

Pengaruh *Service Quality* Dan *Facilities* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Jasa Trans Jogja di Kota Yogyakarta)

Henny Welsa¹, Nonik Kusuma Ningrum², Ismi Rummyati³

^{1,2,3}Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

skripsimahasiswamanajemen@gmail.com¹

ABSTRACT

This study aims to determine how much influence Service Quality and Facilities have on Purchase Decisions through Purchase Interest as an Intervening Variable (Case Study on Trans Jogja). The population used in this study are consumers who have used Trans Jogja services. The sample in this study was 84 respondents using the Non-Probability Sampling technique with a purposive sampling approach, taking samples based on certain criteria, with respondents who had used Trans Jogja services. This data was taken using a questionnaire via google form, after the questionnaire results were collected, the data was tabulated using MS Excel and analyzed using SPSS version 23. The results of this study indicate that Service Quality and Facilities have a positive and significant effect on Purchase Interest. Service Quality has a positive and significant effect on Purchase Decisions. Facilities have a positive and insignificant effect on Purchase Decisions. Buying Interest has a positive and significant effect on Purchase Decisions. The influence of Service Quality on Purchase Decisions through Purchase Interest as an intervening variable is accepted. Influence of Facilities on Purchase Decision through Purchase Interest as an accepted intervening variable.

Keywords : *service qualiti, facilities, buying decision, buying interest.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Service Quality* dan *Facilities* terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Jasa Trans Jogja di Kota Yogyakarta). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa Trans Jogja. Sampel pada penelitian ini sebanyak 84 responden dengan menggunakan teknik *Non - Probability Sampling* dengan pendekatan *pupositive sampling* pengambilan sampel berdasarkan tertentu, dengan kriteria responden yang pernah menggunakan Jasa Trans Jogja. Data ini di ambil menggunakan kuesioner melalui google form, setelah kuesioner hasil terkumpul maka di lakukan tabulasi data menggunakan MS Excel dan dianalisis menggunakan Spss versi 23. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Service Quality* dan *Facilities* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. *Facilities* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Minat Beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Pengaruh *Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai variabel intervening diterima. Pengaruh *Facilities* terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai variabel intervening diterima.

Kata kunci : *service quality, facilities, keputusan pembelian, minat beli.*

PENDAHULUAN

Globalisasi yang terjadi di Indonesia telah merubah banyak aspek kehidupan masyarakat seperti budaya, ekonomi, dan teknologi. Salah satu dampak dari globalisasi adalah meningkatnya pergerakan atau perpindahan masyarakat dari satu tempat ke tempat yang lain dan terjadi dalam waktu yang singkat. Peningkatan perpindahan masyarakat dari satu tempat ke tempat yang lain akan diiringi dengan meningkatnya kebutuhan sarana transportasi yang memadai. Kebutuhan sarana transportasi akan dapat dipenuhi dengan kehadiran transportasi

umum yang dapat membawa penumpang secara massal. Transportasi umum tersebut bertujuan untuk mengurangi penggunaan kendaraan pribadi (Istianto, 2019).

Kualitas pelayanan pada penumpang menjadi faktor penentu keputusan pembelian tiket masyarakat dalam memakai Trans Jogja, kualitas pelayanan yang baik akan menjadi salah satu penarik untuk konsumen menggunakan jasa yang ditawarkan. Sebaliknya kualitas layanan yang buruk akan membuat konsumen enggan menggunakan jasa yang ditawarkan. Selain itu tak hanya kualitas pelayanan akan tetapi fasilitas berpengaruh pada masyarakat dalam keputusan pembelian tiket Bus Trans Jogja. Dengan fasilitas yang memadai dan memanjakan konsumen maka konsumen dapat merasa puas serta nyaman dengan fasilitas yang diberikan. Sedangkan minat beli juga berpengaruh pada keputusan pembelian tiket, hal ini dikarenakan minat beli masyarakat dapat muncul dari adanya stimulus atau rangsangan yang ditawarkan oleh perusahaan Trans Jogja. Masyarakat yang puas karena keinginannya terpenuhi maka masyarakat akan tetap setia membeli kembali barang dan jasa yang dipakainya (Sari, 2020).

METODE PENELITIAN

Berdasarkan analisisnya, penelitian ini dapat diklasifikasikan kedalam penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Terdapat 4 variabel yang dikembangkan dalam penelitian ini antara lain *Service Quality*, *Facilities*, Minat Beli dan Keputusan Pembelian. Sampel digunakan dalam penelitian adalah masyarakat yang pernah memakai jasa Trans Jogja. Rumus pengambilan sampel menurut Roscoe yang dikutip dari Sekaran (2015) memberikan acuan umum untuk menentukan ukuran sampel: Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat. Pada penelitian ini jumlah sampel sebanyak 84 yang berasal dari pengguna jasa Trans Jogja.

Metode pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu purposive sampling yaitu pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu, dengan memperhatikan responden yang dikehendaki untuk memudahkan penelitian sehingga diambil sampel secara pasti sebanyak 84 responden dengan kriteria responden sebagai berikut:

- a. Konsumen yang sedang menggunakan jasa Trans Jogja.
- b. Konsumen yang pernah menggunakan jasa Trans Jogja.

Data primer pada pengamatan ini diperoleh dengan angket dengan memakai skala Likert 1-5 yang dikasihikan pada responden, yakni teman-teman pria dan wanita yang pernah menggunakan Jasa Trans Jogja. Metode mengumpulkan data yang dipakai pada penelitian ini menggunakan angket. Kuesioner dapat berupa pertanyaan-pertanyaan terbuka atau tertutup yang ditujukan kepada teman-teman pria dan wanita yang pernah menggunakan Jasa Trans Jogja yang akan jadi sampel dalam pengamatan ini. Mengisi angket dihitung dengan memakai Skala Likert yang tersusun oleh:

- a. Sangat Setuju (SS) 5
- b. Setuju (S) 4
- c. Netral (N) 3
- d. Tidak Setuju (TS) 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) 1

Dalam prosedur mengembangkan instrument pengamatan tersusun oleh dua bagian yakni uji validitas serta uji reliabilitas yang dipakai guna pengujian setiap nomor dari

pernyataan yang ada diangket. Teknik analisa data dalam penelitian ini memakai statistic deskriptif, Uji asumsi klasik yang tersusun oleh: Uji Normalitas; Uji Multikolonieritas serta; Uji Heteroskedastisitas, serta Analisa Regresi Linier Berganda.

Uji hipotesa dalam penelitian ini ialah seperti berikut:

- a. Uji F, Pengujian kelayakan model regresi yang dipakai peneliti adalah dengan menggunakan nilai F adalah bertitik tolak dan hipotes (H_0 dan H_1). Kemudian dihitung nilai F penelitian. Kemudian menghitung F tabel dengan ketentuan: (i) menentukan besar nilai taraf signifikan sebesar 0,05 dan nilai degree of freedom (DF)/ derajat kebebasan (DK) dengan ketentuan numerator/ vektor 1: jumlah variabel -1 atau (dengan asumsi jumlah variabel 4) maka $4-1=3$. Dengan denominator/ vektor 2: jumlah kasus (diasumsikan 100) - jumlah variabel (diasumsikan 4) atau $100-4=96$. Dengan ketentuan tersebut, diperoleh angka F tabel sebesar 2.68. (ii) Kembali kepada ketentuan bahwa jika F penelitian $>$ F tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima; jika F penelitian $<$ F tabel, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
- b. Uji t, Uji statistik t disebut juga uji signifikan individual. Uji ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Menurut Ghazali dalam (Manoy & Mananeke, 2021), cara melakukan uji t adalah dengan membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Apabila nilai statistik t memiliki hasil perhitungannya yang lebih tinggi dibandingkan nilai t tabel, maka hipotesis alternatif diterima yang menyatakan suatu variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.
- c. Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (Kuncoro, 2013). Pengukuran ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi-variasi dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel-variabel dependen (Kuncoro, 2013).
- d. Uji Sobel digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel mediasi yaitu keputusan pembelian. Suatu variabel disebut variabel intervening jika variabel tersebut mempengaruhi hubungan antar variabel independen dan variabel dependen. Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel dan dikenal dengan uji Sobel.

HASIL

Analisis hasil penelitian pada pengujian hipotesis ini dapat dijelaskan seperti berikut:

Tabel 1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Persamaan I

Model	Coefficients ^a							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	,657	1,856		,354	,724		
	Service_Quality	,223	,084	,266	2,656	,010	,633	1,580

Facilities	,628	,126	,501	5,000	,000	,633	1,580
------------	------	------	------	-------	------	------	-------

a. Dependent Variable: Minat_Beli
 Sumber: data primer diolah, 2022

Tabel 2 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda Persamaan II

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.			
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
(Constant)	-1,829	1,373		-1,332	,186			
1 Service_Quality	,145	,065	,159	2,236	,028	,582	1,717	
Facilities	,171	,106	,126	1,611	,111	,484	2,067	
Minat_Beli	,739	,082	,680	8,998	,000	,516	1,939	

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian
 Sumber: data primer diolah, 2022

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Pengaruh Service Quality terhadap Minat Beli

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan Service Quality memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,223 dengan nilai signifikan sebesar $0,010 < 0,05$. Hal ini berarti H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Service Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada Jasa Trans Jogja.

Service Quality yang ada seperti *reliabel, assurance, tangibel, responsiveness*, dan *empathy* harus diperhatikan dan dikembangkan ke arah yang lebih baik sehingga dapat memberikan peningkatan minat beli masyarakat terhadap Jasa Trans Jogja. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen maka dapat meningkatkan minat beli para konsumen.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Puspitadewi, 2022) yang menyatakan kualitas pelayanan memberi pengaruh positif bagi minat beli konsumen.

2. Pengaruh Facilities terhadap Minat Beli

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan Facilities memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,628 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Facilities berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada Jasa Trans Jogja.

Facilities yang memadahi dan sesuai dengan kebutuhan konsumen dapat memudahkan konsumen dalam menggunakan jasa Trans Jogja. Jika Trans Jogja dapat membuat nyaman konsumen dalam menggunakan jasa tersebut maka dapat mempengaruhi minat beli konsumen dalam melakukan pembelian jasa tersebut.

Hal ini didukung oleh hasil penelitian (Romatua & Nurlina, 2019) menyatakan variabel fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

3. Pengaruh Service Quality terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan *Service Quality* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,145 dengan nilai signifikan sebesar $0,028 < 0,050$. Hal ini berarti H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Jasa Trans Jogja.

Kualitas layanan mengacu pada upaya menanggapi kebutuhan pelanggan dengan cara yang konsisten untuk memenuhi preferensi pelanggan. Layanan yang diberikan Trans Jogja membuat konsumen tertarik untuk melakukan keputusan pembelian pada Jasa Trans Jogja.

Hal ini didukung oleh hasil dari penelitian (Malonda & Stephen, 2020) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. Pengaruh *Facilities* terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan *Facilities* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,171 dengan nilai signifikan sebesar $0,111 > 0,50$. Hal ini berarti H_0 berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Jasa Trans Jogja.

Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas yang ditawarkan oleh Trans Jogja berupa Bus yang nyaman dan tempat menunggu yang memadai sehingga membuat konsumen melakukan keputusan pembelian pada Jasa Trans Jogja.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Putra, 2017) yang menunjukkan bahwa variabel Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

5. Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan Minat Beli memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,739 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,50$. Hal ini berarti H_0 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Jasa Trans Jogja.

Jika konsumen merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat membeli, dan sebaliknya ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat. Kualitas dan fasilitas Trans Jogja yang semakin baik yang akhirnya membuat konsumen berminat dan memutuskan untuk membeli Jasa Trans Jogja.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Eva, 2007) yang menyatakan bahwa minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN

Hasil penelitian mengenai Pengaruh *Service Quality* dan *Facilities* mempunyai pengaruh pada Minat Beli sebagai variabel intervening pada Jasa Trans Jogja, berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. Hal ini terbukti berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan *Service Quality* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,223 dengan nilai signifikan sebesar $0,010 < 0,05$. Artinya kualitas pelayanan harus diperhatikan dan dikembangkan ke arah yang lebih baik, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen maka dapat meningkatkan minat beli para konsumen.
2. *Facilities* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Hal ini terbukti berdasarkan pengujian hipotesis yang menunjukkan *Facilities* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,628 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya *Facilities* yang memadai dan sesuai dengan kebutuhan konsumen dapat memudahkan konsumen dalam menggunakan jasa Trans Jogja sehingga dapat mempengaruhi minat beli konsumen dalam melakukan

- pembelian jasa tersebut.
3. *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini terbukti berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan *Service Quality* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,145 dengan nilai signifikan sebesar $0,028 < 0,050$. Artinya kualitas layanan mengacu pada upaya menanggapi kebutuhan pelanggan dengan layanan yang diberikan Trans Jogja membuat konsumen tertarik untuk melakukan keputusan pembelian pada Jasa Trans Jogja.
 4. *Facilities* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini terbukti berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,171 dengan nilai signifikansu sebesar $0,111 > 0,50$. Hal ini dikarenakan masih ada fasilitas yang belum memadai dari Trans Jogja karena fasilitas yang baik akan memberikan rasa nyaman sehingga membuat konsumen melakukan keputusan pembelian pada Jasa Trans Jogja.
 5. Minat Beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini terbukti berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,739 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,50$. Artinya jika konsumen merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat membeli, dan sebaliknya ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat. Kualitas dan fasilitas Trans Jogja yang semakin baik yang akhirnya membuat konsumen berminat dan memutuskan untuk membeli Jasa Trans Jogja.
 6. *Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai variabel intervening berpengaruh positif. Berdasarkan hasil uji sobel test menunjukkan nilai *One-Tailed Probability* sebesar 0,005439 yang berarti $0,05$ dan nilai sobel test $2,5465 > 1,96$.
 7. *Facilities* terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai variabel intervening berpengaruh positif. Berdasarkan hasil uji sobel test menunjukkan nilai nilai *One-Tailed Probability* sebesar 0,00000646 yang berarti $< 0,05$ dan nilai Sobel Test $4,361555 > 1,96$.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldi, M. R. H., A., L. T., & Ikaputra. (2019). Pendahuluan Kajian Teori Metode. *FISIP UNDIP*, 17, 115-126.
- Amrullah, Siburian, P. S., & ZA, S. Z. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Kinerja : Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 13(2), 99-118.
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Min at Beli Jasa Go-Jek. *Widyakala Journal*, 3(2012), 49. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v3i0.24>
- Arikunto, S. (2010). *No Title* (Edisi Revi). PT Rineka Cipta.
- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604-630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Darmawan, D. (2019). Jurnal Chemical Information. *Journal of Chemical Information and*

Modeling, 53(9), 1689–1699.

- Eva. (2007). ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Pengguna Telepon Seluler Merek Sony Ericson di Kota Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 6(3), 261–276. <https://doi.org/10.14710/jspi.v6i3.261-276>
- Faradisa, I., Budi, L., & Minarsih, M. M. (2016). Analisis pengaruh variasi produk, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen pada Indonesian coffeeshop Semarang (ICOS CAFE). *Journal of Management*, 2(2), 1–13.
- Hadani, A. L. (2008). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Empiris Pada Pt. Sriwijaya Air Distrik Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 8(3), 241–275.
- Kalra, A., & Goodstein, R. C. (1998). The impact of advertising positioning strategies on consumer price sensitivity. *Journal of Marketing Research*, 35(2), 210–224. <https://doi.org/10.2307/3151849>
- Kresnaini, F. N. E. (2005). Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen dalam Melakukan Pembelian pada Rumah Makan di Kota Batu. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen. Volume 6. Nomer 3 Universitas Gajayana Malang*.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Erlangga.
- Kurniawan, G. P., Shalikhah, S. Z., Shofiati, H., Azizah, N. N., & Mochtar, M. (2021). Analisis Permasalahan Transportasi di Perkotaan: Studi Kasus pada Kawasan Perkotaan Yogyakarta. *Jurnal Tana Mana*, 2(1), 44–49. <https://doi.org/10.33648/jtm.v2i1.119>
- Malonda, A. D., & Stephen, S. E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D ' Stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(2), 395–409.
- Manoy, T. I., & Mananeke, L. (2021). the Influence of Product Quality and Service Quality Toward Purchase Decisions At Cv. Ake Maumbi. *J.J. Rotinsulu 314 Jurnal EMBA*, 9(4), 314–323.
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi Volume*, 7(2), 113–125.
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Yonita, H. L. (2022). Analisis Persepsi Harga , Lokasi , Fasilitas , dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditunggal Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM) - Partia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10, 391–402.
- Prabowo, F. I., Keke, Y., & Istidjab, B. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas

- Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Pt Sarana Bandar Logistik. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 75-82. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.2.75-82>
- Prakoso, B. S. E. (2019). Kajian Kualitas Pelayanan Trans Jogja di Beberapa Jalur di Kota Yogyakarta dan Sekitarnya Berdasarkan Persepsi Penumpang Imas Midita Putri. *Jurnal Bumi Indonesia*.
- Puspitadewi, M. A. W. S. N. W. S. (2022). HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DENGAN LOYALITAS PELANGGAN PADA NASABAH PT. "X" CABANG PAMOLOKAN SUMENEP. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 9(14), 96-107.
- Putra. (2014). No Title *血清及尿液特定蛋白检测在糖尿病肾病早期诊断中的意义*. 7, 219-232.
- Putra, G. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Survei pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi angkatan 2013 dan 2014 Universitas Brawijaya yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 48(1), 88103.
- Ramadoni, W. (2020). Pengaruh Promosi Ovo Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Pada Pengguna Ovo. *Ecopreneur*.12, 3(1). <https://doi.org/10.51804/econ12.v3i1.673>
- Romatua, D., & Nurlina. (2019a). Analisis Pengaruh Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Lapangan All Star Futsal Padang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699.
- Romatua, D., & Nurlina. (2019b). Analisis Pengaruh Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Lapangan All Star Futsal Padang. *Jurnal Akuntansi Barelang*, 53(9), 1689-1699. <http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/jab/article/view/1598>
- Sekaran, U. (2015). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Salemba Empat.
- Sofia & Nazaruddin. (2019). No Title. *Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Restoran KFC Cabang Khatib Sulaiman Padang*, 1-16.
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh brand ambassador, minat beli dan testimoni terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21-34.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tampubolo, B., & Purba, M. (2017). Influence of Brand Image and Quality Service Through the Buying Decision Against Interests Buy (Case Study On KASKUS). *Journal Economics Faculty, University of HKBP Nommensen*, 5(77037), 1-14.
- Taringan, B. I., Lapian, S. L. . J., & Tampenawas, J. L. . (2022). Pengaruh Diferensiasi Produk,

Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah

Volume 5 No 5 (2023) 2013-2021 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharaj.v5i5.2040

Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Saroha Di Kota Manado.
Jurnal Emba, 10(1), 491–499.

Tjoanoto, M. T., & Kunto, Y. S. (2013). Pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction di Restoran Jade Imperial. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(1), 1–9.

Wenas, R. S. (2016). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mobil Toyota Agya Pada Pt.Hasjrat Abadi Cabang Bitung. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(2), 154–163.

Yoestini, & Rahma, E. S. (2007). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Minat beli dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Telepon Seluler Merek Sony Ericson di Kota Semarang). In *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* (Vol. 6, Issue 3, pp. 261–276).

Zebua, Y. (2012). Pengaruh Budaya Kerja Dan Promosi Jabatan Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Pada Pt. Perkebunan Nusantara Iii Labuhan Haji Labuhanbatu Utara. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(2), 109–124.
<https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i2.1758>