

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Kursus Pada LKP Delta Di Kabupaten Kulon Progo

Agus Mulyono¹, Danang Wahyudi², Muhammad Aziz Nur Rohman³, Danang Sunyoto⁴
^{1,2,3,4}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Janabadra

Article Info <i>Article history:</i> Received : 12 January 2023 Publish : 01 Maret 2023	Abstract <i>The target of education is humans, education intends to help students to develop their human potentials. Education is not only found in schools, from birth and in the family it can be called education. The course is an out-of-school education unit consisting of a group of people who provide certain knowledge, skills and attitudes for residents to learn. This study aims to determine the effect of service quality, price, and location on purchasing decisions at LKP Delta in Kulon Progo Regency, Special Region of Yogyakarta. Through purposive sampling method determined the number of samples of 100 respondents. Data collection was carried out by distributing questionnaires to respondents who were participants in the LKP Delta course in 2020. The data analysis method was assisted by the IBM SPSS 22 program to test the relationships between variables. The results of the study stated that service quality and location had a positive effect on purchasing decisions, while prices did not have a positive influence on purchasing decisions.</i>
Keywords: Service Quality, Price, Location, Purchasing Decision.	
Info Artikel <i>Article history:</i> Received : 12 January 2023 Publish : 01 Maret 2023	Abstrak Sasaran pendidikan adalah manusia, pendidikan bermaksud membantu peserta didik untuk menumbuh kembangkan potensi-potensi kemanusiaannya. Pendidikan tidak hanya terdapat di dalam sekolah saja, dari sejak lahir dan berada di dalam keluarga sudah dapat disebut sebagai pendidikan. Kursus merupakan satuan pendidikan luar sekolah yang terdiri atas sekumpulan orang yang memberikan pengetahuan, keterampilan dan sikap tertentu bagi warga untuk belajar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada LKP Delta di Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Melalui purposive sampling method ditentukan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada para responden yang merupakan peserta kursus LKP Delta tahun 2020. Metode analisis data dibantu program IBM SPSS 22 untuk menguji hubungan antar variabel. Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, sedangkan harga tidak memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
	<p><i>This is an open access article under the Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional</i></p> 
Corresponding Author: Agus Mulyono Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Janabadra Email: agusagusmo@janabadra.ac.id	

1. PENDAHULUAN

Pendidikan bermaksud membantu peserta didik untuk menumbuh kembangkan potensi - potensi kemanusiaannya. Pendidikan tidak hanya terdapat di dalam sekolah saja, dari sejak lahir dan berada di dalam keluarga sudah dapat disebut sebagai pendidikan. Selain pendidikan di dalam sekolah, adapula pendidikan nonformal, menurut John Dewey dalam Tirtarahadja dan sula mengemukakan perlunya atau pentingnya ada pendidikan, karena berdasarkan atas tiga pokok pemikiran, yaitu: (1) pendidikan merupakan kebutuhan untuk hidup, (2) pendidikan sebagai pertumbuhan, dan (3) pendidikan sebagai fungsi sosial [1].

Kondisi objektif Indonesia yang memiliki sumber daya alam yang melimpah tidak ditunjang dengan tingginya kualitas sumber daya manusia, Rendahnya kualitas sumber daya manusia dapat dilihat dari tingginya jumlah pengangguran yang rata-rata adalah kelompok muda produktif yang mencapai 19.9% dari jumlah 4,2 juta orang, hal ini diungkapkan oleh kepala Bappenas (2012). Rendahnya kualitas hidup masyarakat Indonesia disebabkan oleh beberapa faktor yakni

lapangan kerja yang tidak seimbang dengan jumlah pekerja, dan masih rendahnya jumlah wirausaha baru yaitu 0.76% dari jumlah penduduk. Padahal berwirausaha merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mengurangi jumlah pengangguran dengan menciptakan lapangan kerja [2].

Dalam Fitri Delta, Pendidikan merupakan suatu upaya untuk membina manusia agar menjadi warga negara yang baik dan berkepribadian sesuai tujuan pendidikan nasional berdasarkan Pancasila dan UUD 1945. Adapun pengertian pendidikan sebagaimana yang tercantum dalam undang-undang No.20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan, yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa, dan negara.

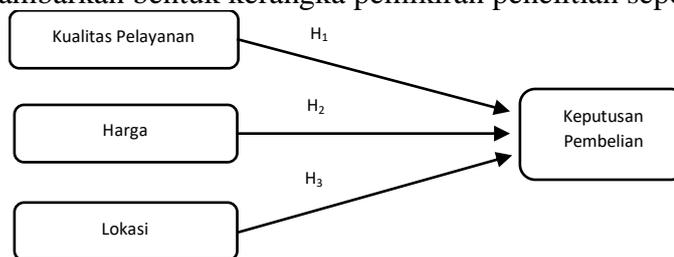
Pelatihan dipandang sebagai upaya yang dapat membantu masyarakat dalam meningkatkan kualitas mulai dari pengetahuan, keterampilan dan sikap. Pelatihan didapat dari pendidikan nonformal yang memberikan layanan pendidikan dengan kebutuhan belajar masyarakat.

Pendidikan nonformal merupakan layanan pendidikan di luar jalur prasekolah bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan belajar, khususnya bagi masyarakat yang tidak mengikuti pendidikan jalur formal. Kursus adalah lembaga pelatihan yang termasuk ke dalam jenis pendidikan nonformal. Kursus merupakan suatu kegiatan belajar-mengajar seperti halnya sekolah. Perbedaannya adalah bahwa kursus biasanya diselenggarakan dalam waktu pendek dan hanya untuk mempelajari satu keterampilan tertentu [3].

Tujuan dari penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Jasa Kursus pada LKP Delta di Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh positif antara kualitas pelayanan dan keputusan pembelian jasa kursus pada LKP Delta di Kabupaten Kulon Progo.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh positif antara harga dan keputusan pembelian jasa kursus pada LKP Delta di Kabupaten Kulon Progo.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh positif antara lokasi dan keputusan pembelian jasa kursus pada LKP Delta di Kabupaten Kulon Progo.

Sehingga dapat digambarkan bentuk kerangka pemikiran penelitian seperti di bawah ini.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis, sehingga penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dilaksanakan dengan mengadakan pengujian hipotesis, pengukuran data, dan pembuatan kesimpulan yang digeneralisasikan [4]. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif, karena penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan fungsi atau karakteristik pasar. Hal ini sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk menguji dan menganalisis adanya pengaruh kualitas produk pelayanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian jasa kursus pada LKP Delta di Kabupaten Kulon Progo.

Penelitian ini dilaksanakan di lingkup Kabupaten Kulon Progo. Data diambil sebanyak 100 data, dengan membagikan angket (questionnaire) pada responden yang merupakan peserta kursus LKP Delta tahun 2020. Penelitian dilakukan dengan berbagai kegiatan dari persiapan awal, pengumpulan data, sampai pada kegiatan akhir yaitu penyusunan laporan penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi survei yang menggunakan observasi, angket (questionnaire) dan wawancara serta melalui studi kepustakaan. Angket disebarikan kepada 100 responden yang berisi tentang karakteristik demografi dan item-item pernyataan tentang variabel penelitian. Sedangkan studi kepustakaan dilakukan untuk mendapatkan gambaran permasalahan dan data-data yang mendukung dalam penyelesaian penelitian melalui artikel, jurnal, referensi buku, internet, dan literatur lainnya.

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati [5]. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket (questionnaire) yang disusun berdasarkan indikator-indikator dari variabel penelitian. Indikator tersebut berisi butir-butir pernyataan yang akan diberi jawaban oleh responden. Penetapan skor instrumen angket atau kuesioner menggunakan skala Likert yang memiliki 5 alternatif jawaban [5]. Lima alternatif jawaban ini yaitu : sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Indikator tersebut kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert memiliki gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.

1. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) [6]. Variabel independen dalam penelitian ini adalah:

Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan [7]. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, apabila jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian, baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa untuk memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Variabel ini diukur dengan menggunakan beberapa dimensi kualitas pelayanan antara lain: 1) bukti fisik (tangible), 2) kehandalan (reliability), 3) daya tanggap (responsiveness), 4) jaminan (assurance), dan 5) kepedulian (empathy) [8]. Variabel kualitas pelayanan diukur dengan 5 item pertanyaan, masing-masing item diukur dengan Likert 5 poin.

Harga (X2)

Menurut Lupiyoadi, Harga merupakan sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran uang bagi barang atau jasa, juga pengorbanan waktu karena menunggu untuk memperoleh barang atau jasa [9]. Variabel ini diukur dengan menggunakan beberapa dimensi harga Stanton [10] antara lain: 1) keterjangkauan harga, 2) kesesuaian harga dengan kualitas produk, 3) daya saing harga, dan 4) kesesuaian harga dengan manfaat. Variabel harga produk diukur dengan 4 item pertanyaan, masing-masing item diukur dengan Likert 5 poin.

Lokasi (X3)

Fandy Tjiptono mengemukakan bahwa lokasi adalah tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya [11]. Variabel lokasi diukur menggunakan beberapa indikator seperti dalam Tjiptono [11] yaitu: 1) kemudahan (akses), 2) Visibilitas yang baik, 3) lokasi berada pada lalu lintas (traffic) yang menyangkut 2 hal, banyak orang lalu lalang dan kepadatan lalu lintas, 4) tempat parkir yang luas dan aman, 5) ekspansi, 6) lingkungan, 7) persaingan (lokasi pesaing), dan 8) peraturan pemerintah. Variabel kemas diukur dengan 8 item pertanyaan, masing-masing item diukur dengan Likert 5 poin.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel independen (bebas) [5]. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah:

Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Tjiptono, keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian [12].

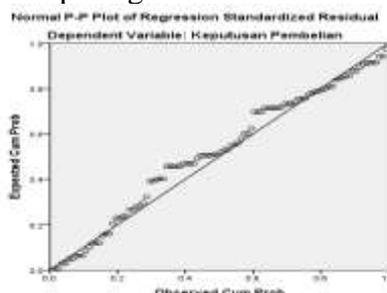
Pengukuran variabel keputusan pembelian berdasarkan pada 4 indikator keputusan pembelian yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller [6] antara lain : 1) kemantapan pada sebuah produk, 2) kebiasaan dalam membeli produk, 3) memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan 4) melakukan pembelian ulang. Variabel keputusan pembelian diukur dengan 4 item pertanyaan, masing-masing item diukur dengan Likert 5 poin.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Penelitian

Dari keseluruhan sebanyak 100 sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 44 laki-laki dan 56 perempuan. Jumlah pada rentang usia masing-masing 0-20 tahun sebanyak 15 orang, 21-30 tahun sebanyak 49 orang, 31-40 tahun 21 orang, 41-50 tahun sebanyak 10 orang, 51-60 tahun sebanyak 4 orang, dan 60 tahun keatas sebanyak 1 orang. Berdasarkan pekerjaan dapat diketahui responden dengan pekerjaan sebagai karyawan sebanyak 25 orang, sebagai pelajar sebanyak 14 orang, sebagai petani 1 orang, sebagai PNS 15 orang, sebagai wiraswasta sebanyak 18 orang, dan lainnya sebanyak 27 orang. Selanjutnya, klasifikasi responden berdasarkan penghasilan, pada rentang penghasilan 0-1 juta sebanyak 33 orang, rentang 1,1-2 juta sebanyak 23 orang, rentang 2,1-3 juta sebanyak 15 orang, rentang 3,1-4 juta sebanyak 10 orang, rentang 4,1-5 juta sebanyak 4 orang dan pada rentang 5 juta ke atas sebanyak 15 orang.

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada gambar normal P-P Plot di bawah ini.

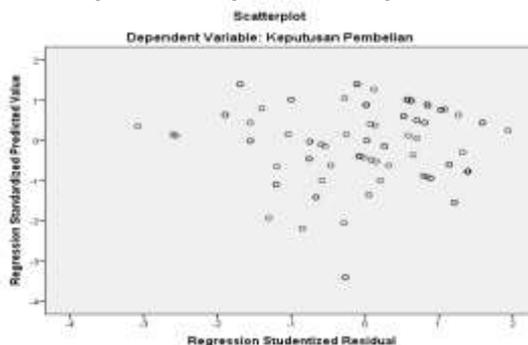


Gambar 2. Normal P-P Plot

Berdasarkan normal probability plot pada grafik normalitas di atas, maka residual dalam model regresi memiliki distribusi normal [13].

Dari hasil uji multikolinearitas variabel bebas menunjukkan bahwa nilai Variance Inflation Factor (VIF) pada Kualitas Pelayanan = 3,557, Harga = 1,369, dan Lokasi = 3,072 , dimana nilai tersebut < 10 , dan nilai tolerance pada variabel-variabel tersebut > 0,1 sehingga dapat disimpulkan bebas dari multikolinearitas atau tidak terdapat multikolinearitas [13].

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada scatterplot berikut ini.



Gambar 3. Scatter Plots Uji Heteroskedastisitas

Dari grafik scatterplot dapat diketahui bahwa titik- titik menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas dan tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. sehingga dapat disimpulkan bahwa regresi yang dihasilkan tidak mengandung heteroskedastisitas [13].

Hasil regresi berganda pada pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Coefficients Beta		t	Sig.
	Unstandardized	Standardized		
(Constant)	1,609		1,248	0,215
Kualitas Pelayanan	0,291	0,337	3,572	0,001
Harga	-0,069	-0,114	-1,946	0,055
Lokasi	0,288	0,513	5,842	0,000
F-hitung = 100,791				0,000
Adjusted R Square = 0,751				

Variabel Dependen : Keputusan Pembelian

Pada persamaan regresi tabel 1, dapat diketahui nilai signifikansi dan t-tabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,001, t-tabel= 3,57, Harga 0,055 t-tabel= -1,946 dan Lokasi 0,000, t-tabel= 5,842 dimana hasil tersebut menunjukkan nilai signifikansi Kualitas Pelayanan dan Lokasi <0,05 dan t-tabel >1,984, namun berbeda dengan Harga karena nilai signifikansinya 0,055>0,05 dan nilai t-tabel -1,946 <1,984. Diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0,751, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi secara simultan terhadap Keputusan Pembelian sebesar 75,1%, sementara sisanya 24,9% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Hasil uji untuk goodness of fit, diketahui nilai signifikansi sebesar 0,000<0,05 dan nilai f-hitung 100,791 > f-tabel 2,70 menunjukkan bahwa pada model yang digunakan saat ini sudah memenuhi syarat goodness of fit sehingga siap digunakan untuk menguji hipotesis [14]

3.2. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Jasa Kursus pada LKP Delta di Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Berdasarkan tabel 1, diketahui nilai signifikansi Kualitas Pelayanan 0,001, dan nilai t-hitung 3,57>1,984 t-tabel, disimpulkan bahwa H1 diterima, karena Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Jasa Kursus pada LKP Delta di Kabupaten Kulon Progo [13]. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Taufik Hidayat, Saryadi, Wahyu Hidayat [13] Citra Ika Ayuning Tyas [15], Fany Erlya Putri [16] dan Retno Candra Wahyuni dan Handojo Djoko Waloejo [17]. Kualitas pelayanan yang baik akan membuat konsumen merasa senang karena konsumen merasa kehadirannya dihargai dan diprioritaskan. Dengan keadaan ini konsumen akan menjadi lebih nyaman dalam menggali informasi dari produk yang dibutuhkannya. Service atau pelayanan yang baik selalu tidak pernah berdampak negatif pada upaya penentuan keputusan pembelian pada konsumen. Namun, sebelum mengkonsumsi produk konsumen akan mempertimbangkan banyak hal, di sini terdapat peran kualitas pelayanan dalam menentukan keputusan pembelian yang dengannya konsumen seakan dimudahkan mendapatkan semua informasi yang diperlukan pada produk yang akan dibeli.

Berdasarkan tabel 1, dapat diketahui nilai signifikansi Harga 0,055, dan nilai dari t-hitung adalah -1,946 < 1,984 t-tabel, disimpulkan bahwa Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian [13]. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fany Erlya Putri [16] dan Retno Candra Wahyuni dan Handojo Djoko

Waloejo [17]. Yang dimaksud variabel harga pada penelitian ini adalah kewajaran dalam penetapan harga. Kewajaran dalam penetapan harga merupakan nilai harga yang ditetapkan oleh pihak perusahaan dengan memperhatikan ambang batas wajar harga produk. Jika harga yang ditentukan diatas nilai ambang batas wajar dimungkinkan konsumen akan merasa keberatan karena harga menjadi mahal dan bisa jadi produk tidak mudah terjual karena harga menjadi kurang terjangkau oleh pihak konsumen. Namun apabila harga berada di bawah ambang batas harga wajar, bisa jadi konsumen akan senang namun laba perusahaan menjadi berkurang atau bahkan perusahaan akan merugi. Pada kewajaran harga yang tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, hal ini berarti bahwa jika harga jasa kursus dinaikkan maka keputusan konsumen untuk membeli jasa kursus akan menurun.

Nilai signifikansi Lokasi 0,000, dan nilai t-hitung 5,842 > 1,984 t-tabel, disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian [13]. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Taufik Hidayat, Saryadi, Wahyu Hidayat [18] dan Fany Erly Putri [16]. Pemilihan lokasi merupakan faktor bersaing yang penting dalam usaha menarik pelanggan. Pemilihan lokasi yang tepat membuat pelanggan bersedia datang karena pelanggan mendapatkan kemudahan mengakses produk yang diharapkannya. Pemilihan lokasi yang tepat sangat menentukan keberhasilan usaha di masa yang akan datang.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan-temuan pada analisis yang diperoleh dalam penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Jasa Kursus pada LKP Delta di Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Maka secara garis besar dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Lokasi juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Namun berbeda dengan Harga karena tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan hasil Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian, temuan positif ini sebaiknya bisa terus ditingkatkan. Pada hasil Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, hal ini bisa menjadi landasan untuk memperbaiki penentuan harga di masa mendatang. Dan pada hasil yang menunjukkan bahwa Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, agar tata letak lokasi bisa terus ditingkatkan untuk meningkatkan keterlihatan lokasi dan kemudahan akses bagi pelanggan dalam menemukan lokasi perusahaan.

Penelitian ini terbatas pada lingkup yang terbatas pada satu kota/kabupaten, yaitu Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta, sehingga bisa menimbulkan hasil penelitian menjadi kurang representatif. Pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada obyek penelitian yang berbeda dengan lingkup yang lebih luas. Beberapa variabel lain juga menarik untuk digunakan dan ditambahkan dalam model penelitian dengan tetap memperhatikan tingkat relevansinya.

5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] U. Tirtarahardja and L. Sula, Pengantar Pendidikan, vol. 10. 2000.
- [2] Juknis Penyelenggaraan Program & Bantuan Sosial Kursus Keterampilan Kreatif Juknis. 2011.
- [3] Wikipedia, "Kursus," Wikipedia.com, 2022. <https://id.wikipedia.org/wiki/Kursus>
- [4] Malhotra and Naresh, Marketing Research: An Applied Orientation. 2007. doi: 10.2307/3151953.
- [5] Sugiyono, Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D / Sugiyono. Jakarta : Alfabeta, 2009 Bandung : Alfabeta, 2009, 2009. [Online]. Available: <http://inlislite.undiksha.ac.id/opac/detail-opac?id=2423>
- [6] Kotler Philip and K. L. Keller, Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga, 2009.

- [7] F. Tjiptono, *Brand Management & Strategi*. Yogyakarta : Andi, 2005. [Online]. Available: <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=367846>
- [8] P. Kotler and G. Armstrong, *Prinsip-Prinsip PEMASARAN Principle of Marketing*. 2012.
- [9] R. Lupiyoadi and D. A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat 2011, 2001. [Online]. Available: <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=918109>
- [10] W. J. Stanton and Y. Lamarto, *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 1998, 1998. [Online]. Available: <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=242807>
- [11] F. Tjiptono, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset, 1995, 1995. [Online]. Available: <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=309878>
- [12] F. Tjiptono, *Service Management : Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta : CV.Andi Offset, 2017. [Online]. Available: <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1110819>
- [13] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 -5/E*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2012, 2012. [Online]. Available: <https://onesearch.id/Record/IOS2750.12.01.407>
- [14] Junaidi, “Titik Persentase Distribusi F Probabilita = 0.05.”
- [15] C. I. A. Tyas, “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN REFINANCING PT. FEDERAL INTERNATIONAL FINANCE (FIF) CABANG JEMBER,” *Ultim. J. Ilmu Akunt.*, vol. 9, no. 1, pp. 32–44, 2017, doi: 10.31937/akuntansi.v9i1.586.
- [16] F. E. PUTRI, “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA KURSUS MENGEMUDI SIE BERSAUDARA CABANG PANDEGILING SURABAYA,” *STIE Mahardika Surabaya*, 2019, [Online]. Available: <http://repository.stiemahardhika.ac.id/1484/>
- [17] R. C. Wahyuni and H. D. Waloejo, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pt Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Semarang,” *J. Ilmu Adm. Bisnis*, vol. 9, no. 1, pp. 349–356, 2020, doi: 10.14710/jiab.2020.26438.
- [18] T. Hidayat, Saryadi, and W. Hidayat, “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN,FASILITAS,DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH LEMBAGA PENDIDIKAN BBC - ETS Pendahuluan Kajian Teori,” vol. 1, no. 1, pp. 275–281, 2013.