

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DRIVER GO-JEK TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAAN LAYANAN GO-FOOD

Nama : Shasa Berlian Angraeni

Email: shashaberliananggraeni99@gmail.com

mithpsy@telkomuniversity.ac.id

<https://io.telkomuniversity.ac.id/>

Program Studi : Administrasi Bisnis, Universitas Telkom Bandung

Kontak Mahasiswi :085212395954

Dosen Pembimbing : Ibu Pramitha Aulia. M.Psi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan driver gojek terhadap keputusan pembelian layanan *Go-food* dikalangan mahasiswa jurusan Administrasi Bisnis, Universitas Telkom Bandung. Saya memilih objek penelitian ini karena menurut saya dengan adanya teknologi memudahkan masyarakat yang kurang mengerti dengan kemajuan teknologi yang ada menjadi mengerti dengan adanya aplikasi *Go-food*, sehingga mempermudah masyarakat dalam memesan makanan. Fenomena yang terjadi dalam penelitian ini adalah pelayanan yang diterima di *Go-food* sedikit kurang enak misal banyak *driver* minta *cancel* dengan alasan yang beragam yang membuat akun pelanggan diblokir sementara dan harus menunggu 1 jam, makin jarang ada promo, berbelanja memakai *gopay* disalah satu mitra, saldonya terpotong tapi transaksi gagal, biaya langganan *Paylater* yang semakin mahal, tidak mendapatkan *point* padahal melakukan transaksi diaplikasi gojek, nomor *driver* tidak bisa dihubungi, penanganan masalah lambat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan penelitian deskriptif dan kausal yang dilakukan dengan menyebarkan kuisioner sebanyak 30 orang mahasiswa dengan sampel 400 yang di deskripsikan menurut jenis kelamin, fakultas/jurusan, nim, dan umur. Penelitian ini menggunakan skala ordinal/likert dengan teknik analisis data deskriptif dan analisis regresi linear sederhana. Dengan menggunakan dua variabel, yaitu variabel kualitas pelayanan sebagai variabel independent (bebas) dengan menggunakan lima indikator penelitian, yaitu Keandalan (*Reliability*), Cepat Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Berwujud (*Tangible*). Dan variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel dependent (terikat) dengan menggunakan lima indikator penelitian yaitu Pengenalan Masalah (*Problem Recognition*), Pencarian Informasi (*Information Search*), Mengevaluasi Alternatif (*Evaluation of Alternative*), Perilaku setelah pembelian (*Post Purchase Behavior*). Persamaan regresi pada penelitian ini adalah $Y = 1,417 + 0,536 X$. Berdasarkan hasil analisis sederhana didapatkan korelasi yakni 0,558. Koefisien regresi tersebut bernilai positif yang berarti Kualitas Pelayanan *Driver Go-jek* memberikan pengaruh positif terhadap Proses Keputusan Pembelian Layanan *Go-Food* (semakin tinggi/kuat Kualitas pelayanan *Driver Go-jek*, maka semakin meningkat Proses Keputusan Pembelian Layanan *Go-Food*). Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan *Driver Go-jek* memberikan pengaruh sebesar 31,1 % terhadap Proses Keputusan Pembelian Layanan *Go-Food*, sedangkan sisanya sebesar 68,9 % Keputusan pembelian Layanan *Go-Food* dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Hubungan, Indikator dan Kuantitatif

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of the service quality of gojek drivers on purchasing decisions for Go-food services among students majoring in Business Administration, Telkom University Bandung. I chose the object of this research because in my opinion technology makes it easier for people who do not understand technological advances to understand. with the Go-food application, making it easier for people to order food. The phenomenon that occurs in this research is that the service received at Go-food is a little less pleasant, for example, many drivers ask to cancel for various reasons which cause the customer's account to be temporarily blocked and have to wait 1 hour, there are less and less promos, shopping using Go-Pay with one of the partners, The balance is cut but the transaction fails, Paylater subscription fees are increasingly expensive, do not get points even though the transaction is applied to Gojek, driver numbers cannot be contacted, problem handling is slow. This research uses quantitative methods with the aim of descriptive and causal research carried out by distributing 30

questionnaires students with a sample of 400 who were described according to gender, faculty / department, nim, and age. This study used an ordinal / Likert scale with descriptive data analysis techniques and simple linear regression analysis. By using two variables, namely the variable service quality as an independent variable (free) using five research indicators, namely Reliability (Reliability), Quick Response (Responsiveness), Guarantee (Assurance), Tangible (Tangible). And the variable of customer satisfaction as the dependent variable (dependent) using five research indicators, namely Problem Recognition, Information Search, Evaluation of Alternative, Post Purchase Behavior. The regression equation in this study is $Y = 1,417 + 0,536 X$. Based on the results of the simple analysis, the correlation is 0.558. The regression coefficient is positive, which means that the Go-jek Driver Service Quality has a positive influence on the Go-Food Service Purchase Decision Process (the higher / stronger the service quality of Go-jek Drivers, the more Go-Jek Service Purchase Decision Process will be increased). This shows that the Go-jek Driver Service Quality has an effect of 31.1% on the Go-Food Service Purchase Decision Process, while the remaining 68.9% The Go-Food Service Purchase Decision Process is influenced by other variables not examined.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Relationships, Indicators and Quantitative

PENDAHULUAN

Transportasi merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia karena transportasi berkontribusi besar pada kehidupan dalam kaitannya dengan aktivitas manusia sehari-hari. Kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat lebih banyak dan semakin beragam jenisnya. Untuk menunjang berbagai aktivitas tersebut, transportasi memainkan peranannya untuk menunjang kebutuhan perpindahan dari satu tempat ketempat lainnya. Adanya transportasi memudahkan masyarakat untuk mendatangi berbagai daerah baik dalam jarak dekat maupun dalam jarak jauh yang umumnya tidak dapat ditempuh dengan berjalan kaki.

Dengan meningkatnya mobilitas masyarakat di kota-kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, Medan, dan Makassar mengakibatkan kebutuhan akan kemudahan transportasi untuk menunjang kegiatan masyarakat. Dewasa ini setiap lapisan masyarakat baik para pekerja maupun para pelajar banyak mencari alternatif transportasi, dengan tujuan untuk menghindari kemacetan dan rasa capek karena rutinitas bertransportasi yang dilakukan setiap harinya.

Penggunaan internet tidak hanya terbatas pada pemanfaatan informasi yang dapat diakses melalui media ini, melainkan juga dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi perdagangan yaitu melalui *electronic commerce* atau yang lebih dikenal dengan *E-Commerce*. Salah satu perusahaan di Indonesia yang memanfaatkan *E-commerce* adalah perusahaan Go-jek

Go-food diluncurkan di Indonesia pada bulan Maret 2015, kini sudah memiliki 100 ribu merchant di 50 kota. Dari 100 ribu merchant itu 20% diantaranya tempat yang paling banyak di order merupakan franchise makanan.. Selain itu banyak mahasiswa/i serta pekerja yang menghabiskan waktu dalam menjalankan aktivitasnya sehingga malas untuk keluar membeli makanan dan menggunakan layanan Go-food di gojek online (Lumongga, 2018).

Berdasarkan riset Alvara, generasi milenial lebih menyukai untuk menggunakan layanan *Gofood* daripada *GrabFood*. Riset tersebut menyebutkan pada awal 2017, Grab hanya menguasai 30 persen pasar Indonesia, sementara Go-jek menguasai 58 persen pasar. Riset Alvara bertajuk 'Perilaku dan Preferensi Konsumen Milenial

Indonesia terhadap Aplikasi *e-Commerce* 2019' menyebut Go-jek unggul di layanan transportasi dan pemesanan makanan di kalangan millennial. Sekitar 70,4 persen generasi ini biasa menggunakan Go-jek, sementara 45,7 persen lainnya memilih Grab. Untuk layanan pesan antar makan, *Gofood* mendominasi pasar karena jauh lebih banyak digunakan oleh konsumen atau 71,7 persen. dibandingkan GrabFood 39,9 persen. Survei dilakukan kepada 1204 responden di Jabodetabek, Padang, Bali, Yogyakarta, dan Manado.

Konsumen adalah satu-satunya yang dapat menilai baik tidaknya kualitas pelayanan. Konsumen menilai pelayanan tersebut dengan cara membandingkan pelayanan yang mereka terima (*perception*) dengan pelayanan yang mereka harapkan (*expectation*)

Pada aplikasi *Play Store*, tercatat lebih dari 50 juta orang yang men-*download* aplikasi Gojek. *Rating* yang diperoleh secara keseluruhan adalah 4.3 dari skala tertinggi yaitu 5. Dari sekian banyak pelanggan yang memberikan *rating* tinggi, terdapat beberapa pelanggan yang memberikan penilaian negatif dengan memberikan *rating* 2 bahkan 1. Berikut beberapa keluhan dari pelanggan yang memberikan penilaian negatif :

1. Pelayanan yang diterima di *Go-Food* sedikit kurang enak. Misal banyak *driver* minta *cancel* dengan alasan beragam yang membuat akun pelanggan diblokir sementara dan harus menunggu 1 jam.
2. Makin jarang ada promo.
3. Berbelanja memakai *gopay* di salah satu mitra. Saldonya terpotong, tapi transaksi gagal.
4. Biaya langganan *paylater* yang semakin mahal.
5. Tidak mendapatkan *point* padahal melakukan transaksi di aplikasi gojek.
6. Nomer *driver* tidak bisa dihubungi.
7. Penanganan masalah lambat.

Menurut Lupiyadi (2014:217) terdapat lima dimensi pokok yang dikenal dengan SERVQUAL (*service quality*) yang digunakan oleh pelanggan untuk menilai status kualitas pelayanan, yaitu *Tangibles* (berwujud), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan) dan *Empaty* (empati).

Menurut Abdurrahman (2015:41) proses keputusan pembelian melalui 5 tahap yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku purna pembelian

PERUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana kualitas pelayanan *driver* Go-Jek dalam layanan *Go-Food* di Kota Bandung?
2. Bagaimana proses keputusan pembelian layanan *Go-Food* di Kota Bandung?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan *driver* GoJek terhadap proses keputusan pembelian layanan *Go-Food* di Kota Bandung?

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian survei yang merupakan salah satu bagian dari pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif karena teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis dengan menggunakan regresi linear sederhana. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang mendownload aplikasi *Go-food* di Kota Bandung yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

Sedangkan teknik sampling yang digunakan adalah salah satu teknik pada *Probability Sampling* yaitu *Simple Random Sampling*. Dalam menentukan ukuran sampel penelitian ini ditentukan dengan rumus Bernoulli dan didapatkan hasil sampel 400 responden. Teknik pengumpulan data. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan penelitian berupa kuisisioner ke responden. Tipe skala yang digunakan untuk mengukur kedua variabel pada penelitian ini adalah skala likert. Penggunaan skala likert pada penelitian ini dikarenakan peneliti ingin mengetahui jawaban setiap item instrumen yang mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif yang terdapat pada pertanyaan kuisisioner melalui skala likert.

Teknik pengolahan data melalui tahapan berikut :

Menurut Sugiyono (2015:137) data primer adalah Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang diberikan kepada responden yang merupakan konsumen Go-Food, yang terdiri dari identitas responden, serta tanggapan responden terhadap atribut penelitian. Kuesioner digunakan sebagai pengumpulan data primer dalam penelitian ini. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2015:142).

Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2017:137). Pada penelitian ini data sekunder diperoleh melalui berbagai sumber antara lain buku, jurnal, internet, hasil riset sebelumnya serta sumber informasi lainnya yang dianggap bermanfaat bagi peneliti

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan. Maka hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Hasil Uji Validitas Keualitas Pelayanan

Hasil Uji Validitas Variabel X(Kualitas Pelayanan)

No	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	0,435	0,374	Valid
2	0,945	0,374	Valid
3	0,929	0,374	Valid
4	0,945	0,374	Valid
5	0,435	0,374	Valid
6	0,945	0,374	Valid
7	0,929	0,374	Valid
8	0,945	0,374	Valid
9	0,713	0,374	Valid
10	0,939	0,374	Valid
11	0,945	0,374	Valid
12	0,933	0,374	Valid
13	0,945	0,374	Valid
14	0,650	0,374	Valid
15	0,945	0,374	Valid

16	0,933	0,374	Valid
17	0,865	0,374	Valid
18	0,865	0,374	Valid
19	0,891	0,374	Valid
20	0,933	0,374	Valid
21	0,867	0,374	Valid
22	0,822	0,374	Valid
23	0,933	0,374	Valid
24	0,945	0,374	Valid
25	0,632	0,374	Valid
26	0,879	0,374	Valid
27	0,838	0,374	Valid
28	0,836	0,374	Valid
29	0,910	0,374	Valid
30	0,894	0,374	Valid
31	0,870	0,374	Valid
32	0,784	0,374	Valid
33	0,784	0,374	Valid
34	0,632	0,374	Valid
35	0,879	0,374	Valid
36	0,863	0,374	Valid

Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	0,748	0,374	Valid
2	0,910	0,374	Valid
3	0,824	0,374	Valid
4	0,904	0,374	Valid
5	0,910	0,374	Valid
6	0,913	0,374	Valid
7	0,692	0,374	Valid
8	0,938	0,374	Valid
9	0,907	0,374	Valid
10	0,903	0,374	Valid
11	0,692	0,374	Valid
12	0,948	0,374	Valid

13	0,944	0,374	Valid
14	0,938	0,374	Valid
15	0,692	0,374	Valid
16	0,955	0,374	Valid
17	0,938	0,374	Valid
18	0,914	0,374	Valid
19	0,938	0,374	Valid
20	0,598	0,374	Valid
21	0,907	0,374	Valid
22	0,692	0,374	Valid
23	0,938	0,374	Valid
24	0,944	0,374	Valid
25	0,948	0,374	Valid
26	0,692	0,374	Valid
27	0,938	0,374	Valid
28	0,538	0,374	Valid
29	0,938	0,374	Valid
30	0,913	0,374	Valid
31	0,917	0,374	Valid
32	0,538	0,374	Valid
33	0,909	0,374	Valid
34	0,954	0,374	Valid
35	0,886	0,374	Valid
36	0,878	0,374	Valid
37	0,836	0,374	Valid
38	0,954	0,374	Valid
39	0,948	0,374	Valid

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		400
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.45634384
Most Extreme Differences	Absolute	.043
	Positive	.043
	Negative	-.028
Test Statistic		.043
Asymp. Sig. (2-tailed)		.073 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Analisis kenormalan berdasarkan metode *Kolmogorov-Smirnov* mensyaratkan kurva normal apabila nilai *Asymp.Sig.* berada di atas batas *maximum error*, yaitu 0,05. Adapun dalam analisis regresi, yang diuji kenormalan adalah residual atau variabel gangguan yang bersifat stokastik acak, maka data di atas dapat digunakan karena variabel residu berdistribusi normal

Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,417	.102		13,845	.000
Kualitas Pelayanan (X)	.536	.040	.558	13,415	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Adapun persamaan regresinya adalah :

$$Y = 1,417 + 0,536 X$$

Nilai 1,417 merupakan konstanta, artinya jika kualitas pelayanan(X) nilainya adalah 0, maka keputusan pembelian(Y) nilainya adalah sebesar 1,417. Sedangkan nilai koefisien arah regresi adalah positif yaitu sebesar 0,536, artinya jika ada penambahan satu nilai atau angka pada kualitas pelayanan(X) maka akan ada kenaikan pada variabel keputusan pembelian(Y+) sebesar 0,536.

Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Indrawati (2015:94) berpendapat bahwa hipotesis adalah sebuah Indikator sementara yang didapatkan dari teori yang dipakai sebagai dasar dari pembentukan model konseptual penelitian yang diperkirakan akan didukung oleh data empiris yang ada dalam penelitian.

Berikut adalah hasil Uji T yang digunakan :

H₀ : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan driver Go-Jek terhadap keputusan pembelian layanan Go-Food.

H₁ : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan driver Go-Jek terhadap keputusan pembelian Layanan Go-Food

Berdasarkan Tabel diatas diperoleh nilai t hitung sebesar 13,415. Karena nilai t hitung (13,415) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 (kurang dari 0,05), maka H₀ ditolak. Artinya, terdapat pengaruh kualitas pelayanan *driver* Go-Jek terhadap Proses keputusan pembelian layanan *Go-Food*.

Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.558 ^a	.311	.310	.47454

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X)

Nilai koefisien korelasi sebesar 0,558 dan nilai koefisien determinasi(R Square) sebesar 0,311 atau 31,1%. Angka ini diperoleh dengan cara mengkuadratkan koefisien korelasi (0,558 x 0,558) dan selanjutnya dikalikan dengan 100%. Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X)

menyumbangkan pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian(Y) sebesar 31,1%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 68,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Sehingga perhitungan dari data diatas menunjukkan bahwa antara kualitas pelayanan(X) dan keputusan pembelian (Y) memiliki hubungan yang positif dan signifikan.

KESIMPULAN

1. Kualitas Pelayanan *driver* Go-Jek di Kota Bandung berada pada kategori baik Hal ini berarti *driver* Go-Jek telah memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. *Driver* Go-Jek memiliki kualitas yang baik dalam memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga sesuai dengan keinginan pelanggan.
2. Proses Keputusan Pembelian layanan *Go-Food* di Kota Bandung berada pada kategori baik. Hal ini berarti pelanggan memiliki keputusan pembelian yang baik dengan mempertimbangkan kriteria dalam pemenuhan kebutuhannya.

SARAN

1. Memiliki peralatan pendukung yang lengkap supaya makanan terjaga dengan baik.
2. Memiliki peralatan yang bersih supaya makanan terjaga dengan baik.
3. Memakai jaket yang sesuai dengan peraturan mitra.
4. Berpenampilan rapih.
5. Mempertahankan harga tarif pemesanan yang murah pada aplikasi *go-food*.
6. Mengontrol *driver* layanan *Go-Food* mengantarkan pesanan sesuai titik lokasi pemesan. Dengan cara *driver go-food* melihat maps yang ada, apabila *driver* tidak dapat menemukan lokasi sesuai dengan titik pemesanan. *Driver go-food* langsung menghubungi konsumen untuk meminta alamat yang jelas untuk dapat menemukan titik lokasi pemesanan.
7. Bagi yang akan meneliti mengenai faktor-faktor yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian, dapat dilakukan dengan menambahkan variabel independen lainnya seperti kualitas produk, pengalaman pengguna, ataupun harga.
8. Kepada peneliti selanjutnya agar menggunakan metode analisis regresi linier berganda didukung dengan prasyarat analisis dan uji hipotesis untuk mengetahui pengaruh dari setiap sub variabel

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N.H., (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*, Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Alma, Buchari. (2015). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amrullah, dkk. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Volume 13, (2), 2016.
- Andryusalfikri. (2019). *Effect of Trust, Quality of Products and Quality Services on Purchase Decisions on E-Commerce Shopee in Palembang City*. International Journal of Management and Humanities (IJMH), ISSN: 2394-0913, Volume-3, Issue-12, August, 2019.
- Anggita, Rizza. (2017). *The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District)*. Scholars Middle East Publishers, ISSN 2412-897X.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Daulay, Nurjannah. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Ayam Penyet Surabaya Jl. Dr. Mansyur Medan)*. Skripsi Fakultas Ekonom dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

- Echdar, Saban. (2017). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Firdausy, Carunia Mulya. (2016). *Effects of Service Quality, Price and Promotion on Customers' Purchase Decision of Traveloka Online Airline Tickets in Jakarta, Indonesia*. International Journal of Management Science and Business Administration, Volume 3, Issue 2, January 2017, Pages 42-49.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS. Edisi 7*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamdani, Lalu Ahmad. (2019). *Gojek rebranding, dan kalahkan Grab soal pengguna aktif bulanan*. [online] Akses: <https://www.tek.id/tek/gojek-rebranding-dan-kalahkan-grab-soal-pengguna-aktif-bulanan-b1Xj29eZz> 10 Januari 2020.
- Heizer, Jay dan Barry Render. (2015). *Operations Management (Manajemen Operasi), ed.11, Penerjemah: Dwi anoegrah wati S dan Indra Almahdy*. Jakarta: Salemba empat.
- Husfah, Fahmi Maulana. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Dea Cake and Bakery Kepanjen-Malang*. Jurnal Aplikasi Bisnis, ISSN :2407-3741.
- Ibrahim, Ali. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Obat di Apotek H.Alex Surulangun*. Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Aditama.
- Irawan, Indra Ade. (2018). *Effect Of Trust, Convinience, Security And Quality Of Service On Online Purchase Decision (Consumer Case Study In Tangerang Selatan Area)*. Jurnal Ekonomi/Volume XXIII, No. 01, Maret 2018: 114-122.
- Juwita, Sendy Octavia Puspa. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Kredit Kepemilikan Rumah pada BTN Kantor Cabang Surabaya Kcp Mojokerto*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), ISSN: 2337-6708 Volume 01 Nomor 01 Tahun 2017.
- Karim, Ach Busrul. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Café and Resto di Kota Malang)*. Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2014). *Prinsip-prinsip Manajemen*, Edisi 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kuncoro, E. A. dan Riduwan. (2013). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Alalisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta.
- Lumongga, Afrilia Sri. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Food di Gojek Online pada Mahasiswa/i Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara*. Skripsi S1 Universitas Sumatera Utara.
- Lupiyoadi, Rambat. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Masriah, Iin. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi kasus: Mely Butik Arjawinangun Cirebon)*. Skripsi IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
- Mulyana, Tatang. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada PT. Arista Garut*. Jurnal Wacana Ekonomi, Vol. 15; No. 02; Tahun 2016.

- Nasution, Asrizal Efendy. (2018). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamart di Kota Medan)*. Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia, Volume 1, e-ISSN 2654-6493.
- Oktavia, Ria. (2018). *The Influence Of Brand Awareness And E-Service Quality On Consumer Purchasing Decisions In Booking Hotel Rooms On Traveloka*. JBHOST, Vol 04 Issue 2, 2018: 187-193, ISSN 2527-9092.
- Riduwan dan Sunarto. (2014). *Pengantar Statistika*. Bandung : Alfabeta.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sekaran, Uma. (2013). *Research Methods for Business*. Jakarta: Salemba Empat
- Sinaga, E.P. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Showroom IVO Mobil Tritura Medan*. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Sunyoto, Danang dan Fathonah Eka Susanti. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Center For Academic Publishing Service.
- Supardi. (2013). *Aplikasi Statistika dalam Penelitian Konsep Statistika yang Lebih Komprehensif*. Jakarta: Change Publication.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius chandra. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

