penyewaan kapal pesiar disebabkan karena penyampaian kualitas pelayanan dan kualitas produk yang belum maksimal. Hal ini membuat konsumen kecewa karena merasa tidak sesuai dengan harapannya, selain itu perusahaan bisa melihat berbagai hasil akhir yang berbeda-beda yang diberikan pelanggan dengan mengikuti tindakan-tindakan yang mungkin terjadi, mulai dari marah hingga gembira.

Berdasarkan survey pendahuluan yang telah dilakukan, ditemukan beberapa permasalahan kualitas pelayanan yang terjadi pada penyewaan kapal PT. East West Tour and Travel. Perusahaan kurang optimal dalam merespon dengan cepat keluhan-keluhan yang disampaikan oleh para pelanggannya. Karyawan pada PT. East West Tour and Travel tidak cepat tanggap terhadap setiap keluhan dan jarang untuk mampu menyelesaikan masalah secara tuntas dengan waktu yang singkat. Admin dan *customer* kesulitan untuk memeriksa status ketersediaan kapal, karena sistem yang ada masih mencatat manual didalam buku. Bagian *maintenance* kesulitan untuk mengetahui mana dulu *complain* kapal yang harus dikerjakan atau didahulukan ketika kapal telah disewa oleh *customer* karena pencatatan masih dilakukan manual. Selain itu, kurangnya tenaga pelayanan dalam melayani permintaan konsumen sehingga ketika permintaan konsumen meledak tidak sebanding dengan tenaga pelayanan yang ada, pihak perusahaan merasa sedikit tidak sanggup terlebih juga harus menghadapi berbagai macam karakter konsumen yang berbeda-beda dan belum bisa mengenal karakter masing-masing konsumen. Hal ini tentu akan mengurangi kesenjangan antara keinginan (harapan) konsumen dengan pelayanan yang ditawarkan oleh PT. East West Tour and Travel.

Lebih lanjut, faktor lain yang akan mempengaruhi keputusan pembelian jasa penyewaan kapal pesiar adalah kualitas produk itu sendiri. Beberapa permasalahan tentang kualitas produk yang terjadi pada penyewaan kapal PT. East West Tour and Travel, seperti: pihak perusahaan kurang optimal dalam mencari inovasi sebuah terobosan dalam memasarkan produk-produk yang dimilikinya, ada beberapa kualitas produk dari kapal

pesiar yang tidak sesuai dengan spesifikasi, seperti fasilitas yang didapat saat dikapal terkadang tidak sesuai dengan kesepakatan diawal, desain kapal pesiar kurang kreatif dan inovatif, dan terkadang pada mesin kapal masih mengalami kendala. Sesuai dengan yang telah diutarakan di atas, kapal pesiar merupakan kapal yang digunakan secara khusus untuk tujuan rekreasi oleh para wisatawan domestik dan mancanegara. Oleh sebab itu haruslah disertai dengan kualitas produk yang dapat memberikan kenyamanan.

METODE PENELITIAN

Dalam mengumpulkan data, teknik yang dipakai yaitu riset lapangan serta kepustakaan. Riset lapangan bersumber dari data primer dengan cara membagikan angket kuesioner pada responden, yaitu konsumen PT. East West Tour and Travel. Sedangkan pengumpulan data dengan penelitian kepustakaan diperoleh dari buku, jurnal, atau artikel. Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:148). Populasi penelitian ini adalah konsumen yang telah menyewa kapal pesiar di PT. East West Tour and Travel, yang berjumlah 167 orang konsumen. Melalui perhitungan dengan menggunakan rumus *slovin*, maka jumlah responden sebagai sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 118 orang responden. Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan teknik *random sampling*, yaitu pengambilan sampel secara acak.

Menurut Sugiyono, (2017: 109-220), “Validitas atau keabsahan adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa saja yang diukur. Validitas ini menyangkut akurasi instrument”. Kriteria pengambilan keputusan uji validitas adalah sebagai berikut: Jika r hitung $>$ r tabel (0,180), maka butir pernyataan tersebut valid. Jika r hitung $<$ r tabel (0,180), maka butir pernyataan tersebut tidak valid. Suatu instrumen disebut reliabel bila angka reliabilitas melebihi 0,6. Uji normalitas, uji multikolinearitas, serta uji heteroskedastisitas dipakai dalam pengujian asumsi klasik pada model (Ghozali, 2016:154). Kemudian dilanjutkan dengan analisis TCR, regresi berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis parsial (uji t) dan uji hipotesis simultan (uji F).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kualitas Pelayanan (X1)

Variabel kualitas pelayanan diukur dan dioperasionalkan dengan menggunakan 25 item pernyataan. Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa dari 25 item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan memiliki nilai R Hitung antara 0,177 s/d 0,819. Pada item pernyataan no 11 memiliki nilai R Hitung sebesar 0,177, atau dengan kata lain bahwa item pernyataan no 11 memiliki nilai R Hitung lebih kecil dari R Tabel, yaitu 0,1809. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa item pernyataan no 11 tidak valid dan tidak digunakan untuk tahapan pengolahan data selanjutnya, sehingga untuk mengukur variabel kualitas pelayanan menggunakan 24 item pernyataan.

Kualitas Produk (X2)

Variabel kualitas produk diukur dan dioperasionalkan dengan menggunakan 35 item pernyataan. Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa dari

35 item pernyataan pada variabel kualitas produk memiliki nilai R Hitung antara 0,254 s/d 0,699, atau dengan kata lain bahwa 35 item pernyataan yang digunakan dalam mengukur variabel kualitas produk memiliki nilai R Hitung lebih besar dari nilai R Tabel, yaitu 0,1809. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa 35 item pernyataan tersebut adalah valid, sehingga pernyataan yang valid dapat di lanjutkan dalam tahapan pengolahan data selanjutnya.

Keputusan Pembelian Jasa (Y)

Variabel keputusan pembelian jasa diukur dan dioperasionalkan dengan menggunakan 30 item pernyataan. Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa dari 30 item pernyataan pada variabel keputusan pembelian memiliki nilai R Hitung antara 0,224 s/d 0,692 atau dengan kata lain bahwa 30 item pernyataan yang digunakan dalam mengukur variabel keputusan pembelian jasa memiliki nilai R Hitung lebih besar dari nilai R Tabel, yaitu 0,1809. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa 30 item pernyataan tersebut adalah valid, sehingga pernyataan yang valid dapat di lanjutkan dalam tahapan pengolahan data selanjutnya.

Uji T Statistik

Dengan melihat tabel berikut, maka akan diketahui pengaruh setiap variabel bebas terhadap variabel terikat, sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji t Statistik

Variabel Bebas	T Tabel	T Hitung	Taraf Signifikan	Sig.	Kesimpulan
(X1)	1,980	5,890	0,05	0,000	Ha Diterima
(X2)	1,980	2,628	0,05	0,010	Ha Diterima

Sumber: Hasil Output Olah Data SPSS.

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki T hitung $5,890 > T$ tabel 1,980 atau nilai sig nya sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan kata lain variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian jasa penyewaan kapal pesiar PT. East West Tour And Travel, dengan derajat keberartian 95% ($\alpha = 0,05$).

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa variabel kualitas produk memiliki T hitung $2,628 > T$ table 1,980 atau nilai sig nya sebesar $0,010 < 0,05$. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan kata lain variabel kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian jasa penyewaan kapal pesiar PT. East West Tour And Travel, dengan derajat keberartian 95% ($\alpha = 0,05$).

Uji F Statistik

Dari proses pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil seperti yang terlihat pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Hasil Uji F Statistik

Variabel Bebas	F	Taraf Signifikan	Sig.	Kesimpulan
(X1)	21,939	0,05	0,000	H3 Diterima
(X2)				

Sumber: Hasil Olah Data SPSS.

Berdasarkan pada Tabel 2. dapat dilihat hasil uji f-statistik, dimana nilai F ditemukan sebesar 21,939 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, hal ini bermakna bahwa H₀ ditolak dan sebaliknya H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa penyewaan kapal pesiar PT. East West Tour And Travel.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Jasa

Pada hasil pengujian hipotesis pertama ditemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa. Dari hasil olahan data ditemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, nilai signifikan tersebut lebih kecil dari alpha 0,05. Hal ini dapat diartikan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa penyewaan kapal pesiar PT. East West Tour And Travel. Hal ini bermakna bahwa semakin baik kualitas pelayanan, maka keputusan pembelian akan semakin tinggi.

Adapun alasan mengapa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan dan menjadi pertimbangan dalam menyewa kapal pesiar di PT. East West Tour And Travel, karena pelayanan perusahaan yang kurang memuaskan akan mempengaruhi keputusan memilih konsumen. Hal ini menjadi evaluasi tersendiri bagi perusahaan untuk jangka panjang ke depan. Kualitas pelayanan merupakan suatu permulaan dari kepuasan pelanggan dan juga hasil dari kepuasan pelanggan, baik kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan ini mempengaruhi intensitas kunjungan yang lebih kuat sehingga peningkatan kualitas pelayanan harus berorientasi pada pelanggan. Kualitas pelayanan mencerminkan mutu kinerja perusahaan sebelum konsumen mengenali produk barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik tentu juga akan menentukan minat keputusan memilih konsumen terhadap produk barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan.

Menurut Tjiptono (2019:290), kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Apabila jasa yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik (ideal), dan sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan konsumen, maka kualitas pelayanan akan dipersepsikan jelek (kurang ideal), sehingga kebutuhan dan keinginan konsumen merasa belum terpenuhi.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Putra, dkk, (2020), hasil dari analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen corporate dalam menggunakan TV berlangganan MNC Vision di kota Palembang. Fajar dan Sugiyanto, (2020), hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Rafi, (2018), secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

keputusan pembelian. Adiputra dan Khasanah, (2016), hasil penelitian menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa. Mukti, (2015), berdasarkan hasil dari uji t bahwa variabel kualitas layanan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Oktafianti, dkk, (2015), kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan kategori kuat secara simultan dan parsial.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Jasa

Pada hasil pengujian hipotesis kedua ditemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa. Dari hasil olahan data ditemukan bahwa kualitas produk memiliki nilai signifikansi sebesar

0,010, nilai signifikan tersebut lebih kecil dari alpha 0,05. Hal ini dapat diartikan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa penyewaan kapal pesiar PT. East West Tour And Travel. Hal ini bermakna bahwa semakin baik kualitas produk, maka keputusan pembelian akan semakin tinggi.

Adapun alasan mengapa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan dan menjadi pertimbangan dalam menyewa kapal pesiar di PT. East West Tour And Travel, karena konsumen pasti ingin mendapatkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Produk yang berkualitas yaitu produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk tersebut. Kualitas dari sebuah produk merupakan salah satu pertimbangan penting konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Penjualan produk yang berkualitas tinggi, orisinal dan resmi akan meningkatkan kepercayaan konsumen dalam hal keandalan produk. Dengan demikian konsumen akan melakukan keputusan pembelian.

Menurut Mowen (2017:61), kualitas produk adalah proses evaluasi secara keseluruhan kepada pelanggan atas perbaikan kinerja suatu produk. Kualitas produk memiliki suatu ketertarikan bagi konsumen dalam mengelola hubungan yang baik dengan perusahaan penyedia produk. Adanya hubungan timbal balik antara perusahaan dengan konsumen akan memberikan peluang untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan harapan yang ada pada persepsi konsumen.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Putra, dkk, (2020), hasil dari analisis menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen corporate dalam menggunakan TV berlangganan MNC Vision di kota Palembang. Fajar dan Sugiyanto, (2020), hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk, berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Rafi, (2018), Secara parsial kualitas produk, berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Adiputra dan Khasanah, (2016), hasil penelitian menjelaskan bahwa kualitas produk, berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa. Mukti, (2015), berdasarkan hasil dari uji t terlihat bahwa variabel kualitas produk secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Oktafianti, dkk, (2015), kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan kategori kuat secara parsial.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Jasa

Pada hasil pengujian hipotesis ketiga ditemukan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa. Dari hasil olahan data ditemukan bahwa nilai F sebesar 21,939 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, nilai signifikan tersebut lebih kecil dari alpha 0,05. Hal ini dapat diartikan bahwa secara simultan ke dua variabel bebas kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa penyewaan kapal pesiar PT. East West Tour And Travel.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fajar dan Sugiyanto, (2020), hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kualitas produk, kualitas pelayanan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Rafi, (2018), secara simultan, kualitas produk, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Mukti, (2015), berdasarkan hasil dari uji F terlihat bahwa variabel kualitas produk dan kualitas layanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Oktafianti, dkk, (2015), kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan kategori kuat secara simultan dan parsial.

KESIMPULAN

1. Pada variabel kualitas pelayanan indikator jaminan merupakan indikator yang memiliki nilai paling tinggi dengan skor rata-rata 4,12 dan tingkat capaian responden 82,46%. Untuk variabel kualitas produk indikator karakteristik produk merupakan indikator yang memiliki nilai paling tinggi dengan skor rata-rata sebesar 4,13 dan tingkat capaian responden 82,58%. Sedangkan untuk variabel keputusan pembelian jasa indikator pilihan penyalur mendapatkan skor tertinggi yaitu, dengan skor rata-rata sebesar 4,14 dan tingkat capaian responden 82,75%.
2. Secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa penyewaan kapal pesiar PT. East West Tour And Travel dengan derajat keberartian 95% ($\alpha = 0,05$).
3. Secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa penyewaan kapal pesiar PT. East West Tour And Travel dengan derajat keberartian 95% ($\alpha = 0,05$).
4. Secara simultan variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa penyewaan kapal pesiar PT. East West Tour And Travel dengan derajat keberartian 95% ($\alpha = 0,05$).

REFERENSI

- Adiputra, Yustinus Riyan dan Khasanah, Imroatul. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Asuransi Jiwa (Studi Pada AJB Bumiputera 1912 Cabang Cibinong). *Diponegoro Journal Of Management* Volume 5, Nomor 2, Tahun 2016, Halaman 1-10 ISSN (Online): 2337-3792
- Fajar, Irawanti dan Sugiyanto. 2020. The Influence Of Product Quality, Service Quality, Product Differentiation, Price Perception, And Promotion On Purchasing Decisions

- Of Gostreet Beauty Products. *The 1st International Conference on Management and Science, Humanities, Management and Science Proceedings* Vol.01, No.1, November 2020
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universita Diponegoro.
- Kotler, P, dan Keller, K.L., 2019. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip and Amstrong, Gary. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta:Erlangga.
- Mowen dan Minor. 2017. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Macananan Jaya Cemerlang.
- Mukti, Mohamad Yusuf Dana. 2015. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Mebel CV Jati Endah Lodoyo Blitar). *Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)* Vol. 2, No. 1 (2015)
- Oktafianti, Adilah, dkk. 2015. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cv. Puri Lestari Catering Bandung. *The Journal Gastronomy Tourism*, Volume 2 Nomor 2, Desember 2015.
- Putra, Fitriansyah Eka, dkk. 2020. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Konsumen *Corporate* dalam Menggunakan TV Berlangganan MNC Vision di Kota Palembang, *Andalas Management Review*, Vol.4 No.2, 2020
- Rafi, Mohammad. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Kafe Mom Milk Semarang. *Diponegoro Journal Of Social and Politic*. Hal 1 – 7.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2019. *Pemasaran Jasa*. Jakarta:Gramedia Cawang.