



Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Melalui Traveloka (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Tahun Angkatan 2018)

Ahmad Khoirurozikin*

Muhammad Mansur**

Budi Wahono***

ahmadkhoirurozikin1@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

The purpose of this study is to test the influence of service quality, price and lifestyle on airfare purchasing decisions through Traveloka case study on students of the Faculty of Economics and Business of the Islamic University of Malang Year 2018. This study used the Malhotra formula to determine the number of samples so that 85 samples were obtained. Sampling techniques using accidental sampling methods obtained samples as many as 85 respondents. The data collection method in this study used questionnaires, data analysis techniques in this study using multiple linear regression analysis. The results showed that the quality of service, price and lifestyle simultaneously influenced the decision to purchase air tickets through Traveloka in students of the Faculty of Economics and Business of the Islamic University of Malang in 2018. In this study also showed that partially the quality of service, price and lifestyle influences the decision to buy air tickets through Traveloka on students of the Faculty of Economics and Business of the Islamic University of Malang in 2018.

Keywords: *quality of service, price, lifestyle, purchasing decision.*

Latar Belakang

Traveloka merupakan situs pencarian tiket pesawat ternama yang berasal dari Indonesia dengan lebih dari seratus ribu rute penerbangan domestik dan mancanegara, Traveloka dapat diakses melalui *smartphone* dan laptop. Traveloka didirikan oleh Ferry Unardi, Derianto Kusuma, dan Albert Zhang pada tahun 2012. Tidak hanya melayani pembelian tiket pesawat, Traveloka juga melayani *booking* hotel, pembelian tiket kereta api, pembelian tiket *travel*, pembelian tiket bioskop secara *online* serta melayani pembayaran berbagai macam tagihan rumah tangga bahkan melayani investasi emas secara *online*. Aplikasi Traveloka menjadi yang paling banyak diminati oleh konsumen dan ingin digunakan di masa mendatang, aplikasi Traveloka juga menjadi aplikasi yang memiliki nilai *top awareness*, *top of mind* dan *future intention* yang lebih unggul di dibandingkan kompetitornya. Selain itu, Traveloka menjadi perusahaan unicorn ketiga di Indonesia setelah Gojek dan Tokopedia. *Unicorn* adalah sebuah perusahaan startup yang memiliki valuasi nilai hingga US\$ 1 miliar. Traveloka memudahkan konsumen untuk mengakses informasi tiket pesawat yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Harga tiket pesawat yang ditampilkan di Traveloka transparan dan tanpa biaya tambahan.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan, harga dan gaya hidup secara simultan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat melalui Traveloka?
2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat melalui Traveloka?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian tiket pesawat melalui Traveloka?
4. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian tiket pesawat melalui Traveloka?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, harga dan gaya hidup secara simultan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat melalui Traveloka.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat melalui Traveloka.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian tiket pesawat melalui Traveloka.
4. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian tiket pesawat melalui Traveloka.

Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis
Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis mengenai ilmu manajemen pemasaran khususnya mengenai topik yang berkaitan dengan kualitas layanan, harga dan gaya hidup konsumen.
2. Bagi perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi
Hasil penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan informasi tentang perkembangan ilmu teknologi yang semakin mengarah ke digitalisasi terutama di bidang manajemen pemasaran yang semakin kompleks, sehingga dapat dimanfaatkan oleh pelaku bisnis untuk meningkatkan penjualan produk yang ditawarkan.
3. Bagi peneliti selanjutnya
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi kepada peneliti selanjutnya tentang pengaruh kualitas layanan, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian tiket pesawat melalui Traveloka. Harapan lain demi terciptanya penelitian baru sebagai lanjutan teori dan referensi dimasa yang akan mendatang.

Tinjauan Teori

Hasil Penelitian Terdahulu

Arjuna (2019) pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian tiket pesawat melalui situs Traveloka (Studi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan promosi secara parsial dan simultan berpengaruh secara terhadap keputusan pembelian tiket pesawat melalui situs Traveloka di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara

Kenny (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Melalui Tiket.com. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat melalui Tiket.com. Namun promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Giovinda, Ridwan dan Pusporini (2020) Analisis Pengaruh Harga, Promosi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiket.com. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pada Tiket.com, sedangkan gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pada Tiket.com.

Hadju dan Sitohang (2020) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Transportasi PT. Pelni Surabaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan fasilitas secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket kapal pada PT. Pelni Surabaya.

Rahmadanni, Nuringwahyu dan Hardati (2021) Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online di Situs Traveloka.com. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan dan parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat melalui situs Traveloka.

Tinjauan Teori

Menurut Tjiptono (2019) kualitas layanan merupakan keadaan dinamis yang erat kaitannya dengan produk, jasa dan sumber daya manusia. Serta proses dan lingkungan yang setidaknya memenuhi atau bahkan melebihi kualitas layanan yang diharapkan. Kualitas layanan merupakan salah satu ujung tombak perusahaan untuk memenangkan persaingan bisnis. Untuk itu kualitas layanan merupakan salah satu hal yang penting untuk ditingkatkan agar standar pelayanan di dalam perusahaan dapat tercapai, sehingga dapat diterima dengan baik oleh konsumen.

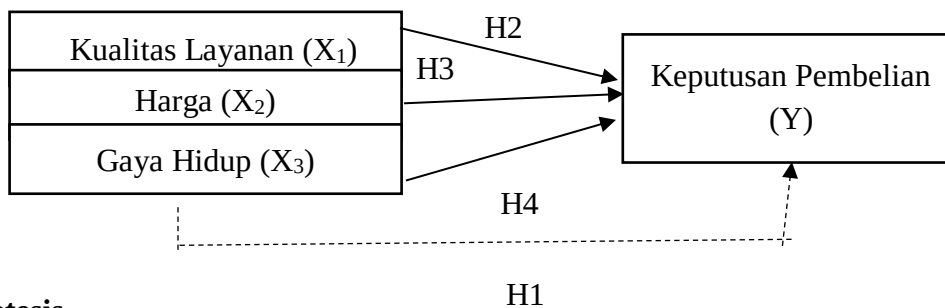
Menurut Tjiptono (2019) bahwa dari sudut pandang konsumen, harga sering digunakan sebagai indikator nilai hubungan antara harga dan manfaat yang dirasakan dari suatu barang dan jasa. Harga merupakan salah satu unsur dalam bauran pemasaran yang memberikan pemasukan bagi perusahaan. Harga dari suatu barang akan dapat menentukan kualitas dari suatu barang. Hal ini terbukti karena pada umumnya barang yang mempunyai harga mahal dapat menunjukkan bahwa kualitas barang tersebut lebih baik.

Menurut Mowen dan Minor (2018) gaya hidup atau perilaku konsumen dapat diukur dari aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup konsumen merupakan faktor pribadi yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan. Dengan memahami keinginan dan gaya hidup pelanggan dapat mempermudah perusahaan untuk menemukan ide untuk memengaruhi pelanggan dalam melakukan keputusan pembelian. Setiap perusahaan dituntut untuk selalu memahami kepentingan dan gaya hidup pelanggannya. Dari waktu ke waktu, gaya hidup individu dan kelompok masyarakat tertentu juga akan berubah secara dinamis.

Menurut Tjiptono (2019) keputusan pembelian adalah suatu proses dimana konsumen mengenali masalah, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu, dan secara hati-hati

mengevaluasi setiap alternatif yang dapat memecahkan masalah, yang kemudian mengarah pada keputusan pembelian. Dalam pengambilan keputusan, semua aspek dan kondisi yang berpengaruh terlibat dalam proses pengambilan keputusan konsumen, termasuk pengetahuan, makna, keyakinan yang dipicu oleh ingatan, dan proses perhatian dan pemahaman yang terlibat dalam menafsirkan informasi baru di lingkungan.

Kerangka Konseptual



Hipotesis

- H1: Kualitas layanan, harga dan gaya hidup berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian.
- H2: Kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
- H3: Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
- H4: Gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Metode Penelitian

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2014) bahwa populasi merupakan suatu wilayah dari objek atau subjek tertentu yang memiliki karakteristik yang dapat ditetapkan untuk dilakukan studi dan kemudian dapat ditarik kesimpulan dari penelitian yang. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang tahun angkatan 2018 yang pernah melakukan pembelian tiket pesawat melalui Traveloka. Dalam penarikan jumlah sampel, karena populasi nya tidak diketahui dengan pasti maka, rumus yang digunakan sesuai dengan teori Malhotra (2014) ukuran sampel yang diambil dapat ditentukan dengan mengalikan jumlah indikator dengan empat atau lima. Dalam penelitian ini terdapat 17 indikator, sehingga sehingga jumlah sampel yang di ambil dalam penelitian ini adalah 85 sampel.

Definisi Operasional Variabel

Variabel Bebas (X)

Menurut Sugiyono (2016) bahwa variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab berubahnya atau munculnya variabel terikat (*dependent variable*). Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu: kualitas layanan (X₁), harga (X₂) dan gaya hidup (X₃).

Kualitas Layanan (X1)

Menurut Tjiptono (2019) ada lima indikator utama kualitas pelayanan, yaitu sebagai berikut:

1. Berwujud (*tangible*)
2. Keandalan (*reliability*)
3. Empati (*emphaty*)
4. Ketanggapan (*responsiviness*)
5. Jaminan (*assurance*)

Harga (X2)

Menurut Kotler dan Keller (2012) terdapat empat indikator dalam menentukan harga, yaitu:

1. Keterjangkauan harga
2. Harga sesuai dengan kualitas produk
3. Kesesuaian harga dengan manfaat
4. Harga sesuai kapasitas atau daya saing harga

Gaya Hidup (X3)

Menurut Mowen dan Minor (2018) terdapat tiga indikator gaya hidup yaitu sebagai berikut:

1. *Activity* (Kegiatan)
2. *Interest* (Minat)
3. *Opinion* (Pendapat)

Variabel Dependen (Y)

Menurut Sugiyono (2016) bahwa variabel terikat (*Dependent variable*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi hasil, karena adanya pengaruh dari variabel bebas (*Independent variable*). Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu: keputusan pembelian (Y).

Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Kotler dan Keller (2012) terdapat empat indikator dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk atau jasa, yaitu:

1. Pengenalan masalah
2. Pencarian informasi
3. Evaluasi alternatif
4. Keputusan pembelian
5. Perilaku pasca pembelian

Metode Pengumpulan Data

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2016) data primer adalah data utama yang dianalisis dalam penelitian atau data yang diperoleh

langsung dari sampel penelitian berupa data yang berasal dari kuesioner yang dijawab oleh seluruh responden. Pengumpulan data primer dengan menyebarkan kuesioner responden. Kuesioner pada penelitian ini menggunakan skala likert.

Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu, uji instrumen yang terdiri dari uji instrument yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik terdiri dari uji heteroskedastisitas dan uji multikolinearitas, uji analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi (R^2) dan yang terakhir uji hipotesis yang terdiri dari uji f (simultan) dan uji t (parsial).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Karakteristik Responden

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dari total 85 responden diketahui sebanyak 39 responden berjenis kelamin laki-laki dan sebanyak 46 responden berjenis kelamin perempuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden pada penelitian ini mayoritasnya perempuan.

b. Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dari total 85 responden diketahui bahwa rentan usia 19 – 21 sebanyak 65 responden, usia 22 – 24 sebanyak 16 responden dan usia diatas 25 tahun sebanyak 4 responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden pada penelitian ini mayoritasnya berusia 19 – 21 tahun.

c. Berdasarkan Program Studi

Karakteristik responden berdasarkan usia dari total 85 responden diketahui sebanyak 51 responden berasal dari program studi manajemen, 22 responden dari akuntansi dan 12 responden dari perbankan syariah.

Hasil Analisis Data

a. Uji Validitas

Uji Validitas berguna untuk menunjukkan tingkat validitas setiap instrumen pada penelitian. Sebuah data penelitian dapat dikatakan valid jika apabila r hitung $>$ r tabel. Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan setiap instrument memiliki nilai r hitung $>$ r tabel sehingga semua instrumen dapat dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas diukur dengan *Cronbach Alpha* menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar $0,903 > 0,06$, variabel harga memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $0,892 > 0,06$, gaya hidup memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $0,808 > 0,06$ dan keputusan pembelian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $0,721 > 0,06$. Maka dapat diketahui setiap masing-masing variabel dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah sampel berdistribusi normal atau tidak. Jika nilai probabilitas (*asympt.sig*) > 0,05 maka data berdistribusi normal. Tetapi jika nilai (*asympt.sig*) < 0,05 maka data tidak normal. Hasil pengujian normalitas menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov* diperoleh nilai (*asympt.sig*) 0,157 > 0,05 sehingga data dapat dikatakan normal.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan metode *Glejser*. Hasil pengujian heteroskedastisitas diketahui bahwa variabel kualitas layanan memiliki nilai sebesar 0,055, harga sebesar 0,071, dan gaya hidup sebesar 0,389. Semua variabel memiliki nilai signifikansi > 0,05 Sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas pada penelitian ini.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah ada korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat. Variabel kualitas layanan memiliki nilai toleransi sebesar 0,799 dan nilai VIF 1,252. Variabel harga sebesar 0,726 dan nilai VIF 1,378. Variabel gaya hidup sebesar 0,763 dan nilai VIF 1,311. Hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa nilai toleransi ketiga variabel bebas lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10, sehingga tidak terjadi multikolinieritas pada penelitian ini.

Hasil Regresi Linear Berganda

Persamaan linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 16,758 + 0,222X_1 + 0,245X_2 + 0,245X_3 + e$$

- Artinya:
1. Nilai konstanta positif, hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel bebas memiliki nilai sama dengan nol, maka keputusan pembelian terhadap tiket pesawat melalui Traveloka di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Tahun Angkatan 2018 yaitu sebesar 16,758.
 2. Nilai koefisien variabel kualitas layanan memiliki nilai positif menunjukkan apabila kualitas layanan meningkat maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan.
 3. Nilai koefisien variabel harga memiliki nilai positif menunjukkan apabila harga meningkat maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan.
 4. Nilai koefisien gaya hidup memiliki nilai positif menunjukkan apabila gaya hidup meningkat maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan.

Uji Hipotesis

a. Uji F

Uji F memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan. Diperoleh hasil signifikansi sebesar 0,000 yang artinya bahwa nilai signifikansi $F < 0,05$ maka H_1 diterima. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh secara simultan kualitas layanan, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian tiket pesawat.

b. Uji t

Uji t (Parsial) digunakan untuk menguji secara parsial pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini terdapat tiga variabel bebas yaitu:

1. Variabel kualitas layanan

Nilai probabilitas signifikansi variabel kualitas layanan sebesar $0,006 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian tiket pesawat.

2. Variabel harga

Nilai probabilitas signifikansi variabel harga sebesar $0,009 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian tiket pesawat.

3. Variabel gaya hidup

Nilai t probabilitas signifikansi variabel gaya hidup sebesar $0,015 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian tiket pesawat.

Koefisien Determinasi R^2

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang ditunjukkan berdasarkan persentase. Hasil perhitungan yang telah dilakukan didapatkan hasil nilai *Adjusted R-square* sebesar 0.359 yang menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan, harga dan gaya hidup mampu mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 35,9%%. Sedangkan sisanya 64,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

Simpulan dan Saran**Simpulan**

1. Berdasarkan hasil uji F (Simultan) diketahui bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas layanan, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian tiket pesawat melalui Traveloka.
2. Berdasarkan hasil uji t (Parsial) diketahui bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket pesawat melalui Traveloka.
3. Berdasarkan hasil uji t (Parsial) diketahui bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket pesawat melalui Traveloka.
4. Berdasarkan hasil uji t (Parsial) diketahui bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket pesawat melalui Traveloka

Keterbatasan

1. Jumlah sampel dalam penelitian ini dibawah 100 karena jumlah mahasiswa yang membeli tiket pesawat melalui Traveloka tidak diketahui secara pasti, sesuai dengan rumus Malhotra sehingga diperoleh jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 85.
2. Penelitian ini hanya berfokus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang tahun Angkatan 2018.

Saran

1. Bagi perusahaan

Bagi perusahaan agar lebih meningkatkan kualitas dan kecepatan dalam memberikan pelayanan, membuat strategi harga yang menarik seperti memberi diskon, dan selalu memperhatikan perkembangan gaya hidup konsumen yang semakin dinamis dan menginginkan kemudahan dalam memperoleh produk atau jasa. Sehingga perusahaan dapat meningkatkan penjualan produk atau jasa yang ditawarkan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, agar menambah variabel bebas selain kualitas layanan, harga dan gaya hidup yang tentunya dapat mempengaruhi keputusan pembelian agar lebih melengkapi penelitian ini karena masih terdapat variabel bebas yang mungkin bisa mempengaruhi keputusan pembelian yang belum dijelaskan pada penelitian ini. Jika didalam penelitian ini terdapat banyak kekurangan diharapkan penelitian selanjutnya agar bisa memperbaiki dan lebih disempurnakan.

Daftar Pustaka

- Arjuna, Nia Siti. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Melalui Situs Traveloka (Studi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara)*. 1-104. <https://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle>
- Giovinda, F., Ridwan, H., dan Pusporini, P. (2020). *Analisis Pengaruh Harga, Promosi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiket.com*. Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar) 1(0),470–485. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/biema/article/view/887>
- Hadju, H. Z., dan 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>
- Kenny, Kenny. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Melalui Tiket.com*. 1-22. <http://repository.uib.ac.id/id/eprint/1554>
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- Malhotra, N. K. (2014). *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan* (Edisi 6). Jakarta: Indeks.
- Mowen, J., dan Minor, M. (2018). *Perilaku Konsumen Jilid 1* (Edisi 5). Jakarta: Erlangga.
- Rahmadanni, M., Nuringwahyu, S., dan Hardati, R. N. (2021). *Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online di Situs Traveloka.com*. JIAGABI, 10(1), 102–109.
- Sugiyono, S. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D*. Bandung: Alfabet.
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Andi.

Ahmad Khoiru Rozikin*) Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Muhammad Mansur) Dosen Pembimbing Utama**

Budi Wahono*) Dosen Pembimbing Pendamping**