



Journal Homepage: <https://abnusjournal.com/jbemk>

## Jurnal Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Kewirausahaan



DOI: <https://doi.org/10.52909/jbemk.v3i2.127>

Received: 12 November 2023, Revised: 28 November 2023, Available Online: 17 Desember 2023

# Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konusmen (Studi Pada: Alfamart Cancar, Kecamatan Ruteng, Kabupaten Manggarai)

Sari A. Natonis<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nusa Cendana, Indonesia  
Email: [sari.angriany.natonis@staf.undana.ac.id](mailto:sari.angriany.natonis@staf.undana.ac.id)

Corresponding Author: [sari.angriany.natonis@staf.undana.ac.id](mailto:sari.angriany.natonis@staf.undana.ac.id)<sup>1</sup>

**Abstract:** This research was conducted in Wae Belang Village, Ruteng District. This research aims to determine and analyze both partially and simultaneously the influence of service quality and price on consumer purchasing decisions. This research uses service quality and price as independent variables and consumer purchasing decisions as the dependent variable. The total sample was 100 respondents, with the sampling technique used was accidental sampling. Data collection was carried out using questionnaires, interviews and literature studies. The data analysis technique used is quantitative descriptive, multiple linear regression analysis and hypothesis testing via t test and f test, using the SPSS v.22 application. The results of the descriptive analysis show that overall respondents gave a high perception of service quality and price. From the results of multiple linear regression analysis, the equation is obtained:  $Y = 2.076 + X1 (0.325) +$  The results of the f test show that service quality and price simultaneously have a significant influence on consumer purchasing decisions. Based on the Adjusted R<sup>2</sup> value of 0.737. This means that service quality and price influence consumer purchasing decisions by 73.7%, while the remaining 27.3% is influenced by other variables which are not the focus of this research.

**Keyword:** Service Quality, Price, and Purchasing Decisions.

**Abstrak:** Penelitian ini dilakukan di Desa Wae Belang Kecamatan Ruteng. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis baik secara parsial maupun simultan pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan kualitas pelayanan dan harga, sebagai variabel independen dan keputusan pembelian konsumen sebagai variabel dependen. Jumlah sampel sebanyak 100 responden, dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidetal sampling. Pengumpulan data

dilakukan dengan menggunakan kuesioner, wawancara, dan studi literatur. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis melalui uji t dan uji f, dengan menggunakan aplikasi SPSS v.22. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden memberikan persepsi yang tinggi terhadap kualitas pelayanan dan harga. Dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan:  $Y = 2,076 + X_1 (0,325) + X_2 (0,323)$ , hasil uji t menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan, harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil uji f menunjukkan kualitas pelayanan dan harga secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan nilai Adjusted R<sup>2</sup> sebesar 0,737. Artinya kualitas pelayanan dan harga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sebesar 73,7%, sedangkan sisanya sebesar 27,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak menjadi fokus penelitian ini.

**Kata Kunci:** Kualitas layanan, harga, dan keputusan pembelian.

---

## PENDAHULUAN

Perkembangan pasar dunia saat ini sangatlah pesat. Persaingan perdagangan semakin ketat sehingga banyak pasar berusaha untuk bertahan dalam persaingan tersebut. Dari persaingan perdagangan tersebut akan berdampak pada kemajuan dan kemerosotan pasar itu sendiri. Sehingga tergantung bagaimana cara pasar beradaptasi untuk mampu mempertahankan diri bahkan merubah diri untuk tetap menarik perhatian publik (pelanggan). Berbagai cara yang ditetapkan pasar untuk tetap mampu menarik perhatian pelanggan adalah salah satunya yaitu kualitas layanan dan harga yang terjangkau. Kualitas layanan yang dimiliki pasar akan memberi dampak terhadap keputusan pembelian, demikian juga harga yang ditetapkan pasar sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Harga merupakan salah satu faktor yang menentukan keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Amstrong (2009) harga telah menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan para pembeli. Harga menjadi elemen yang paling penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu perusahaan. Faktor harga merupakan yang dianggap paling menarik bagi konsumen dalam menentukan keputusan untuk membeli suatu produk. Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Faktor lain yang memengaruhi keputusan pembelian yaitu Kualitas layanan.

Kualitas layanan merupakan sebuah tingkatan kemampuan (*ability*) dari perusahaan dalam memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya. Kualitas layanan bertujuan memfasilitasi para pembeli saat mereka berbelanja di gerai. Kualitas layanan juga dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang tidak tampak dan mudah hilang. Variabel ini sangat penting dalam proses keputusan pembelian karena layanan yang memuaskan konsumen akan berdampak pada terjadinya pembelian berulang-ulang yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan. Kualitas layanan merupakan salah satu hal yang sangat diperhatikan oleh para konsumen.

Alfamart merupakan swalayan yang menyediakan banyak kebutuhan. Sesuai yang kita ketahui di era modern ini Alfamart banyak diminati oleh masyarakat, dikarenakan sangat memudahkan akses masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan pokok sehari-hari. Alfamart merupakan perusahaan yang bergerak dibidang retail yang sudah begitu banyak membuka cabang di seluruh Indonesia. Harga produk yang dipasarkan oleh gerai ini adalah harga yang bersahabat kepada warga dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Pertumbuhan Alfamart begitu luar biasa setiap tahunnya karena Alfamart yang bergerak dibidang retail menjawab solusi para masyarakat

dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Alfamart setiap tahunnya akan berupaya menambah gerai tokonya untuk menjangkau masyarakat sehingga keberadaan Alfamart lebih dekat dengan masyarakat bahkan di daerah-daerah sekalipun. Selain itu masyarakat juga terbantu karena Alfamart menyediakan fasilitas yang memudahkan masyarakat melakukan pembayaran seperti tagihan listrik, air, dan lainnya. Hal ini yang membuat Alfamart dikenal di seluruh Indonesia, dan banyak masyarakat yang berharap agar Alfamart dibangun di seluruh Indonesia. Untuk mendukung kegiatan bisnisnya, hingga akhir tahun 2020, perusahaan ini memiliki 32 pusat distribusi dan 15.400 minimarket yang tersebar di seluruh Indonesia.

Berdasarkan hasil interview terhadap konsumen yang dipilih secara acak, menyatakan bahwa: “Kalau dilihat harga barangnya, menurut saya harga barang di Alfamart Cancar sedikit lebih mahal dari toko lain, padahal produknya sama, tapi karena disini macam barangnya banyak terus dekat rumah, mendingan saya beli disini dari pada repot-repot masukpasar”. Pernyataan konsumen tersebut menunjukan bahwa harga yang diberikan oleh alfamart sebanding dengan kualitas barang dan pelayanan yang diberikan oleh alfamart. Hal ini mendukung salah satu indikator harga yakni seimbang dengan kualitas dan mutu, dimana konsumen menyukai suatu produk tertentu karena harga yang ditawarkan setara dengan hasil yang ia dapatkan (Kotler dan Armstrong 2016). Dari beberapa pendapat konsumen Alfamart Cancar tersebut, dapat disimpulkan bahwa meskipun harga produk di Alfamart Cancar lebih mahal dari toko lain konsumen tetap membeli produk di Alfamart Cancar dikarenakan merasa nyaman dalam berbelanja, bersih, AC dingin penataan barang rapih, pilihan cara pembayarannya banya dan kelengkapan barang yang selalu diperbarui serta banyaknya varian barang yang terdapat pada Alfamart Cancar.

Penelitian bertujuan mengetahui bagaimana kondisi kualitas pelayanan dan harga yang telah diterapkan pada Alfamar Cancar dan bagaimana pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen.

## METODE

Penelitian ini merupakan penelitian yang berbentuk penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Alfamart Cancar Kecamatan Ruteng, Kabupaten Manggarai, Penelitian ini direncanakan di tahun 2023 hingga selesai. Sampel dalam penelitian dengan menggunakan *accidental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan/*insidental* bertemu denganpeneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan program SPSS IBM v22. Hasil analisis linear berganda dapat dilihat pada table 4.7 sebagai berikut:

**Tabel 1. Hasil Regresi Linear Berganda**

Variabel	Koefisien Regresi
Konstanta	2.076
Kualitas Layanan(X1)	.325
Harga(X2)	.323
Adjusted R2	.737
Signifikan pada	.305

Berdasarkan hasil analisis pada table diatas, diperoleh nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,737. Hal ini bearti bahwa kualitas layanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 73,7 %, sedangkan sisanya 27,3% dipengaruhi variabel lain yang tidak menjadi focus dalam penelitian ini. Dengan nilai *adjusted R<sup>2</sup>* yang berada pada kisaran0-1, maka model regresi ini dapat dinyatakan sudah benar atau layak. Dengan demikian uji regresi dalam penelitian ini sudah benar dengan persamaan regresinya  $Y=2.076 +X1 (0,325)+X2 (0,323)+e(3,375)$

Dimana:

Y: Keputusan pembelian

X1: Kualitas layanan X2: Harga

e: Standar eror

Analisis regresi digunakan untuk Keputusan menginap dan menyimpulkan seberapa besar kontribusi variabel independen yaitu Kualitas Layanan (X1) dan Harga(X2) terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian(Y).

Interpretasi dari model regresi diatas adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai konstanta adalah artinya apabila kualitas layanan dan harga diasumsikan sama dengan nol (0), maka besarnya keputusan pemebelian sebesar 2.076
2. Nilai koefisien regresi variabel kualitas layanan sebesar 0,325 artinya jika kualitas layanan mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka akan meningkat keputusan pembelian sebesar 0,325 dengan asumsi faktor harga (X2) tidak mengalami perubahan (konstan).
3. Nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0,323. Artinya jika harga mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka akan mengakibatkan peningkatan pada Keputusan Pembelian sebesar 0,323 dengan asumsi faktor kualitas layanan (X1), tidak mengalami perubahan (konstan).

### Uji Hipotesis Uji Parsial (t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikan hubungan anantara variabel X dan Y, apakah variabel Kualitas Layanan (X1) dan Harga (X2) benar-benar berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) secara terpisah atau parsial.

#### 1) Pengaruh kualitas layanan (X1) terhadap Keputusan pembelian(Y)

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan program SSPS, menunjukan pengaruh variabel kualitas layanan terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis data diketahui bahwa bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5.847 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  diketahui pada alpha 0,05 sebesar 1,985. maka hasilnya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,847 > 1,985$ ) dan signifikan ( $0,000 < (0,005)$ ). Oleh sebab itu keputusannya menolak hipotesis nol ( $H_0$ ) Dan menerima hipotesis alternative ( $H_a$ ). Artinya terdapat pengaruh secara parsial yang signifikan dari variabel kualitas layanan terhadap keputusan pembelian.

#### 2) Pengaruh Harga (X2) terhadap Keputusan pembelian (Y)

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan program spss, menunjukan pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis data diketahui bahwa bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,080 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  diketahui pada alpha 0,05 sebesar 1,985. maka hasilnya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,080 > 1,985$ ) dan signifikan ( $0,000 < (0,005)$ ). Oleh sebab itu keputusannya menolak hipotesis nol ( $H_0$ ) Dan menerima hipotesis alternative ( $H_a$ ). Artinya terdapat pengaruh secara parsial yang signifikan dari variabel Harga terhadap keputusan pembelian.

### Uji Simultan (Uji F)

Uji f dapat menunjukkan apakah variabel bebas (X1) yaitu kualitas layanan dan harga (X2) secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y). Berdasarkan hasil perhitungan data dengan menggunakan program SPSS 22, diperoleh nilai f hitung sebesar 139.890. Setelah dibandingkan dengan f tabel 1,985 ternyata nilai f hitung  $\geq$  f tabel ( $139.890 > 1,985$ ) dan juga nilai signifikannya  $0,000 \leq 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari Kualitas layanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.

### Uji Koefisien Determinasi

Hasil olahan data pada table di atas, bahwa koefisien korelasi  $R$  atau tingkat keeratan hubungan variabel (X1) Kualitas Layanan, (X2) Harga terhadap Keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 0,862. Dengan demikian kekuatan hubungan linear antara variabel (X1) Kualitas Layanan, (X2) Harga terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah kuat, karena terletak pada interval 0,5-1 artinya variabel (X1) Kualitas Layanan, (X2) Harga memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian (Y).

Pada nilai Koefisien determinasi (*adjusted R Square*) variabel (X1) Kualitas Layanan, (X2) Harga terhadap Keputusan Pembelian (Y) Sebesar 0,737. Artinya setelah dilakukan penelitian diketahui 73,7 % Keputusan Pembelian pada Alfamart Cancar dipengaruhi oleh variabel (X1) Kualitas Layanan, (X2) Harga, sedangkan sisanya 27,3% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel yang digunakan.

### Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5.847 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  diketahui pada alpha 0,05 sebesar 1,985. maka hasilnya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,847 > 1,985$ ) dan signifikan ( $0,000 < 0,005$ ). Oleh sebab itu keputusannya menolak hipotesis nol ( $H_0$ ) Dan menerima hipotesis alternative ( $H_1$ ). Implikasinya jika Kualitas Layanan yang meliputi tampilan gedung yang terlihat bersih, kondisi ruangan yang tertata rapi, penampilan pegawai terlihat rapi, pelayanan kasir cepat, tersedia promo produk, kecepatan daya tanggap karawan, pelayanan alfamart cepat, pelayanan sesuai permintaan konsumen, pelayanan memuaskan, Transaksi yang aman, ketersediaan produk lengkap, penyediaan struk tersedia, serta perhatian terhadap konsumen terkelola dengan baik di Alfamart Cancar Kec Ruteng maka akan semakin meningkatkan pula Keputusan Pembelian konsumen.

### Pengaruh Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,080 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  diketahui pada alpha 0,05 sebesar 1,985. maka hasilnya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,080 > 1,985$ ) dan signifikan ( $0,000 < 0,005$ ). Oleh sebab itu keputusannya menolak hipotesis nol ( $H_0$ ) Dan menerima hipotesis alternative ( $H_2$ ). Implikasinya jika Harga yang meliputi harga produk terjangkau, harga murah, banyak potongan harga, menyediakan produk dengan kualitas baik, harga sesuai kualitas, harga bervariasi sesuai merek, memiliki persamaan harga dengan minimarket lain, harga yang ditawarkan di Alfamart Cancar Kec Ruteng sesuai daya beli konsumen maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian.

### Pengaruh Kualitas Layanan(X1) Dan Harga(X2) Terhadap Keputusan Pembelian(Y)

Berdasarkan hasil uji linear berganda menunjukkan bahwa variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Kualitas Layanan dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap

Keputusan Pembelian pada Alfamart Cancar. Dengan F hitung sebesar 139.890. Setelah dibandingkan dengan F tabel 1,985 ternyata nilai F hitung  $\geq$  f tabel ( $139.890 > 0,39$ ) dan juga nilai signifikannya  $0,000 \leq 0.05$ . Hal ini juga didukung oleh nilai *Adjusted R Square* yang menunjukkan bahwa Kualitas Layanan dan Harga berkontribusi sebesar 73,7% terhadap Keputusan Pembelian di Alfamart Cancar Kec Ruteng. Dan juga didukung dengan nilai R sebesar 0,862 yang menunjukkan bahwa model yang dibangun dalam penelitian ini baik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan Kualitas Layanan dan Harga dapat meningkatkan Keputusan Pembelian pada Alfamart Cancar. Hal ini sesuai dengan pendapat (Kotler & Armstrong, 2016) yang menyatakan Kualitas Layanan dan Harga yang ditawarkan oleh Perusahaan sangat berpengaruh besar terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, Pelayanan yang ramah dan harga produk yang murah tentunya memberikan pengaruh positif terhadap minat konsumen dalam membeli suatu produk atau jasa sehingga terjadinya keputusan pembelian.

## KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas layanan dan Harga terhadap keputusan pembelian di Alfamart Melalui proses pengolahan data dan serangkaian pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif secara mayoritas responden memberikan rata-rata penilaian persepsi berkategori tinggi tiga variabel yaitu Kualitas Layanan (X1), Harga (X2), dan Keputusan Pembelian (X3). Maka dengan demikian persepsi konsumen terhadap Kualitas Layanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Alfamart Cancar Kec Ruteng baik dan terkategori Positif.
2. Variabel Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Alfamart Cancar Kec Ruteng. Implikasinya jika Kualitas Layanan yang meliputi tampil gedung yang terlihat bersih, kondisi ruangan yang tertata rapi, penampilan pegawai terlihat rapi, pelayan kasir cepat, tersedia promo produk, kecepatan daya tanggap karawan, pelayanan alfamart cepat, pelayanan sesuai permintaan konsumen, pelayanan memuaskan, Transaksi yang aman, ketersediaan produk lengkap, penyediaan struk tersedia, serta perhatian terhadap konsumen terkelola dengan baik pada Alfamart Cancarmaka akan semakin meningkatkan pula Keputusan Pembelian konsumen.
3. Variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Alfamart Cancar Kec Ruteng. Implikasinya jika Harga yang meliputi harga produk terjangkau, harga murah, banyak potongan harga, menyediakan produk dengan kualitas baik, harga sesuai kualitas, harga bervariasi sesuai merek, memiliki persamaan harga dengan minimarket lain, harga yang ditawarkan Alfamart Cancar Kec Ruteng sesuai daya beli konsumen maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian.
4. Berdasarkan hasil uji F variabel bebas yaitu Kualitas Layanan dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini berimplikasi bahwa penerapan Kualitas Layanan dan Harga dapat meningkatkan Keputusan Pembelian di Alfamart Cancar Kec Ruteng.

## REFERENSI

- Abdullah, thamrin dan Tantri francis. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Assauri, S. 1981. *Manajemen Pemasaran*. (Edisi Ketiga). Yogyakarta: BPFE.
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Assauri, Sofjan, 2013. *Manajemen Pemasaran*. Depok PT Raja Grafindo Persada.

- Astuti, Dewi, Rahman.2018. *Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan masyarakat pada kantor kelurahan makasar* Jakarta Timur. E-ISSN: 2614-7Jakarta:55.
- Adriana dan Chandra Tjipto, 2008. *Brand Manajemen dan Strategi*. Yogyakarta:
- Assauri, S. (2012). *Strategic Marketing Sustaining Lifetime Customer Value*. JakartaRajawali Pers.RajaGrafindo Persada
- Aristo (2016), “*Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Woles Chips*”.
- Anang (2019)“*Pengaruh Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minimarket Amarta Mlilir Jl. Ponorogo-Madiun*”Azwar, Saifuddin. 2000. *Reabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Ekadari (2015), “*Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen DiIndimaret*”.
- Fandy Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: ANDI. Fandy Tjiptono. 2017. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI
- Ghozali, Imam. (2006), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Menggunakan ProgramSPSS*.Semarang: UNDIP.
- Harini. 2008. *Penetapan Harga, Makro Ekonomi Pengantar*, Pt Gramedia
- Iful. 2015. *pengaruh harga terhada keputusan pembelian di Showroom Maxim Housewares*.
- Jakson.2013*Pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian. Pada Spring Bed Comforta*
- Kotler, Philip & Armstrong, 2008.*Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Ke 12 Jilid 1. penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler& Armstrong, 2016.*Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Ke 12 Jilid 1. penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Keller.2012. *Marketing Management*. Edisi 12. Jakarta; Erlangga
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, philip. dan Keller, K.L 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi 13. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Moenardi, K., (2016). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Relationship Marketing Terhadap Nilai Pelangga, Kepuasan Pelangga, Switching Cost dan Retensi Pelanggan. Disertai Program Doktor Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya Malang*.
- Rachman (2017), “*Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Tehadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Wajan Mas Kudus*”.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif,dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Penerbit Alvabeta, cv
- Tjiptono. (2010). *Pengertian harga*. Jakarta: Erlangga.