

# Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Price Discount Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Olahraga Panenka Sport Di Bengkulu

## The Influence Of Service Quality And Price Discounton Purchasing Decisions In Panenka Sports Sttore In Bengkulu

Hafi Ihza Mahendra<sup>1)</sup>; Ade Tiara Yulinda<sup>2)</sup>

<sup>1,2)</sup> Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Email: <sup>1)</sup> [hafi05107@gmail.com](mailto:hafi05107@gmail.com) ;

### How to Cite :

Mahendra, I,H., Yulinda,T,A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Price Discount Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Olahraga Panenka Sport Di Bengkulu. Jurnal Akuntansi, Manajemen, Ekonomi Islam 1(1). DOI:

### ARTICLE HISTORY

Received [xx Month xxxx]

Revised [xx Month xxxx]

Accepted [xx Month xxxx]

### KEYWORDS

Service Quality, Price Discount,  
Purchasing Decision.

This is an open access article under  
the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Price Discount terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Olahraga Panenka Sport di Bengkulu. Serta untuk mengetahui faktor mana yang paling dominan mempengaruhi Keputusan Pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif terhadap 75 responden. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Toko Olahraga Panenka Sport dan pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik non probability sampling. Berdasarkan hasil regresi linier berganda diperoleh bentuk persamaan regresi  $Y = 1.312 + 0.690 (X_1) + 0.158 (X_2)$ . Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Price Discount berpengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan terhadap Keputusan Pembelian Toko Olahraga Panenka Sport di Bengkulu.

### ABSTRACT

The aim of the research is to determine the effect of service quality and price discounts on purchasing decisions at Panenka sports store in Bengkulu. And to find out which factors most dominantly influence purchasing decisions. his research used quantitative methods on 75 respondents. The population used in this research is consumers of the Panenka Sport Sports Shop and sampling in this research is a non-probability sampling technique. Based on the results of multiple linear regression, the regression equation  $Y = 1.312 + 0.690 (X_1) + 0.158 (X_2)$  is obtained. The results of the research concluded that service quality and price discounts had a positive and significant effect, partially or simultaneously, on purchasing decisions at the Panenka Sport Sports Store in Bengkulu.

## PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis saat ini menuntut adanya perubahan dalam segala bidang, salah satunya adalah bidang pemasaran. Semakin tingginya tingkat persaingan di dunia bisnis dan kondisi ketidakpastian ekonomi memaksa perusahaan mencapai keunggulan bersaing agar mampu memenangkan persaingan. Untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa yang optimal, pemilik perusahaan berusaha mencari strategi bisnis dengan berbagai konsep pemasaran apa yang akan dilakukan untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa mereka. Karena setiap pemilik ingin menguasai pasar dengan produk andalan mereka dapat dikenal lebih luas oleh konsumen. Tren gaya hidup sehat makin meningkat seiring dengan kesadaran masyarakat untuk menjaga tubuh. Setidaknya kondisi tersebut dapat kita saksikan dari booming-nya berbagai aktivitas olahraga yang makin banyak komunitasnya. Sebut saja beberapa olahraga yang banyak digemari dewasa ini, seperti lari, bersepeda, badminton, gym dan fitness, futsal, hiking, zumba hingga berbagai seni beladiri menjadi 'stamina' yang turut memompa geliat bisnis peralatan olahraga. Fenomena itu diamini oleh sejumlah perusahaan ritel

peralatan olahraga seperti MAP Aktif Adiperkasa (anak usaha PT Mitra Adiperkasa Tbk.), Decathlon Indonesia, hingga sejumlah e-commerce seperti Bhinneka, Tokopedia, dan Shopee. Banyak aspek yang menjadi pertimbangan konsumen untuk memilih salah satu toko alat olahraga yang diinginkannya, biasanya cenderung menjadi pemilih dan akan selalu memiliki berbagai pertimbangan sebelum memilih dan memutuskan untuk membeli suatu produk, namun masih terdapat tanda tanya besar apa yang seharusnya menjadi pertimbangan utama dalam memilih salah satu Toko Olahraga Panenka Sport di Bengkulu. Keputusan Pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang dilakukan konsumen dimulai jauh sebelum terjadinya kegiatan pembelian dan mempunyai kelanjutan yang panjang setelah pembelian dilakukan. Pemasar harus meneliti konsumen untuk mengetahui jenis masalah atau keinginan dan kebutuhan yang timbul, apa yang menyebabkan rasa kebutuhan itu dan bagaimana rasa kebutuhan itu mengarah pada obyek tertentu. Keputusan Pembelian akan dilakukan dengan menggunakan kaidah untuk menyeimbangkan sisi positif dengan sisi negatif suatu merek ataupun mencari solusi terbaik dari prespektif konsumen setelah di rasakan dan akan dievaluasi kembali (Subianto, 2017). Kualitas Pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan adalah kesesuaian dan derajat kemampuan untuk digunakan dari keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang disediakan dalam pemenuhan harapan yang dikehendaki konsumen dengan atribut atau faktor yang meliputi, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti langsung langsung (Novita Djafar, 2023).

Penerapan promosi diskon harga (Price Discount) yang dilakukan dalam persaingan harga dapat menambah daya tarik konsumen karena banyaknya pilihan yang tersedia, kondisi yang dihadapi, serta pertimbangan-pertimbangan yang mendasari perbedaan setiap individu untuk melakukan keputusan pembelian, Price Discount ini biasanya terjadi dalam beberapa jangka waktu tertentu yang diharapkan berdampak pada Keputusan Pembelian oleh konsumen. Konsumen memutuskan untuk membeli sebuah produk tidak lain adalah setelah mereka melihat harga suatu produk. Price Discount menurut Abdullah dan Francis (2015:189) memberikan hadiah kepada konsumen atas pembayaran awal, volume pembelian, dan pembelian di waktu luar musim dengan mengubah harga dasar suatu produk. Menurut Tjiptono (2015:229) Potongan harga/diskon merupakan salah satu jenis dari promosi penjualan. Potongan harga adalah pengurangan produk dari harga normal dalam periode tertentu. Kebijakan Price Discount ini sering dijumpai pada penghujung akhir pekan yaitu hari sabtu dan minggu, format promosi Price Discount ini juga bermacam-macam baik itu di media cetak maupun elektronik, jika pada media cetak biasanya dicetak dalam satu halaman penuh atau pada suatu spanduk besar yang menampilkan besaran Price Discount yang diberikan. Tujuan Price Discount ini jelas yaitu meningkatkan penjualan item produk tertentu, peningkatan pangsa pasar, menarik konsumen untuk membagikan lebih banyak informasi mengenai Price Discount ke calon konsumen yang lain dan tentunya pada akhirnya meningkatkan penjualan secara keseluruhan. Toko olahraga "Panenka Sport" adalah toko olahraga yang menjual berbagai alat olahraga yang telah mengukir reputasi sebagai destinasi utama bagi para pecinta olahraga. Berdiri sejak beberapa tahun yang lalu, Panenka Sport menawarkan beragam produk berkualitas tinggi, mulai dari perlengkapan sepak bola, tenis, fitness, hingga perlengkapan outdoor. Keunggulan Panenka Sport tidak hanya terletak pada ragam produknya, melainkan juga pada pelayanan yang profesional dan ramah, membuat pelanggan merasa nyaman dan percaya untuk berbelanja di toko ini. Dengan konsep toko yang modern dan penyusunan produk yang terorganisir dengan baik, Panenka Sport berhasil menciptakan atmosfer yang menginspirasi dan mendukung semangat olahraga. Selain itu, toko ini aktif dalam mendukung komunitas olahraga lokal melalui berbagai kegiatan sponsor dan promosi, memperkuat ikatan antara Panenka Sport dengan para penggemar olahraga setempat. Dengan visi dan komitmen untuk menjadi mitra terpercaya bagi para atlet dan pecinta olahraga, Panenka Sport terus berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan tren pasar, menjadikannya sebagai pemimpin industri peralatan olahraga di wilayahnya. Toko Panenka Sport terdapat di jalan Irian, Tanjung Jaya kota Bengkulu. Objek dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja maupun melakukan service alat olahraga di toko Panenka Sport

## LANDASAN TEORI

### Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah tindakan yang berhubungan langsung dengan perolehan dan identifikasi produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan sebelum dan sesudah tindakan tersebut. Keputusan Pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh kebiasaan, dalam kebiasaan membeli ini termasuk kapan pembelian dilakukan, kapan pembelian dilaksanakan dan dimana pembelian tersebut dilakukan (Marbun et al., 2022).

Keputusan Pembelian merupakan suatu keputusan final yang dimiliki seorang konsumen untuk

membeli suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu. Keputusan Pembelian yang dilakukan oleh konsumen menggambarkan seberapa jauh pemasar dalam usaha memasarkan suatu produk ke konsumen. Keputusan Pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi (Kamanda, 2024). Menurut Sudaryono (2016), mendefinisikan Keputusan Pembelian adalah bila seseorang dihadapkan pada dua pilihan, yaitu membeli dan tidak membeli, dan kemudian dia memilih membeli, maka dia ada dalam posisi membuat suatu keputusan. Ketika seseorang sebelum membeli produk yang diinginkan pasti akan melihat produk dan mengamatinya, tidak heran dimanapun berada seorang pembeli akan menanyakan secara detail target yang ingin mereka beli agar mereka tidak menyesal nantinya ketika produk yang mereka dapatkan sesuai yang mereka inginkan. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Proses pengambilan keputusan konsumen untuk membeli tidak bisa terjadi tiba-tiba atau dengan sendirinya, pasti terdapat stimulus atau rangsangan dari luar kendali konsumen. Umumnya seseorang membeli suatu produk biasanya setelah mereka melihat keluarga, teman, bahkan orang lain memakai atau memiliki suatu produk yang menarik dan yang mereka butuhkan. Oleh karena itu keluarga, teman dan orang lain dapat berpengaruh bagi seseorang yang ingin membeli atau memiliki suatu produk yang mereka butuhkan dan inginkan.

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas Pelayanan didefinisikan sebagai kemampuan suatu organisasi untuk secara konsisten memenuhi atau melebihi harapan pelanggan dalam memberikan layanan. Ini melibatkan semua aspek interaksi pelanggan dengan perusahaan, termasuk cara layanan disampaikan, responsivitas terhadap kebutuhan pelanggan, kehandalan dalam memenuhi janji, dan perhatian terhadap detail yang mempengaruhi pengalaman pelanggan (Krismantara et al., 2023). Kualitas Pelayanan adalah kegiatan utama atau pelengkap yang tidak secara langsung terlibat dalam proses pembuatan produk, tetapi lebih menekankan pada pelayanan transaksi antara pembeli dan penjual. Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut akan memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas jasa jauh lebih rumit didefinisikan, diterangkan, dan dinilai jika dibandingkan dengan kualitas produk. Mengutarakan terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa adalah jasa yang diharapkan (Expected service) dan jasa yang dipersepsikan (Perceived service) (Sari & Marlius, 2023). Menurut Amin Syukron (2014:179), kualitas didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Dalam suatu bisnis atau usaha, kualitas dari segi produk dan tempat sangatlah berpengaruh dalam persaingan dan juga dapat memuaskan pelanggan. Sedangkan menurut Pasuraman Kualitas Pelayanan didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka peroleh atau terima. Kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

### **Price Discount**

Potongan harga sering sekali ditemukan dalam proses transaksi jual beli maupun dalam menentukan pemakaian jasa. Kebanyakan bertujuan untuk meningkatkan minat beli dari para konsumen. Hal ini terjadi karena dengan adanya diskon konsumen akan tertarik untuk membelanjakan uangnya pada produk atau jasa yang menawarkan diskon. Price Discount menurut Abdullah dan Francis (2015:189) memberikan hadiah kepada konsumen atas pembayaran awal, volume pembelian, dan pembelian di waktu luar musim dengan mengubah harga dasar suatu produk. Menurut Tjiptono (2015:229) Potongan harga/diskon merupakan salah satu jenis dari promosi penjualan. Potongan harga adalah pengurangan produk dari harga normal dalam periode tertentu. Sedangkan promosi penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan secara dan/atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan. Price Discount adalah pengurangan harga asli suatu produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Price Discount atau diskon harga adalah pengurangan harga yang diterapkan pada harga asli dari suatu produk atau layanan. Diskon harga sering digunakan sebagai strategi pemasaran oleh perusahaan untuk menarik lebih banyak pelanggan, meningkatkan penjualan, atau menghabiskan stok lama (Wahyudi, 2017). Dari definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa Price Discount adalah pengurangan harga yang dikenakan pada suatu barang atau jasa yang diberikan oleh penjual kepada pelanggan dan dalam periode tertentu, potongan harga dapat ditawarkan karena pembayaran yang cepat atau karena pembelian dalam partai yang besar. Potongan harga diberikan penjual untuk mencapai volume penjualan yang besar.

## METODE PENELITIAN

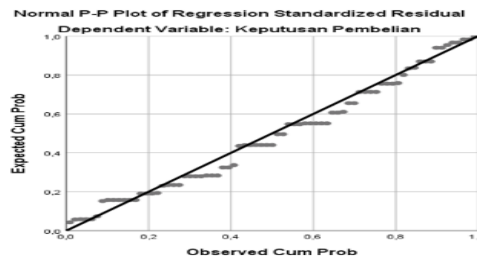
Teknik pengumpulan data merupakan langkah awal dalam melakukan penelitian, karna dengan adanya data kita dapat melakukan penelitian mengenai sesuatu dengan data yang diperoleh agar hasilnya konkret, tujuan utama dari penelitian adalah memperoleh data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data maka seorang peneliti tidak akan dapat melakukan penelitiannya dengan sesuai apa yang diharapkan, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standard data yang ditetapkan dan proses penelitian akan menjadi terhambat. Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survey dengan metode penelitian kuantitatif. Dimana penelitian tersebut dilakukan dengan cara pengumpulan data dengan mendedarkan kuesioner dan sebagainya. (Sugiyono, 2012).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### 1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan distribusi pada grafik P-P plot. Berikut ini hasil uji normalitas menggunakan grafik P-P plot menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 24.0:



**Gambar 1 Grafik Normal Plot**  
Sumber: Output SPSS 24.0

Gambar 1 menunjukkan bahwa uji normalitas berdasarkan grafik normal P-P Plot diketahui bahwa titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka uji normalitas baik dengan menggunakan grafik histogram maupun grafik normal probability plot tersebut, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

#### 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians. Menurut (Romel & Ekadjaja, 2023) uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji Glejser. Uji ini dilakukan dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika nilai probabilitas (p-value) dari variabel independen lebih besar dari 0,050 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memiliki masalah heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika nilai probabilitas variabel independen kurang dari 0,050 maka model regresi dikatakan mengalami heteroskedastisitas. Adapun hasil uji gletser heteroskedastisitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 1 Uji penyimpangan Heterokesdastisitas- uji gletser**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,088	,334		,264	,793
	Kualitas Pelayanan	-,091	,052	-,723	-1,746	,085
	Price Discount	-,032	,044	-,132	-,725	,471
	Keputusan Pembelian	,159	,068	,992	2,334	,022

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Sumber: Output SPSS 24.0

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikan Kualitas Pelayanan dan Price Discount berturut-turut adalah 0.085 dan 0.471. Semuanya lebih besar dari 0,050 dan variabel-variabel independen dapat dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas.

### 3 Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah tiap-tiap variabel bebas yaitu faktor Kualitas Pelayanan dan Price Discountsaling berhubungan secara linear. Pengujian adanya multikolinearitas ini dapat dilakukan dengan melihat nilai toleransi diatas 0,1 dan VIF nya lebih kecil dari 10 tidak ada kecenderungan terjadi gejala multikolinear. Pengujian multikoloneeritas menggunakan software SPSS versi 24 dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 2 Hasil Uji multikolinearitas**

No	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	.414	2.418	Non Multikolinearitas
2	Price Discount	.414	2.418	Non Multikolinearitas

Sumber: Output SPSS 24.0

Berdasarkan tabel 4.10 diatas terlihat bahwa semua variabel mempunyai nilai toleransi diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel pada penelitian ini bebas multikolinearitas.

### 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda yang akan dibahas dalam penelitian ini sehingga penulis bisa menggambarkan mengenai tanggapan responden (Kualitas Pelayanan dan Price Discount) terhadap Keputusan Pembelian pada toko olahraga panenka sport. Berdasarkan estemasi regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS Versi 24,0 For Windows,maka diperoleh tabel dibawah ini

**Tabel 3 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,312	1,576		2,541	,013
	Kualitas Pelayanan	,690	,038	,881	3,033	,000
	Price Discount	,158	,074	,105	2,140	,006

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Output SPSS 24.0

Dari perhitungan hasil diatas didapatkan persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = 3.312 + 0.690 (X_1) + 0.158 (X_2)$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut: Nilai Konstanta 3.312 mempunyai arti bahwa apabila variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) dan Price Discount (X<sub>2</sub>) sama dengan nol, maka variabel Keputusan Pembelian akan tetap yaitu 3.312. Koefisien Regresi X<sub>1</sub>, sebesar 0.690 mempunyai makna jika nilai variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) naik satu satuan maka nilai Keputusan Pembelian (Y) akan naik sebesar 0.690 dengan asumsi variabel Price Discount (X<sub>2</sub>) dianggap tetap. Koefisien Regresi X<sub>2</sub>, sebesar 0.158 mempunyai makna jika nilai variabel Price Discount (X<sub>2</sub>) naik satu satuan maka nilai Keputusan Pembelian (Y) akan naik sebesar 0.158 dengan asumsi variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) dianggap tetap. Hasil penelitian dalam penelitian yang paling dominan mempengaruhi variabel Keputusan Pembelian adalah Variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0.690.

### 5. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Untuk mengetahui besarnya presentase sumbangan pengaruh variabel bebas Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) dan Price Discount (X<sub>2</sub>) terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian (Y) maka dari perhitungan computer menggunakan SPSS 24,0 didapatkan uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4 Nilai Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,964 <sup>a</sup>	,929	,927	,54106
a. Predictors: (Constant), Price Discount, Kualitas Pelayanan				
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian				

Sumber: Output SPSS 24.0

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui nilai koefisien determinasi R.Square (R<sup>2</sup>) diperoleh nilai sebesar 0.929. Nilai ini mempunyai arti bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Price Discount terhadap variabel Keputusan Pembelian memberikan sumbangan sebesar 0.929 atau 92,9% terhadap Keputusan Pembelian pada toko olahraga panenka sport. Sedangkan sisanya sebesar 0.71 atau 0,71% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian ini.

#### 6. Pengujian Hipotesis Dengan Uji t

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat digunakan uji T dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 5 Hasil Pengujian Hipotesis dengan Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,312	1,576		2,541	,013
	Kualitas Pelayanan	,690	,038	,881	3,033	,000
	Price Discount	,158	,074	,105	2,140	,006
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						

Sumber: Output SPSS 24.0

Melalui perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS, maka perbandingan antara jumlah sampel (n) = 75, jumlah variabel (k) = 3, df = (n-k) = 75 - 3 = 72 diperoleh ttabel = 1.99346. Setiap variabel sebagai berikut :

- Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) yaitu t<sub>hit</sub> > ttabel (3.033 > 1.99346) dan (sig α = 0,000 < 0,050), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen pada toko olahraga panenka sport.
- Persepsi harga (X<sub>2</sub>) yaitu t<sub>hit</sub> > ttabel (2.140 > 1.99346) dan (sig á = 0,006 < 0,050), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan antara Price Discount (X<sub>2</sub>) terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen pada toko olahraga panenka sport.

#### 6. Pengujian Hipotesis Dengan Uji F

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) dan Price Discount (X<sub>2</sub>) terhadap Keputusan Pembelian (Y) maka digunakan uji f. Pada penelitian ini diketahui jumlah sampel (n) adalah 75 dan jumlah parameter (k) adalah 3 sehingga di peroleh, dfl = k-1 = 3 - 1 = 2, df2 = n-k = 75 - 3 = 72. Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat digunakan uji F sebagai berikut :

**Tabel 5 Hasil Pengujian Hipotesis dengan Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	275,269	2	137,634	470,147	,000 <sup>b</sup>
	Residual	21,078	72	,293		
	Total	296,347	74			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Price Discount, Kualitas Pelayanan						

Berdasarkan tabel uji hipotesis dengan uji F diatas diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 470.147 dengan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2.73 yaitu ( $470.147 > 2.73$ ) dan ( $sig \alpha = 0.000 < 0,050$ ), maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  diterima artinya secara simultan variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Price Discount (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen toko olahraga panenka sport.

### **Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang dilakukan pada konsumen Toko Olahraga Panenka Sport melalui penyebaran kuesioner terhadap 75 orang responden yang telah diuji menggunakan SPSS, dapat diketahui bahwa berdasarkan tanggapan responden mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan dan Price Discount berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen Toko Olahraga Panenka Sport di Bengkulu, Sehingga dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Hasil penelitian pada variabel Kualitas Pelayanan adalah terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen di toko olahraga panenka sport yang artinya dalam Kualitas Pelayanan pelanggan mendapatkan pelayanan yang baik dan memuaskan sehingga mempengaruhi keputusan mereka untuk melakukan pembelian. Pelayanan yang berkualitas mencakup berbagai aspek seperti keramahan staf, kecepatan layanan, pengetahuan produk, serta kemudahan dalam bertransaksi. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan di toko olahraga Panenka Sport dapat secara langsung berkontribusi pada peningkatan jumlah pembelian. Dalam melakukan pelayanan, konsumen bisa mengetahui tentang kelebihan dan kelemahan produk tersebut. Selain itu, pelayanan yang efektif juga mampu mempersingkat waktu transaksi, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian. Pelayanan yang informatif dan efisien tidak hanya membantu konsumen membuat keputusan yang lebih baik, tetapi juga meningkatkan kepuasan mereka terhadap pengalaman berbelanja secara keseluruhan. Hal ini pada akhirnya berkontribusi pada loyalitas konsumen dan peningkatan penjualan di toko. Menurut Reza Dani Prastika Sugiono, (2017) dalam penelitiannya menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian sehingga semakin baik Kualitas Pelayanan yang diterima oleh responden maka semakin cepat responden melakukan proses Keputusan Pembelian sebuah produk. Hal ini sesuai dengan hasil uji t terhadap variabel kualitas pelayanan, yang memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3.033 > 1.99346$ ) dan ( $sig \alpha = 0,000 < 0,050$ ), ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari variabel Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada toko olahraga panenka sport, maka dari itu sesuai dengan hasil uji t di atas dapat dinyatakan bahwa Hipotesis pertama ( $H_1$ ) dalam penelitian ini dapat diterima. Menurut Hutagalung dan Kasmir (2017) Kualitas pelayanan yaitu tindakan pelanggan atau perusahaan guna memenuhi kepuasan pada pelanggannya, staff, dan pimpinan perusahaan. Menurut Amrullah et al (2016) Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kualitas pelayanan yang baik akan menimbulkan perasaan senang dibenak konsumen dan timbullah rasa kepuasan dihati konsumen (Irfan Rizqullah Ariella, 2018). Dalam penelitian (Sudana, 2021) menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan Dan Harga berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kober Mie Setan Peguyangan. Hasil Menunjukkan bahwa ada hubungan signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kober Mie. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Prastika & Sugiono (2017) yang menyatakan Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Leopard Café Way Jepara Lampung Timur. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ilyas (2020) yang menyatakan bahwa faktor harga, kualitas layanan dan E-Commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan go-jek di wilayah Kecamatan Cibinong. Amrullah et al (2016) Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di Dealer Honda Star Motor Samarinda. Hal ini Menunjukkan bahwa kualitas pelayanan adalah faktor yang efektif untuk mempengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli barang atau jasa tertentu. Dengan memberikan pelayanan yang baik, toko dapat menarik pelanggan melalui informasi yang relevan dan pengalaman berbelanja yang positif. Hasil penelitian ini memperkuat teori bahwa kualitas pelayanan sangat memengaruhi keputusan pembelian semakin baik kualitas pelayanan, semakin banyak keputusan pembelian yang terjadi.

### **Pengaruh Price Discount (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Hasil penelitian pada variabel Price Discount menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen di toko olahraga Panenka Sport. Artinya, dengan adanya diskon harga, konsumen merasa lebih tertarik dan terdorong untuk melakukan pembelian. Diskon harga mencakup berbagai bentuk, seperti potongan harga langsung, promosi beli satu gratis satu, atau

penawaran khusus dalam periode tertentu. Penelitian ini menemukan bahwa diskon harga memberikan insentif bagi konsumen untuk segera melakukan pembelian, yang seringkali tidak direncanakan sebelumnya. Selain itu, diskon harga dapat meningkatkan persepsi konsumen terhadap nilai produk, sehingga mereka merasa mendapatkan keuntungan lebih besar dari pembelian tersebut. Lebih lanjut, penelitian ini juga menunjukkan bahwa diskon harga tidak hanya menarik pelanggan baru tetapi juga mendorong pelanggan yang sudah ada untuk melakukan pembelian ulang. Diskon harga yang diatur dengan baik dan disampaikan secara efektif dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mengurangi kemungkinan mereka beralih ke pesaing. Hal ini sesuai dengan hasil uji t terhadap variabel kualitas pelayanan, yang memiliki nilai thitung > ttabel ( $2.140 > 1.99346$ ) dan ( $\text{sig } \alpha = 0,006 < 0,050$ ), ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari variabel Price Discount terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen toko olahraga panenka sport, Maka dari itu sesuai dengan hasil uji t di atas dapat dinyatakan bahwa Hipotesis pertama (H2) dalam penelitian ini dapat diterima. Menurut Tolisindo, (2017) Potongan harga merupakan salah satu strategi bisnis yang diterapkan oleh para pelaku bisnis. Strategi potongan harga diberlakukan dengan tujuan utama perputaran uang perusahaan tetap terjaga. Perputaran uang yang dinamis, perusahaan dapat membiayai biaya operasional dan biaya tenaga kerja. Menurut Emor & Soegoto (2015) Hasil penelitiannya menunjukkan baik secara simultan maupun parsial potongan harga, citra merek, dan servicescape berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Tolisindo (2017) dalam penelitiannya menyatakan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang dilakukan, dalam penelitian ini adalah potongan harga berpengaruh positif terhadap proses keputusan pembelian produk di Indomaret Lampung Utara, hipotesis penelitian ini diterima. Hal ini tergambar dalam penelitian Rini Astuti (2017) bahwa Price Discount berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian sehingga semakin baik Price Discount yang diterima oleh responden maka semakin cepat responden responden melakukan proses Keputusan Pembelian sebuah produk. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rafi & Hermina (2023) yang menyatakan Content Marketing dan Price Discount terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Kota Bandung). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa marketing konten dan diskon harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Chaniago & Hou (2022) Hasil analisis data menunjukkan bahwa lokasi dan price discount berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Afrida (2021) Diskon harga tidak hanya membuat produk lebih terjangkau tetapi juga dapat meningkatkan daya tarik produk tersebut di pasar kompetitif seperti pasar mobil. Hasil penelitian ini memperkuat teori bahwa Variabel price discount berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Suzuki pada Masyarakat Kota Padang.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Price Discount (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Price Discount bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, hal ini bahwa hipotesis terbukti dengan dengan inovasi dalam pelayanan dan penerapan diskon harga yang efektif, serta kemampuan karyawan dalam memasarkan produk, toko olahraga Panenka Sport mampu membangun keterikatan dan kepercayaan konsumen terhadap merek. Hal ini tidak hanya meningkatkan keputusan pembelian konsumen, tetapi juga memperluas pangsa pasar toko dalam industri olahraga yang kompetitif. Dengan strategi yang terfokus pada meningkatkan pengalaman konsumen dan memberikan nilai tambah melalui pelayanan yang berkualitas, toko dapat lebih memperkuat posisi mereka sebagai tujuan utama bagi para penggemar olahraga untuk memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini terlihat pada hasil uji f yang menyatakan nilai Fhitung > Ftabel, yaitu ( $470.147 > 2.73$ ) dan ( $\text{sig } \alpha = 0.000 < 0,050$ ), maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa (H3) diterima, artinya secara simultan variabel content Kualitas Pelayanan dan Price Discount bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian toko olahraga Panenka Sport. Hasil penelitian sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Novirsari, 2019) menunjukkan bahwa potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen serta variabel kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian (Pratiwi & Sukaesih, 2023) Kebijakan potongan harga dan kualitas layanan secara simultan dan secara parsial terdapat pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan penggunaan Grab Food pada masa Pandemi Covid-19. Menurut Rahman & Wijayanti (2023) Hasil penelitian menunjukkan e-service quality dan price discount memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian di marketplace Shopee baik secara parsial maupun simultan. (Amalia, 2022) dalam penelitiannya menyatakan adanya pengaruh, kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian. Sejalan dengan penelitian (Enre et al., 2020) menyatakan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada CV Obor. Bagian ini merupakan bagian utama artikel hasil penelitian dan biasanya merupakan bagian terpanjang dari suatu artikel. Hasil penelitian yang disajikan dalam bagian ini adalah hasil "bersih". Proses analisis data seperti perhitungan statistik dan proses pengujian hipotesis tidak perlu



disajikan. Hanya hasil analisis dan hasil pengujian hipotesis saja yang perlu dilaporkan. Tabel dan grafik dapat digunakan untuk memperjelas penyajian hasil penelitian secara verbal. Tabel dan grafik harus diberi komentar atau dibahas.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Price Discount Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Olahraga Panenka Sport di Bengkulu, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Olahraga Panenka Sport.
2. Price Discount memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Olahraga Panenka Sport.
3. Secara bersama-sama Kualitas Pelayanan dan Price Discount memiliki pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Olahraga Panenka Sport.

### DAFTAR PUSTAKA

- Afrida. (2021). Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merek Mobil Suzuki (Studi Kasus: Masyarakat Kota Padang). *Eko Dan Bisnis (Riau Economics And Business Review)*, 12(May), 31–48.
- Amalia, W. N. (2022). Pengaruh Potongan Harga, Kualitas Pelayanan Dan Wom (Word Of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Richeese Factory Purwokerto Skripsi.
- Amrullah, Siburian, P. S., & Za, S. Z. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Kinerja : Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 13(2), 99–118. <https://Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/Kinerja/Article/View/826>
- Ansari, D. H. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak Usu (Pajus) Medan. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 7(3), 227–242. [www.Ayogitabisa.Com](http://www.Ayogitabisa.Com)
- Chaniago, S., & Hou, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Price Discount Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cv. Super Com. *Jurnal Mahkota Bisnis (Makbis)*, 1(1), 11–23. <https://doi.org/10.59929/Mm.V1i1.4>
- Emor, R. Y. ., & Soegoto, A. S. (2015). Pengaruh Potongan Harga, Citra Merek, Dan Servicescape Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret Tanjung Batu. *Jurnal Emba*, 3(2), 738–748.
- Enre, A., Hutagalung, D. S., Simbolon, H. A., & Ong, M. T. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Cv Obor Pematangsiantar. *Owner*, 4(1). <https://doi.org/10.33395/Owner.V4i1.173>
- Fadillah, A., Salsabila, Y. N., & Daryanto, A. (2019). Marketing Strategy Analysis Kopi Arabika Specialty (Studi Kasus Pada Cv Frinsa Agrolestari). *Jimfe (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.34203/Jimfe.V5i1.1324>
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, F., & Dirbawanto, N. D. (2024). Pengaruh Perceived Quality Dan Price Discount Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Aplikasi Grabfood. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 4(1), 47–56. <https://doi.org/10.55047/Transekonomika.V4i1.610>
- Ilyas, Y. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Layanan Dan Teknologi E-Commerce Terhadap Keputusan Untuk Menggunakan Layanan Go-Jek Di Wilayah Kecamatan Cibinong. *Economicus*, 12(1), 40–50. <https://doi.org/10.47860/Economicus.V12i1.142>
- Isa, M., & Niffari, A. (2023). Pengaruh Harga, Promo Gratis Ongkirdan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Shopeefood ( Studi Kasus Pengguna Shopeefood Di Semarang ).
- Kamanda, S. V. (2024). Pengaruh Fitur Live Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pelanggan E-Commerce Shopee. *Jurnal Al-Amal*, 2(1), 1–7.
- Kotler. (2015). *Struktur Keputusan Pembelian*. 10.
- Krismantara, K. H., Suartina, I. W., & Mahayasa, I. G. A. (2023). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Ud. Paon Kembar Desa Peguyangan Kangin Denpasar.” *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(4), 790–798.
- M. Jannah. (2019). Tahapan Keputusan Pembelian. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://dSPACE.Uii.Ac.Id/Bitstream/Handle/123456789/914/05.2> Bab

- 2.Pdf?Sequence=8&Isallowed=Y#:~:Text=Proses Keputusan Pembelian-,Menurut Kotler Dan Keller (2009)%2c Proses Keputusan Pembelian Merupakan,Dan Memiliki Dampak Yang Lama
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727. <https://Dinastirev.Org/Jmpis/Article/View/1134>
- Novirsari, E. (2019). Pengaruh Diskon Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pt . Himalaya Drug Company. *Manajemen, Stie Tricom*, 12(2), 101–111.
- Novita Djafar, I. Y. S. S. R. H. R. H. Et Al. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembeli Di Cv.Mufidah Kota Gorontalo. *Journal Of Economic And Business Education*, (1)(May/2023), 77–81.
- Nur Alfiah, S., & Aminah, S. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Inovasi Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Pabrik Lewo Surabaya. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(3), 970–985. <https://doi.org/10.47467/Reslaj.V5i3.2136>
- Panuntun, D. (2020). Hubungan Antara Kemampuan Kerja Dengan Kualitas Pelayanan Pada Karyawan Bagian Tata Usaha Di Universitas Muhammadiyah Purwokerto. 111.
- Prastika. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Unit Informasi Terhadap Kepuasan Penumpang Bandar Udara Komodo Labuan Bajo. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 3172–3180.
- Prastika, R. D., & Sugiono. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Leopard Cafe Way Jepara Lampung Timur. *Jurnal Dinamika*, 3(1), 36–47.
- Pratiwi, S. E., & Sukaesih, U. (2023). Grab Food Pada Masa Pandemi Covid-19. 02(03), 144–159.
- Rafi, F., & Hermina, N. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Price Discount Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Aplikasi Tokopedia Di Kota Bandung). *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(4), 2252–2258. <https://doi.org/10.54371/Jiip.V6i4.1857>
- Rahman, T., & Wijayanti, R. F. (2023). Pengaruh E-Service Quality Dan Price Discount Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen (Jimmu)*, 8(2), 232–239. <https://doi.org/10.33474/Jimmu.V8i2.20558>
- Rahmawan, M. F., & Hanifa, F. H. (2016). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Diskon Harbolnas Dan Web Quality 4.0 Lazada.Co.Id Terhadap Keputusan Pembelian. *Prosiding Snapp2016 Sosial, Ekonomi, Dan Humaniora*, 6(1), 35–40. <http://proceeding.unisba.ac.id/index.php/sosial/article/view/41>
- Romel, W., & Ekadjaja, A. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Firm Size, Dan Net Working Capital Terhadap Cash Holding. *Jurnal Ekonomi Universitas Tarumanagara*, 28(1), 53. <https://doi.org/10.24912/Jpa.V3i3.14910>
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Sari, R. F., & Marlius, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada D'sruput Lapai Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 1801–1812.
- Subianto, T. (2017). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3(3), 165–182.
- Sudana, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kober Mie Setan (Study Kasus Kober Mie Setan Peguyangan). 2021, 22(2), 555–561. <https://doi.org/10.5281/Zenodo.5574445>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Cv Alfabeta.
- Sugiyono. (2013b). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Surya Mega Wijaya, P., & Lourensius Tarigan, D. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Kepercayaan, Kepuasan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Shopee Food. *Jurnal Socia Akademika*, 8(2), 74–85. <https://aks-akk.e-journal.id/jsa/article/view/196>
- Tolisindo, J. (2017). Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Lampung Utara Kecamatan Kotabumi Utara. *Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 01, 1–7.
- Wahyudi. (2017). Pengaruh Price Discount Terhadap Impulse Buying. *Block Caving – A Viable Alternative?*, 21(1), 1–9.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif : Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102. <https://doi.org/10.33592/Perspektif.V3i2.1540>
- Yanti Apriyani, D. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Masyarakat. 2(2), 1–61.