

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Konsumen  
Alfamart Sultan Fatah Demak) TAHUN 2023**

**Arini Fudllah<sup>1</sup>, Is Solikhatun<sup>2</sup>**

Ilmu Administrasi Niaga, Universitas Sultan Fatah Demak

**Abstract**

*This research is motivated by the increasing competition among modern minimarkets, prompting business owners to adopt various marketing strategies to influence consumer purchasing decisions. The study focuses on Alfamart Sultan Fatah Demak, particularly addressing consumer complaints related to price and service quality. The objective of this research is to determine the effect of price and service quality on consumer purchasing decisions.*

*The study uses a quantitative descriptive method, with data collected through questionnaires. The data analysis technique employed is multiple linear regression. The results show that price and service quality simultaneously have a positive and significant influence on purchasing decisions, with an F-value of 81.317 and a significance level of 0.000 ( $< 0.05$ ). The coefficient of determination ( $R^2$ ) is 56.2%, indicating that price and service quality influence purchasing decisions by 56.2%, while the remaining 43.8% is influenced by other factors not included in this research.*

*Partially, price (t-value = 3.522; sig. = 0.001) and service quality (t-value = 5.713; sig. = 0.000) both have a positive and significant effect on purchasing decisions. The more affordable the prices and the better the service quality provided, the more likely consumers are to make purchases at Alfamart Sultan Fatah Demak.*

**Keywords:** *Price, Service Quality, Purchasing Decision.*

**Abstrak**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya persaingan antar minimarket modern, yang mendorong pemilik usaha menerapkan berbagai strategi pemasaran untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Fokus penelitian adalah pada Alfamart Sultan Fatah Demak, khususnya terhadap keluhan konsumen mengenai harga dan kualitas pelayanan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai F hitung sebesar 81,317 dan signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ). Nilai R square sebesar 56,2%, menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 56,2%, sementara sisanya dipengaruhi faktor lain.

Secara parsial, harga (t hitung 3,522; sig. 0,001) dan kualitas pelayanan (t hitung 5,713; sig. 0,000) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin terjangkau harga dan semakin baik pelayanan yang diberikan, semakin tinggi minat konsumen untuk melakukan pembelian di Alfamart Sultan Fatah Demak.

**Kata Kunci:** Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian.

## **A. Pendahuluan**

Minimarket memiliki pengertian adalah toko yang mengisi kebutuhan masyarakat akan warung yang berformat modern yang dekat dengan permukiman penduduk sehingga dapat mengungguli toko atau warung (Hendri Ma'ruf, 2005:84). Di Indonesia sudah memiliki beberapa minimarket modern ternama seperti Alfamart, Indomaret, Alfamidi, Alfaexpress dan minimarket modern lokal lainnya. Masing-masing minimarket memiliki strategi

pemasaran yang berbeda, tapi dengan tetap pada tujuan utamanya yaitu loyalitas konsumen. Lokasi antar minimarket saling berdekatan menjadi penyebab juga terjadinya persainganpromosi harga barang murah yang dijual. Dengan begitu, masyarakat semua kalangan (kelas ekomoni atas, menengah, dan kebawah) mampu untuk membeli barang diminimarket karena harganya yang tidak kalah murah dengan barang yang dijual di pasar-pasar tradisional.

Pada umumnya yang menjadi persaingan antar minimarket adalah harga. Harga yang lebih murah merupakan salah satu daya tarik konsumen dalam memutuskan pembelian suatu produk. Jadi tidak heran jika banyak promosi potongan harga yang ditawarkan masing-masing minimarket. Berbagai media promosi digunakan agar lebih banyak orang yang mengetahui dan tertarik dengan program potongan harga yang ditawarkan. Media promosi yang digunakan bisa lewat media sosial misalnya *facebook*, *Instagram*, *twitter*, dan *whatsapp*. Selain itu, dalam menjalankan sebuah bisnis apapun itu sangatlah penting pelayanan yang terbaik diberikan kepada konsumen karena ditangan konsumen bisnis suatu perusahaan dapat berkembang. Jika seorang konsumen merasakan kepuasan terhadap pelayanan suatu perusahaan,

maka dengan sendirinya konsumen menceritakan pengalaman itu kepada orang lain agar pelayanannya dirasakan juga oleh orang lain.

Alfamart Sultan Fatah adalah toko Alfamart yang berada di Demak. Alfamart Sultan Fatah ini terletak di pinggir jalan raya dan dekat dengan perumahan. Konsumen yang belanja pun dari beberapa daerah karena letaknya di pinggir jalan, meskipun yang dibeli hanya cemilan dan minuman untuk persediaan di jalan. Beberapa kasus keluhan konsumen telah terjadi di Alfamart Sultan Fatah Demak. Misalnya, ketidaksesuaian harga yang di rak dengan harga yang ada di komputer kasir, pelayanan kasir yang kurang ramah, ketidaktelitian kasir dalam memberikan uang kembalian, dan ketidaksesuaian total barang yang dibeli konsumen dengan barang yang dibeli.

Penelitian Asrizal Efendy Nasution, Muhammad Taufik Lesmana (2018) mengenai "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Alfamart di Kota Medan)" menyatakan bahwa secara parsial dan simultan kedua variabel independen yang diteliti yaitu harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan nilai koefisien determinasi yang cukup besar yaitu 21,10% dan sisanya dipengaruhi oleh

variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian, sedangkan menurut Dita Amanah (2012) dalam penelitian "Pengaruh Harga dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Swalayan Indomaret Karya Jaya Medan" menyatakan bahwasetelah dilakukan uji hipotesis secara simultan (Uji-F), Variabel harga ( $X_1$ ) dan pelayanan ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Setelah dilakukan uji hipotesis secara parsial (Uji - t) variabel harga ( $X_1$ ) dan pelayanan ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

## **B. Pembahasan**

### **1. Pengujian Prasyarat Analisis**

Sebelum melakukan analisis regresi berganda dan pengujian hipotesis, pengujian prasyarat analisis perlu dilakukan terlebih dahulu untuk melihat data yang digunakan mengalami asumsi klasik atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan bantuan program *SPSS 22* dengan 3 uji yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Berikut ini hasil pengujian prasyarat analisisnya:

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013) uji normalitas bertujuan apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti yang diketahui uji t dan F memiliki asumsi bahwa distribusi normal diikuti dengan nilai residual. Uji normalitas menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* dengan pendekatan *exact* yang dibantu dengan program *SPSS 22*. Berikut adalah hasil uji normalitas dalam penelitian ini:

Tabel 1. Hasil Pengujian *Kolmogorov Smirnov*

<i>Kologorov- Smirnov</i>	<i>Exact Sig</i>	Kriteria	Keterangan
0,115	0,060	>0,05	Berdistribusi normal

Sumber: Data diolah *SPSS*, 2021

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa nilai *Kolmogorov Smirnov* sebesar 0,115 dan nilai *exact sig* 0,060 lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas (Ghozali, 2011). Jika antar variabel bebas tidak terjadi korelasi maka model regresi dikatakan baik. Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10

dan nilai *tolerance* >0,10. Berikut ini hasil pengujian multikolinearitas:

Tabel 2. Hasil Pengujian Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Harga ( $X_1$ )	0,459	2,179	Tidak terjadi multikolinearitas
Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )	0,459	2,179	Tidak terjadi multikolinearitas

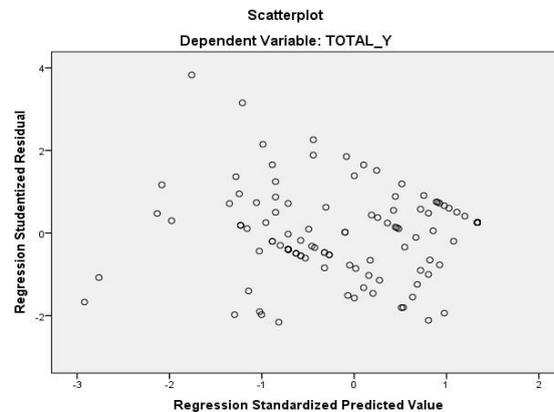
Sumber: Data diolah SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 2 diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas variabel bebas karena dilihat dari nilai *tolerance* variabel harga dan kualitas pelayanan sebesar 0,459 lebih dari 0,10 dan nilai VIF variabel harga dan kualitas pelayanan sebesar 2,179 tidak lebih dari 10.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas digunakan untuk menguji ada tidaknya ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Penelitian ini menggunakan pengujian dengan melihat pola titik-titik pada *scatterplot* regresi. Hasilnya adalah tidak ada pola yang terbentuk jelas pada hasil *scatterplot*, titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut ini hasil pengujian heteroskedastisitas:

Gambar 1. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah SPSS, 2021

Berdasarkan gambar 1 menunjukkan titik-titik menyebar bebas tidak membentuk pola gambar apapun sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

## 2. Analisis Regresi Berganda

Menurut Gujarati (2003) Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas atau bebas) dengan tujuan untuk mengestimasi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Berikut ini penjelasan hasil analisisnya yang kemudian dimasukkan kedalam persamaan dibawah ini:

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel	Koefisien $\beta$	Standar Error
Konstanta	8,070	2,189
Harga	0,261	0,074
Kualitas Pelayanan	0,416	0,073

Sumber: Data diolah SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan koefisien  $\beta$  yang dapat membentuk sebuah persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 8,070 + 0,261X_1 + 0,416X_2 + e$$

Dari persamaan diatas dapat dijadikan penjelasan bahwa:

1. Koefisien konstanta bernilai positif sebesar 8,070 artinya dengan tidak dipengaruhi variabel harga dan kualitas pelayanan maka keputusan pembelian akan tetap meningkat.
2. Koefisien harga bernilai positif sebesar 0,261 artinya apabila variabel harga mengalami peningkatan maka akan meningkatkan keputusan pembelian dan sebaliknya.
3. Koefisien kualitas pelayanan bernilai positif sebesar 0,416 artinya apabila variabel kualitas pelayanan mengalami peningkatan maka akan meningkatkan keputusan pembelian dan sebaliknya.

### 3. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk melihat ada tidaknya pengaruh variabel independen (harga dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) secara signifikan. Pengujian ini meliputi uji t, uji F, dan koefisien determinasi.

#### a. Uji t

Uji t memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial (individual) terhadap variabel dependen. Berikut ini hasil uji t dalam penelitian ini:

Tabel 4. Hasil Uji t

Variabel	t-hitung	Sign	Keterangan
Harga ( $X_1$ )	3,522	0,001	Signifikan
Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )	5,713	0,000	Signifikan

Sumber: Data diolah SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan bahwa variabel harga menghasilkan nilai t hitung 3,522 yang lebih besar dari t tabel 1,9787 dan signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis ini dapat diartikan bahwa secara parsial variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel pelayanan memiliki nilai t hitung 5,713 lebih besar dari t tabel

1,9787 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis dapat diartikan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### b. Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen (bebas) dalam penelitian memiliki pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (terikat). Berikut ini hasil uji t dalam penelitian ini:

Tabel 5. Hasil Uji F

F-hitung	Sign	Keterangan
81,317	0,000	signifikan

Sumber: Data diolah SPSS, 2021

Dari tabel 5 menunjukkan hasil nilai F hitung sebesar 81,317 dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis yang tebentuk  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat diartikan secara simultan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (Adjusted  $R^2$ ) bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model

dalam menerangkan variasi variabel dependen. Berikut ini adalah hasil koefisien determinasi dalam penelitian ini:

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R Square
0,749	0,562

Sumber: Data diolah SPSS, 2021

Berdasarkan hasil hipotesis dalam tabel 6 nilai R square sebesar 0,562 (56,2%) yang memiliki arti bahwa pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen sebesar 56,2 % dan sisanya 43,8% dipengaruhi faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian ini. Faktor lain itu misalnya lokasi toko, keragaman produk, karakteristik konsumen dan lain-lain.

### C. Kesimpulan dan Saran

#### Kesimpulan

Dari pengujian dan analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa secara pengujian parsial ada pengaruh positif dan signifikan harga terhadap keputusan pembelian, secara uji parsial ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dan secara pengujian simultan harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan hasil nilai R square sebesar 56,2% (0,562) yang memiliki arti pengaruh

harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sebesar 56,2% dengan sisanya 43,8% keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian ini misalnya lokasi, kelengkapan harga dan lain sebagainya.

### **Saran**

Saran-saran yang diberikan penulis kepada pelaku usaha minimarket diharapkan melakukan pengembangan dan evaluasi terkait harga agar harga yang ditawarkan sesuai dengan keinginan konsumen dan relatif dapat dijangkau semua kalangan masyarakat. Sedangkan saran yang dapat diberikan kepada masyarakat yang bertindak sebagai konsumen untuk lebih selektif dalam memilih tempat belanja dan tidak bosan memberikan kritik serta saran untuk karyawan-karyawan minimarket. Dari kritik dan saran konsumen itu dapat menjadikan suatu minimarket itu bisa berkembang lebih baik dari sebelumnya.

**\* Penulis adalah mahasiswa, Program Studi Ilmu  
Administrasi Niaga, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial,  
Universitas Sultan Fatah Demak**

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Amanah, Dita. 2012. Manajemen Bisnis: Pengaruh Harga dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Swalayan Indomaret Karya Jaya Medan. Dalam *Jurnal Manajemen Bisnis*. No.12 Hal 52 - 69.
- Antari, Kadek Ria Mariska, Ketut Dunia dan Luh Indrayani. Pendidikan Ekonomi: Pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Berbelanja pada

- Minimarket Sastra Mas Tabanan. Dalam *Jurnal Penelitian*.No.1 Hal 1 - 6.
- Daryanto dan Ismanto Setyabudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Media.
- Fadmawati, Putri Mawar. 2014. " Analisis Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Minimarket Andina". *Skripsi*. Surakarta: Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: . Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar. 2003. *Ekonometri Dasar*. Terjemahan Sumarno Zain. Erlangga: Jakarta.
- Hair, J. F., Anderson., R. E., Tatham, R. L., and Black, W. C. 1995. *Multivariate Data Analysis with Reading*. Prentice Hall: New Jersey.
- Indrawati. 2017.*Perilaku Konsumen Individu Dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Informasi dan Komunikasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Kantohe, Junianto dan Merlyn. 2014. "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Berbelanja Pada Fiesta Pasar Swalayan Manado". *Jurnal EMBA*, Vol. 2, No. 1.
- Kasmir. 2005. *Etika Customer Service*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama.Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2001.*Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 2, Edisi kedelapan. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2002. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen pemasaran*. Jilid kedua. (10th ed). Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.
- Kusdyah, Ike. 2012. Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Klinik Kesehatan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 7.No. 1.
- Liarnadi, William dan Stefani Chandra. 2019. Analisis Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan Juni Pekanbaru. *Jurnal Akutansi, Kewirausahaan dan Bisnis*. No. 1 Hal 45 - 58.
- Ma'ruf, Hendri. 2005. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Molan, Benyamin. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks Kelompok Media.
- Mustafa, Zainal. 2009. *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nasution, Asrizal Efendy dan Muhammad Taufik Lesmana. 2018. "Pengaruh Harga dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Penelitian*. Medan: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah.
- Nasution, Asrizal Efendy dan Muhammad Taufik Lesmana. 2019. "Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada 212 Mart di Kota Medan". *Jurnal Penelitian*. Medan: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah.
- Parasuraman, A. Valerie. 2001. *Delivering Quality Service (Terjemahan Sutanto)*. New York: The Free Press.

- Permatasari, Elien Nira. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan Minimarket". *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Rahman, Arif. 2010. *Strategi Dahsyat Marketing Mix*. Jakarta: Transmedia.
- Rozalinda. 2014. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Sambas dan Maman. 2007. *Analisis Korelasi, Reresi, dan Jalur Dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sasongko, Singgih Priatmaji. 2013. " Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Kompetitif, Kelengkapan Barang dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Swalayan Alfa Omega Baturetno ". *Skripsi*. Wonogiri :Ekonomika dan Bisnis / Manajemen Universitas Diponegoro.
- Sekaran, U., & Bougie, R. 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Edisi keenam. Jakarta: Salemba Empat.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : PT. Alfabet.

- Swastha, Basu dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, Basu. 2007. *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Tejdhakusuma, R.; Hartini S. dan Muryani. 2006. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Air Minum Mineral di Kotamadya Surabaya. *Jurnal Penelitian Dinamika Sosial*. Vol. 2 No. 3 Desember 2001: 48 - 58.
- Thomson. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Konsumen pada WarungUcok Durian Iskandar Muda Medan terhadap Keputusan Pembelian*. FE USU.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2007. *Service, Quality, Satisfaction*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Manajemen Jasa*. Edisi II. Cetakan ketiga, Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Gramedia Cawang.
- Yuliana. 2017. Manajemen : Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosumen di Minimarket Riski Muda Gurah. *Jurnal Skripsi*. Hal 07 - 10.
- Yusuf, A. M. 2014. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- <https://anakmarketing04.blogspot.com/2018/11/pemasaran-menurut-para-ahli.html> (28 Agustus 2021).
- [.https://dinarsabila.wordpress.com/2014/01/16/skala-pengukuran-dan-instrumen-penelitian/](https://dinarsabila.wordpress.com/2014/01/16/skala-pengukuran-dan-instrumen-penelitian/) (15 Agustus 2021).
- <https://duwiconsultant.blogspot.com/2011/11/uji-heteroskedastisitas.html?m=0> (08 September 2021).

<https://market.bisnis.com/read/20210516/192/1394165/alf-amart-amrt-serap-capex-rp700-miliar-selama-kuartal-i2021/> (14 Agustus 2021).

<https://penerbitdeepublish.com/variabel-bebas-dan-terikat/> (14 Agustus 2021).

<https://tambahpinter.com/kualitas-pelayanan/> (17 Februari 2021).

<https://teropong.id/forum/2019/12/18/arti-kata-minimarket-dalam-kamus-besar-bahasa-indonesia-kbbi-adalah/> (02 Februari 2021).

<https://www.dosenpendidikan.co.id/pengertian-harga/> (15 Februari 2021).

<https://www.pendidik.co.id/pengertian-pelayanan/#3> Kotler 2003 464/ (16 Februari 2021).

<https://www.seputarpengetahuan.co.id/2020/12/pengertian-pelayanan.html> (15 Februari 2021).