



SJMB: *Scientific Journal of Management and Business*.  
Volume 4 Nomor 1 Tahun 2024 ; p-ISSN: 2776-009X ; online -ISSN: 2807-5897

Available online at <http://e-journal.uniflor.ac.id/index.php/sjmb>

Received: Februari 2024	Accepted: Maret 2024	Published : April 2024
-------------------------	----------------------	------------------------

## **Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Tiket**

Adelina Sofia Sila<sup>1</sup>, Lambertus Langga<sup>2</sup>, Maria Endang Jamu<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Flores

[adelinasofiasila28@gmail.com](mailto:adelinasofiasila28@gmail.com)

**Abstrak.** Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap keputusan pembelian tiket pada jasa transportasi PT Pelayaran Nasional Indonesia (PELNI) Cabang Ende. Penentuan sampel menggunakan metode accidental sampling dengan jumlah sampel sebanyak 98 orang. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara : observasi, wawancara, kuesioner, studi kepustakaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket pada jasa transportasi PT Pelayaran Nasional Indonesia (PELNI) Cabang Ende, (2) Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian tiket pada jasa transportasi PT Pelayaran Nasional Indonesia (PELNI) Cabang Ende, (3) Fasilitas memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian tiket pada jasa transportasi PT Pelayaran Nasional Indonesia (PELNI) Cabang Ende. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dalam Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pada Jasa Transportasi PT Pelayaran Nasional Indonesia (PELNI) Cabang Ende memiliki nilai sangat kecil 46,6%, sedangkan sisanya sebesar 54,4% hal ini dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian.

**Kata kunci:** : Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Keputusan Pembelian

**Abstract.** *The purpose of this study was to determine the effect of Price, Service Quality and Facilities on ticket purchasing decisions on transportation services for PT Pelayaran Nasional*

*Indonesia (PELNI) Ende Branch. Determination of the sample using accidental sampling method with a sample size of 98 people. Data collection techniques are carried out by means of: observation, interviews, questionnaires, literature studies. The results of this study indicate that: (1) Price has no effect on ticket purchasing decisions on transportation services of PT Pelayaran Nasional Indonesia (PELNI) Ende Branch, (2) Service Quality has an influence on ticket purchasing decisions on transportation services of PT Pelayaran Nasional Indonesia (PELNI) Ende Branch, (3) Facilities have an influence on ticket purchasing decisions on transportation services of PT Pelayaran Nasional Indonesia (PELNI) Ende Branch. The Coefficient of Determination (R<sup>2</sup>) in the Effect of Price, Service Quality and Facilities on Ticket Purchasing Decisions on Transportation Services of PT Pelayaran Nasional Indonesia (PELNI) Ende Branch has a very small value of 46.6%, while the remaining 54.4% is influenced by other variables that are not explained in the study.*

**Keywords:** *Price, Service Quality, Facilities, Purchasing Decisions*

## **I. PENDAHULUAN**

Transportasi laut menjadi sarana yang sangat penting dan strategis dalam memperlancar roda kehidupan bangsa dan negara yang mencakup semua sektor peran sebagai penunjang, pendorong, dan penggerak bagi pertumbuhan daerah dalam upaya peningkatan dan pemerataan pembangunan. Kebutuhan akan sarana transportasi laut yang mudah dan cepat menjadi sangat mendesak di Indonesia saat ini baik untuk angkutan orang maupun barang. Upaya yang diciptakan oleh perusahaan pelayaran nasional Indonesia harus dapat memberikan keminatan kepada penumpang sehingga penumpang tersebut mempunyai image atau pandangan positif terhadap perusahaan.

Harga berperan penting sebagai patokan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, hal ini membuat PT PELNI sebagai transportasi laut menawarkan pelayanan harga yang cukup terjangkau bagi masyarakat Indonesia di bandingkan dengan harga transportasi udara. Sebagai pelayanan tiket, pelayaran nasional Indonesia harus memiliki pelayanan yang baik untuk di berikan apakah sesuai harapan konsumen ataukah tidak. Kualitas pelayanan dapat meningkatkan keputusan dalam pembelian tiket, setiap perusahaan yang bergerak dibidang industri jasa transportasi laut harus mampu menggunakan berbagai cara agar dapat menarik pelanggan. Kualitas pelayanan, yang perlu dilakukan oleh perusahaan untuk menarik perhatian para pelanggan dengan cara mampu menanggapi keluhan maupun saran yang diberikan pelanggan, memberikan pelayanan sesuai dengan prosedur yang di

janjikan dengan menghindari kesalahan-kesalahan yang fatal, memberikan jaminan dalam hal metode pembayaran maupun privasi pelanggan, dan penampilan pegawai yang di jaga kesopanan. Selain faktor harga dan kualitas pelayan, yang dapat memenuhi keputusan pembelian adalah faktor fasilitas, dengan meningkatkan fasilitas peralatan dan sarana yang memadai agar pelayanan yang diberikan dapat semaksimal mungkin, pihak perusahaan perlu memberikan pelayanan sesuai dengan fasilitas yang dibutuhkan.

Perbandingan antara harga jasa kapal pelni dengan harga jasa PT pelindo yang mendistribusikan KM Ferry, KM Ferry cenderung Harganya lebih murah dan perjalanan kapalnya sangat cepat, dikadangkan tujuannya searah dan kapal ini selain memuat penumpang akan tetapi mereka juga memuat barang seperti, mobil, dan lainnya. Fenomena yang terjadi diatas, membuat para penumpang merasa berpikir panjang untuk keputusan dalam pembelian ticket. Keputusan pembelian konsumen itu tergantung dengan strategi penjualan perusahaan yang baik maka akan menimbulkan keputusan pembelian terhadap produk atau jasa.

## **II. TINJAUAN PUSTAKA**

### **Harga**

Riyono & Budiharja (2017) mendefinisikan harga adalah jumlah uang yang harus di bayar pelanggan untuk produk itu, sejumlah uang yang di bebaskan atas suatu barang atau jasa jumlah dari nilai uang yang di tukar konsumen-kosumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau sebuah jasa.

### **Kualitas Pelayanan**

Iskandar & Nasution (2019) Kualitas merupakan suatu kondisi di namis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, kualitas pelayan adalah fokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampainya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

### **Fasilitas**

Sulistiono (2019) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kebutuhan kepada para konsumen dalam pembelian tiket, sehingga pada saat pembelian tiket para konsumen meras nyaman dan terpenuhi. Fasilitas merupakan sarana yang terlibat untuk memperlancar upaya perusahaan dalam menawarkan

produk atau jasanya.

### **Pengembangan Hipotesis**

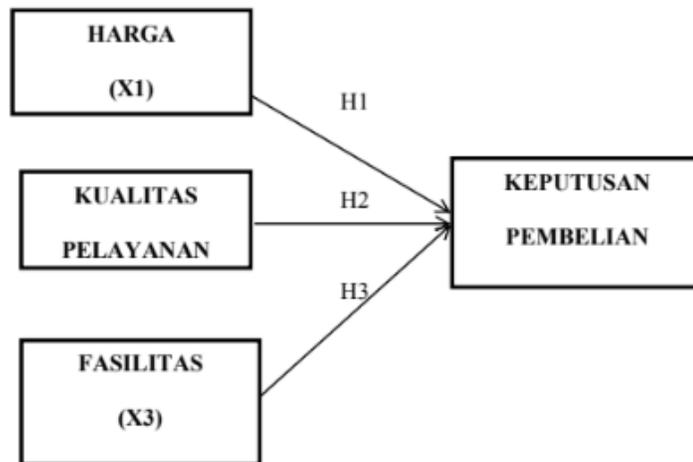
H1 : Diduga harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian

H2 : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian

H3 : Diduga fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian

### **Kerangka Pemikiran**

Keputusan pembelian sangat penting artinya bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan usahanya maupun kelangsungan kegiatan usahanya. Keputusan pembelian dapat terwujud apabila harga yang terjangkau, fasilitas yang digunakan, dan kualitas pelayanan yang dirasakan atau setidaknya hampir sama dengan apa yang konsumen harapkan dalam menggunakan jasa dari penyedia jasa. Untuk mewujudkan hal tersebut maka pihak perusahaan harus tahu apa saja yang di anggap penting oleh konsumen dan pimpinan harus berusaha untuk menghasilkan performance sebaik mungkin sehingga konsumen akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Pelayanan harga, fasilitas dan kualitas pelayanan pada jasa transportasi PT PELNI adalah syarat utama untuk mencitakan kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian kerangka pemikiran di atas, maka akan di gambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:



**Gambar 1**

### **Kerangka Pemikiran**

## **III. METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan pendekatan

kuantitatif. Lokasi dalam penelitian ini dilakukan di PT Pelayaran Nasional Indonesia (PELNI) Cabang Ende. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para konsumen PT PELNI Cabang Ende yang melakukan pembelian tiket. Teknik sampel menggunakan metode *Non Probability Sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian berjumlah 98 responden. Penelitian ini Menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, kuesioner, dan studi kepustakaan. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda.

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Hasil Penelitian

##### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi adalah model yang digunakan untuk menganalisis pengaruh dari variabel independen terhadap satu variabel dependen. Sedangkan analisis regresi berganda digunakan jika variabel independen yang digunakan lebih dari satu. Dalam penelitian ini, analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (independent) yaitu: Harga (X1), Kualitas pelayanan (X2), Fasilitas (X3) terhadap variabel terikat (dependent) keputusan pembelian (Y) di PT PELNI Cabang Ende. Hasil Pengujian Regresi Linear berganda dapat disajikan pada tabel dibawah ini pada tabel berikut ini:

**Tabel 1**  
**Regresi Linear Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.946	1.347		4.415	.000
1 Harga (X1)	-.108	.068	-.139	-1.582	.117
Kualitas Pelayanan (X2)	.101	.028	.336	3.534	.001
Fasilitas (X3)	.507	.085	.522	5.988	.000

**Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)**

**Sumber: data diolah**

Dari hasil analisis regresi dapat diketahui Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

$$\text{Keputusan Pembelian} = \alpha + 5,946 - 0,108 X_1 + 0,101 X_2 + 0,507 X_3 + \varepsilon$$

Dari persamaan regresi linear berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai Konstanta sebesar 5,946, hal ini mengindikasikan bahwa apabila variabel Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas tidak mengalami perubahan atau sama dengan konstan (0) maka Keputusan pembeliandi PT PELNI Cabang Endemempunyai nilai sebesar 5,946.
2. Nilai koefisien regresi variabel Harga (X1) bernilai negatif sebesar -108. Hal ini mengindikasikan bahwa jika Variabel Harga meningkat satu satuan kearah negatif dengan catatan variabel Kualitas Pelayanan (X2) dan Fasilitas (X3), dianggap konstan (0) maka akan meningkatkan Keputusan pembelian di PT PELNI Cabang Ende sebesar 0,108 satuan atau sebesar 10,8%.
3. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X2) bernilai positi sebesar 0,101. Hal ini mengindikasikan bahwa jika variabel Kualitas pelayanan meningkat satu- satuan dengan catatan variabel Harga (X1) dan Fasilitas (X3), dianggap konstan (0) maka akan meningkatkan Keputusan pembelian di PT PENI Cabang Ende sebesar 0,101 satuan atau 10,1%.
4. Nilai koefisien regresi variabel Fasilitas (X3) bernilai Positif sebesar 0,507. Hal ini mengindikasikan bahwa jika variabel Fasilitas meningkat satu- satuan dengan catatan variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2), dianggap konstan (0) maka akan meningkatkan Keputusan pembelian di PT PELNI Cabang Ende sebesar 0,507 satuan atau 50,7%.

## Uji T

Uji Hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengetahui seberapa besar Pengaruh variabel Bebas terhadap variabel terikat. Hasil Uji statistic t dalam penelitian ini dapat disajikan pada tabel di bawah ini;

**Tabel 2**  
**Hasil Uji T**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.946	1.347		4.415	.000
Harga (X1)	-.108	.068	-.139	-1.582	.117
1 Kualitas	.101	.028	.336	3.534	.001

Pelayanan (X2)					
Fasilitas (X3)	.507	.085	.522	5.988	.000
<b>Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)</b>					

**Sumber: data diolah**

Berdasarkan tabel 4.12 Diatas, maka dapat dijelaskan bahwa;

1. Hipotesis Pertama. Hasil uji regresi variabel Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian di PT PELNI Ende (Y), Nilai t hitung adalah sebesar 1,582 jika dibandingkan dengan nilai t tabel pada tingkat signifikansi 0,05, yaitu sebesar 1,985, maka t hitung lebih besar daripada t tabel ( $1,582 < 1,984$ ), dan memiliki nilai signifikansi  $0,117 > 0,05$  sehingga H1 diterima dan H0 ditolak atau variabel Harga(X1) Tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di PT PELNI Ende (Y). Sehingga diperoleh kesimpulan hasil uji hipotesis di Tolak.
2. Hipotesis Kedua. Hasil uji regresi variabel Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Keputusan Pembelian di PT PELNI Ende (Y), Nilai t hitung adalah sebesar 3,534 jika dibandingkan dengan nilai t tabel pada tingkat signifikansi 0,05, yaitu sebesar 1,985, maka t hitung lebih besar daripada t tabel ( $3,534 > 1,984$ ), dan memiliki nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  sehingga H0 diterima dan H1 ditolak atau variabel Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di PT PELNI Ende (Y). Sehingga diperoleh kesimpulan hasil uji hipotesis di Terima.
3. Hipotesis Ketiga Hasil uji regresi variabel Fasilitas (X3) terhadap Keputusan Pembelian di PT PELNI Ende (Y), Nilai t hitung adalah sebesar 5,988 jika dibandingkan dengan nilai t tabel pada tingkat signifikansi 0,05, yaitu sebesar 1,985, maka t hitung lebih besar daripada t tabel ( $5,988 > 1,984$ ), dan memiliki nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga H0 diterima dan H1 ditolak atau variabel Fasilitas (X3) berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di PT PELNI Ende (Y). Sehingga diperoleh kesimpulan hasil uji hipotesis di Terima.

### **Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi (R) pada intinya mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Hasil uji koefisien determinasi pada penelitian ini dapat disajikan pada tabel dibawah ini;

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.695 <sup>a</sup>	.482	.466	1.704
Predictors: (Constant), Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Fasilitas (X3)				
Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)				

**Sumber: data diolah**

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang dinyatakan dengan nilai Adjusted R Square sebesar 0,466 atau 46,6% artinya bahwa Keputusan Pembelian di PT PELNI Ende di pengaruhi oleh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas sebesar 46,6% sedangkan sisanya sebesar 54,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak di teliti.

### **Pembahasan**

#### **Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Tiket di PT PELNI Ende**

Hasil uji regresi variabel Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian di PT PELNI Ende (Y), Nilai t hitung adalah sebesar 1,582 jika dibandingkan dengan nilai t tabel pada tingkat signifikansi 0,05, yaitu sebesar 1,985, maka t hitung lebih besar daripada t tabel ( $1,582 < 1,984$ ), dan memiliki nilai signifikansi  $0,117 > 0,05$  sehingga H1 diterima dan H0 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X1) Tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di PT PELNI Ende (Y). Fenomena hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tiket tidak menjadi salah satu Keputusan Pembelian Pelanggan di PT PELNI Ende hal ini disebabkan karena Penumpang merasa bahwa harga yang diberikan oleh PT PELNI Ende sesuai dengan harga yang ditetapkan oleh Perusahaan. Proses itu dimulai dengan perkiraan biaya, perkiraan kerugian, dan menggolongkan biaya itu di antara berbagai kelas. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh, (Sitanggang, 2017), (Firdaus, 2018).

#### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Tiket di PT PELNI Ende**

Hasil uji regresi variabel Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Keputusan Pembelian di PT PELNI Ende (Y), Nilai t hitung adalah sebesar 3,534 jika dibandingkan dengan nilai t tabel pada tingkat signifikansi 0,05, yaitu sebesar 1,985, maka  $t_{hitung}$  lebih besar daripada t tabel ( $3,534 > 1,984$ ), dan memiliki nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  sehingga H0 diterima

dan H1 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di PT PELNI Ende (Y). Hasil analisis ini senada dengan realita yang terjadi di PT PELNI Ende, dimana dalam melayani pelanggan, Karyawan PT PELNI Ende selalu memberikan dan bersikap profesional dalam melayani penumpang yang sama tanpa memandang status dan jabatan maupun menangani masalah pelayanan penumpang sesuai dengan apa yang diinginkan penumpang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pramono, 2019), (Shamir, 2020), (Rizdiyanti, 2022), dan (Harras, 2018).

### **Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian Tiket di PT PELNI Ende**

Hasil uji regresi variabel Fasilitas (X3) terhadap Keputusan Pembelian di PT PELNI Ende (Y), Nilai t hitung adalah sebesar 5,988 jika dibandingkan dengan nilai t tabel pada tingkat signifikansi 0,05, yaitu sebesar 1,985, maka thitung lebih besar daripada t tabel ( $5,988 > 1,984$ ), dan memiliki nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga H0 diterima dan H1 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Fasilitas (X3) berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di PT PELNI Ende (Y). disediakan di PT PELNI Ende terdiri dari tersedianya tempat parkir yang memadai yang bertujuan untuk mempermudah Penumpang memarkir kendaraanya, selain itu terdapat ruang tunggu yang dilengkapi dengan Televisi maupun Wifi bagi para penumpang yang ingin mengakses internet dengan tujuan agar para penumpang yang hendak membeli tiket di PT PELNI Ende, Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Gama, 2017), (Ramdani, 2020), (Gunawan, 2020), dan (Adawia, 2017).

## **V. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, adapun kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga secara persial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Tiket di PT PELNI Ende, hal ini disebabkan karena Pelanggan merasa bahwa harga yang diberikan oleh PT PELNI Ende sesuai dengan harga yang ditetapkan oleh Perusahaan.
2. Kualitas Pelayanan secara persial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Tiket di PT PELNI Ende, Hasil tersebut memberikan makna bahwa semakin tinggi Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh PT PELNI Ende maka akan semakin

meningkatkan Keputusan Pembelian tiket di PT PELNI Ende.

3. Fasilitas secara persial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Tiket di PT PELNI Ende, hasil tersebut memberikan makna bahwa semakin baik Fasilitas di PT PELNI Ende maka akan semakin meningkatkan Keputusan Pembelian tiket pada PT PELNI Ende.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka penulis mengajukan beberapa saran sebagai berikut

1. Bagi PT. PELNI. Hendaknya lebih memperhatikan penetapan Harga, Pelayanan dan Fasilitas yang akan diperoleh penumpang, agar penumpang merasakan manfaat yang diberikan. Penetapan harga yang terjangkau tidak mengurangi tingkat pelayanan yang diterima penumpang. Dengan lebih meningkatkan pelayanan dengan cara meningkatkan kemampuan pegawai dalam melayani kebutuhan konsumen terkait keamanan, keselamatan, kenyamanan, ketepatan waktu dan perlindungan konsumen sehingga konsumen merasa puas menggunakan transportasi laut PT. PELNI. Perusahaan juga perlu menyediakan fasilitas penjualan melalui media e-ticket/online tiket agar mempermudah penumpang untuk membeli tiket selain harus menuju PT Pelni, sehingga penumpang merasa puas menggunakan transportasi laut PT. PELNI membeli tiket selain harus menuju ke kantor.
2. Bagi Penumpang. Sebaiknya dalam melakukan pembelian tiket PT. PELNI, penumpang tidak memandang negatif pada keberangkatan kapal melainkan melihat juga dari faktor perbaikan kualitas pelayanan yang terus dilakukan PT. PELNI, sehingga konsumen merasakan perasaan yang tenang dan nyaman selama keberangkatan.
3. Bagi Peneliti selanjutnya. Diharapkan dapat terus memperdalam dan mengaplikasikan teori pemasaran dengan menambah variabel-variabel yang belum diteliti dalam penelitian ini, misalnya mengenai kepuasan konsumen.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Adawia, P. R., Azizah, A., & Endriastuty, Y. (2017). Kepuasan Konsumen Kereta Api Commuter Line ( Studi Kasus Commuter Line Arah Cikarang Ke Jakarta Kota ). Jurnal Manajemen

- Pemasaran, 2(2), 87–95.
- Amron, A. D. T. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Distribusi Terhadap Loyalitas Konsumen Handphone Samsung Di Semarang . Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro , 1(69), 5–24.
- Anastas, F. (2018). FARAH ANASTASIA 8215112363 Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi.
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga. Jurnal Widyakala 3(2012), 49–64.
- Arikunto, S. (2017). Pengembangan Instrumen Penelitian Dan Penilaian Program. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Darmanto, R. F., & Ariyanti, A. (2020). Peranan Kualitas Pelayanan, Harga Dan Suasana Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Bakso Boedjangan Bintara. Jurnal Pengembangan Wiraswasta, 22(01), 71.
- Ferdinand, A. (2018). Keunggulan Diferensiasif. In Fakultas Ekonomi universitas di ponegoro (Vol. 12, pp. 1–15).
- Firdaus. (2018). Keputusan Pengguna Jasa Pengiriman Paket Di Kantor Pos Jakarta Selatan. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis 1–8.
- Gama, A. W. S. (2017). Pengaruh Lokasi, Fasilitas, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Manajemen, 11(1), 22–30.
- Ghozali, I. (2017). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS.
- Gunawan, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Express Bahari Di Kabupaten Sumenep. Jurnal Management And Bussiness Strategy, 1(2),38-43.
- Hadju, H. Z., & Sitohang, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Transportasi PT.Pelni Surabaya. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM), 9(8), 1–18.  
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3469>
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 18(1), 61-72. <https://doi.org/1030596/jimb.v.18i.1098>
- Harfika, J., dan, & Abdullah, N. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya. Balance, XIV(1), 44–56.
- Harras, H. (2018). Pengaruh strategi harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

- tiket maskapai penerbangan citilink di bandara soeta jakarta. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 147–156.
- Hasbiyadi, Mursalim, Suartini, Djunaid, S., & Masrum, A.A. (2017) Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Villa Semata Sejahtera. *Jurnal Ilmiah Boganya (Manajemen & Akuntansi)*, Xxii, 57-64
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian rumah makan Koki Jody di Magelang. *Jurnal Ilmu Manajemem*, 17(2), 95–105.
- Irawan, D. (2019). Analisis Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Mebel Karya Mandiri Kabupaten Pringsewu). Lampung: Skripsi UIN Raden Intan., 68.
- Kotler, P., & Armstrong, G.M. 2017. *Principles Of Marketing United Kingdom*: Pearson Iskandar, D., & Nasution, M. I. B. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada SNK © 2019 Published by UMSU (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU). *Jurnal Kewirausahaan*, 1(1), 128–137.
- Laksana, A. J., & Srisantyorini, T. (2020). Analisis Risiko Musculoskeletal Disorders (MSDs) pada Operator Pengelasan (Welding) Bagian Manufakturing di PT X Tahun 2019. *Jurnal Kajian Dan Pengembangan Kesehatan Masyarakat*, 1(1), 64–73.
- M. Rhendria Dinawan. (2018). ( Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang ).
- Nurani, V. P. C., & Suwitho. (2018). Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Garuda Indonesia. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(7), 1–16.
- Nurlela, S F. F. (2022). Pengaruh Harga Tiket Dan Kualitas Pelayanan Cabin Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Jasa Maskapai Garuda. *Jurnal Manajemen*, 1(2), 146–151. <https://doi.org/10.55123/mamen.v1i2.200>
- Nurmadina. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Online. *Intekna*, 16(1), 82–93.
- Pramono, W. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Lion Air. *Jurnal Manajemen Bisnis* 7(2).
- Priyanto, R. (2017). pengaruh customer value, promosi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian di eiger store purwokerto. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.

- Ramdani, D. (2020). Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Menggunakan Transportasi Udara. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 45–56.
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*, 8(2), 92–121.
- Rizdiyanti, E., Sucipto, H., & Aisyah, N. (2022). Analisis Pengaruh Harga Tiket , Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Desa Wisata Hutan Mangrove Pandansari Brebes. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 4864–4874.
- Setyaji, D. I., & Ngatno. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Pelanggan Go- Jek di Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 349–358.  
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/13566>
- Shamir, H, S. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Penerbangan Pada Pt Atsc Trophy Tour Medan. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 2(2), 124–133.
- Sitanggang, B. H. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Pada Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Pada Bisnis Online Pt. Mmbc Tur Dan Travel Friendly Bakhtiar Hussein Sitanggang.
- Subekti, S. (2017). Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Membeli Tiket Maskapai Penerbangan Lion Air Rute Lampung-Jakarta The Effect of Promotion and Price on Decision to Purchase Lion Air Ticket Lampung Jakarta Route. 123–140.
- Sulistiono, A. B. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap. Universitas Diponegoro.
- Sunarto, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Kerajinan Kulit Kartika Magetan. *EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 3(2), 191–205. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v3i2.668>
- Wiratna, S., & Lila, U. R. (2017). Analisis Dampak Pembiayaan Dana Bergulir KUR (Kredit Usaha Rakyat) Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 22(1), 11–25.
- Yulita Tutoq, S. 1Mahasiswa. (2021). Quality , Purchasing Decisions. *Manajemen*.