

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TV BERLANGGANAN TRANSVISION DI KOTA BATAM

Kurniat Hati Mendrofa¹, Yossi Hendriati²

¹ Mahasiswa Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo
Komplek Green Garden Blok C No.16 Kampung Seraya Kecamatan Batu Ampar
Kota Batam, Kepulauan Riau

Email: kurnyhmendrofa@gmail.com

² Dosen Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo
Komplek Green Garden Blok C No.16 Kampung Seraya Kecamatan Batu Ampar
Kota Batam, Kepulauan Riau

Email: yosiegaleo@gmail.com

ABSTRACT

This research is aimed to know the influence of price, product, and service qualities toward the purchase of cable or paid TV in Batam. The research uses description analysis method which gives the description of research object variables that have been researched and then takes the conclusion. The research objects as free variables are the price (X1), product quality (X2), service quality (X3) and purchase decision as tied variable. The population of the research is all the Transvision cable or paid TV subscribers in Batam. The sampling method uses purposive sampling technique means the samples decided by the resercher based on the subscribers who have subscribed more than 3 years, who takes gold package for a year and youngsters within 18-35 years old the samples of this research are 50 subscribers. Data processing shows the influence of the price, product quality and service quality toward the decision of Transvision cable TV purchasing in Batam. R square 80,7% from the result, can be concluded that the price variable (X1), product quality (X2), service quality (X3) influence simultaneously to the decision of purchasing variable (Y) However 19,3% influenced by other variables out of this regression equation or the variables which not reserched by the writer.

Keywords: Price, Product Quality, Service Quality, Purchase Decision

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas, produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian TV berlangganan di Kota Batam. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode analisa deskripsi yaitu memberikan gambaran akan variabel-variabel tentang objek penelitian yang sedang diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Objek penelitian yang menjadi variabel bebas adalah harga (X1), kualitas produk (X2), kualitas pelayanan, (X3), dan keputusan pembelian (Y) sebagai variabel terikat. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pelanggan TV berlangganan Transvision di kota Batam. Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel yakni dengan metode teknik *purposive sampling* artinya teknik pengambilan dan penentuan sampel yang ditentukan oleh peneliti berdasarkan pelanggan yang berlangganan lebih dari tiga tahun, pelanggan yang mengambil paket gold selama setahun, dan pelanggan yang umur masih muda antara 18-35 tahun sehingga sampel yang diambil dari penelitian ini berjumlah 50 orang pelanggan. Hasil pengolahan data penelitian menunjukkan adanya pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian TV berlangganan Transvision di kota Batam. R square 80,7% dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X1), kualitas produk (X2), dan kualitas pelayanan, (X3) secara simultan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sedangkan 19,3%

dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti oleh penulis.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Saat ini, televisi adalah salah satu hal yang sangat diminati oleh masyarakat untuk mendapatkan data atau informasi yang sedang berlangsung saat ini. Televisi merupakan salah satu alat media yang digunakan sebagai media korespondensi massa. Korespondensi massa adalah siklus ketika asosiasi media membuat dan menyebarkan pesan yang dimulai dengan satu pertemuan berikutnya atau ke semua orang. Hal ini membuat media menjadi bagian dari organisasi yang mungkin paling membumi di mata publik.

untuk mendapatkan data atau informasi di televisi, publik menggunakan layanan jarak jauh yang dapat diperoleh secara langsung dengan parabola melalui televisi satelit keanggotaan dasar, sifat praktis gambar dan suara berikutnya lebih unggul dari pada kabel radio UHF (Ultra High Frequency). Di Indonesia ada beberapa televisi satelit keanggotaan diantaranya Televisi Digital, Transvision, Indovision, K-Vision, Top TV, Orange TV, Mola TV, dan beberapa administrator satelit lainnya. Transvision adalah PT Trans Media, yang bergerak di divisi administrasi televisi berlangganan dengan kantor pusat yang berada di Jakarta, Indonesia. Perusahaan dalam memenangkan persaingan, Transvision hadir berbeda yakni memperkuat berbagai tayangan berkualitas dan berselera tinggi untuk semua pelanggan dengan kualitas gambar yang sangat tajam. Dengan begitu banyak saingan harga di berbagai provider televisi satelit lainnya.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dapat diketahui kajian utama dalam penelitian ini difokuskan pada keputusan pembelian TV berlangganan Transvision di kota Batam, baik dari segi harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan artinya konsumen mencari tahu terlebih dahulu tentang produk Transvision. Hal ini tentu akan berdampak pada penjualan Transvision di kota Batam. Berdasarkan latar belakang masalah ini maka penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian TV Berlangganan Transvision Dikota Batam”**

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada TV berlangganan Transvision di Kota Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada TV berlangganan Transvision di Kota Batam.
3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada TV berlangganan Transvision di Kota Batam.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada TV berlangganan Transvision di Kota Batam.

Definisi Variabel

- Harga

Pengertian harga menurut J. Paul Peter & Jerry C.Olson, (2014: 150), ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Untuk pelanggan yang sensitif, harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value of money* yang tinggi. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat menetapkan harga produknya dengan baik dan tepat sehingga konsumen tertarik dan mau membeli produk yang ditawarkan supaya perusahaan mendapatkan keuntungan.

- **Kualitas Produk**

Menurut David A Garvin, (2017), salah satu nilai utama yang diharapkan oleh pelanggan dari produsen adalah kualitas produk. Pembeli akan membeli produk jika merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan pasar atau selera konsumen agar pemasaran produk berhasil. Kualitas produk merupakan faktor yang terdapat dalam suatu produk yang menyebabkan produk tersebut bernilai sesuai dengan maksud untuk apa produk tersebut diproduksi.

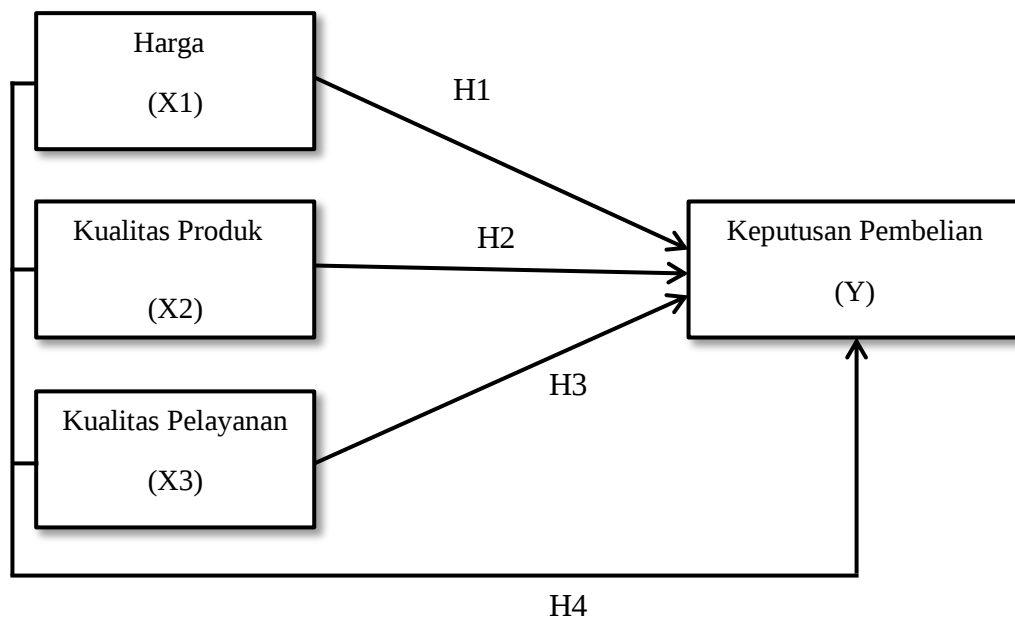
- **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2014). Dalam memberikan pelayanan yang baik harus dilakukan secara konsisten, tulus dan menunjukkan sikap antusias yang tinggi dan menciptakan suasana yang membuat pelanggan nyaman dan terus berlangganan. Dalam pelayanan yang paling penting adalah bagaimana kita selalu memberikan kesan terbaru yang belum pernah didapatkan dari pelayanan sebelumnya oleh pelanggan. Tentu hal ini memberikan kesan positif baru kepada pelanggan dan pengalaman yang terkesan dihati setiap pelanggan.

- **Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian merupakan siklus yang dimulai dari pelanggan memahami masalah, mencari informasi tentang merek dan produk tertentu dan menilai merek dan produk, seberapa baik setiap pilihan ini dapat mengatasi masalah dan kemudian mengatur siklus tersebut mengarah kepada keputusan pembelian Tjiptono, (2014 : 21).

Kerangka Teori



Gambar 1. Kerangka Teori

Hipotesis

1. Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian TV berlangganan Transvision di kota Batam.
2. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian TV

- berlangganan Transvision di kota Batam.
3. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian TV berlangganan Transvision di kota Batam.
 4. Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian TV berlangganan Transvision di kota Batam.

METODE PENELITIAN

Populasi

Populasi adalah wilayah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018: 285). Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pelanggan TV berlangganan Transvision di Batam berjumlah 1.180 pelanggan.

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013: 81). Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* artinya suatu teknik penentuan dan pengambilan sampel yang ditentukan oleh peneliti berdasarkan pertimbangan tertentu (sugiyono, 2015). Pertimbangan yang dimaksud berupa pelanggan yang berlangganan lebih dari tiga tahun, pelanggan yang mengambil paket gold selama setahun, dan pelanggan yang umur masih muda. Sampel yang diambil dalam penelitian ini terdiri dari 50 responden.

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner (Angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (sugiyono, 2018).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisa deskriptif, yaitu memberikan gambaran keseluruhan tentang objek penelitian yang sedang diteliti. dikumpulkan dengan metode survei menggunakan kuesioner yang terstruktur yang diberikan langsung kepada pelanggan TV berlangganan Transvision di Kota Batam. Pengujian instrumen dalam penelitian ini dilakukan untuk melihat apakah pernyataan atau pertanyaan yang dibuat tersebut layak atau tidak untuk digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini.

Uji Validitas

Dari uji ini dapat diketahui apakah item-item pernyataan atau pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner dapat digunakan untuk mengukur keadaan keadaan responden yang sebenarnya dan menyempurnakan kuesioner tersebut (Wibowo. Agung Edy, 2013: 25).

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Model regresi berganda dengan sendirinya menyatakan suatu bentuk hubungan linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Dalam analisis ini tujuannya adalah untuk mengetahui nilai estimasi atau prediksi nilai dari masing-masing variabel independen dengan variabel dependennya jika suatu kondisi terjadi (Wibowo. Agung Edy, 2013: 99).

Analisis Koefisien Determinasi

Analisis ini digunakan untuk mengetahui jumlah atau persentase sumbangan pengaruh variabel bebas dalam model regresi yang secara serentak atau bersama-sama memberikan

pengaruh terhadap variabel tidak bebas (Wibowo. Agung Edy, 2013: 105)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini memiliki beberapa karakteristik diantaranya jenis kelamin, usia, pendidikan, dan penghasilan.

1. Harga

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Item Harga

Item pernyataan	Nilai korelasi	Nilai r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,741	0,273	Valid
X1.2	0,724		
X1.3	0,724		
X1.4	0,609		

Sumber: Data Primer, Olahan SPSS 2021

2. Kualitas Produk

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Item Kualitas Produk

Item pernyataan	Nilai korelasi	Nilai r_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,750	0,273	Valid
X2.2	0,804		
X2.3	0,556		
X2.4	0,811		
X2.5	0,726		
X2.6	0,892		

Sumber: Data Primer, Olahan SPSS 2021

3. Kualitas pelayanan

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Item Kualitas Pelayanan

Item pernyataan	Nilai korelasi	Nilai r_{tabel}	Keterangan
X3.1	0,876	0,273	Valid
X3.2	0,703		
X3.3	0,773		
X3.4	0,767		
X3.5	0,744		

Sumber: Data Primer, Olahan SPSS 2021

4. Keputusan Pembelian

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Item Keputusan Pembelian

Item pernyataan	Nilai korelasi	Nilai r_{tabel}	Keterangan
Y.1	0,902	0,273	Valid
Y.2	0,938		
Y.3	0,902		

Sumber: Data Primer, Olahan SPSS 2021

Dilihat dari tabel diatas, diperoleh nilai korelasi seluruh item pernyataan dari variabel harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kualitas pelayanan lebih besar dari nilai R_{tabel} 0,273 jadi, dapat disimpulkan bahwa semua variabel adalah valid dengan arti semua pernyataan sesuai semua dengan variabel.

PENGUJIAN HIPOTESIS

Tabel 5. Regresi Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig
	B	Std. Error		
Constanta	-2,117	1,145		
Harga	0,347	0,101	0,350	0,001
Kualitas produk	0,179	0,073	0,309	0,017
Kualitas pelayanan	0,222	0,082	0,320	0,010

Sumber: Data Primer, Olahan SPSS 2021

Dari tabel diatas dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -2.117 + 0.347X_1 + 0.179X_2 + 0.222X_3 + e$$

Persamaan diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Apabila variabel lain bernilai konstanta maka nilai Y akan berubah dengan sendirinya sebesar nilai konstant yaitu -2.117.
2. Apabila variabel lain bernilai konstanta maka nilai Y akan berubah Sebesar 0,347 setiap satu satuan X_1 .
3. Apabila variabel lain bernilai konstanta maka nilai Y akan berubah Sebesar 0,179 setiap satu satuan X_2 .
4. Apabila variabel lain bernilai konstanta maka nilai Y akan berubah Sebesar 0,222 setiap satu satuan X_3 .

Tabel 6. Uji t

Variabel	T	Sig.	Keterangan
Harga	3.450	0.001	Berpengaruh Secara Parsial
Kualitas produk	2.470	0.017	
Kualitas pelayanan	2.704	0.010	

Sumber: Data Primer, Olahan SPSS 2021

Berdasarkan Tabel diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Untuk variabel harga $t_{hitung} (3.450) > t_{tabel} (1.676)$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel harga terhadap keputusan pembelian, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y.
2. Untuk variabel kualitas produk $t_{hitung} (2.470) > t_{tabel} (1.676)$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_2 berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y.
3. Untuk variabel kualitas pelayanan $t_{hitung} (2.704) > t_{tabel} (1.676)$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_3 berpengaruh secara parsial terhadap variabel.

Tabel 7. Uji F

Variabel	F	Sig.	Keterangan
Harga	64.066	0.000	Berpengaruh Secara Simultan
Kualitas produk			
Kualitas pelayanan			

Sumber: Data Primer, Olahan SPSS 2021

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 64.066 dan nilai F_{tabel} adalah 2.80 sehingga nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $64.066 > 2.80$, dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

PEMBAHASAN

1. Berdasarkan nilai regresi berganda diperoleh nilai β regresi berganda variabel Harga X_1 (β 0,347), maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas harga terhadap variabel terikat keputusan pembelian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 berpengaruh positif terhadap Y atau dapat dikatakan bahwa H_1 diterima. Hasil penelitian ini serupa dengan penelitian Wayan Adi Wirawan, (2013) menyatakan bahwa koefisien regresi untuk variabel harga (X_1) diperoleh $t_{hitung} = 2,018$ dan $t_{tabel} = 1,989$ yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan demikian H_0 ditolak, artinya bahwa variabel Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan Pembelian (Y) helm merek ink.
2. Berdasarkan nilai regresi berganda diperoleh nilai β regresi berganda variabel Kualitas Produk X_2 (β 0,179), maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas kualitas produk terhadap variabel terikat keputusan pembelian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_2 berpengaruh positif terhadap Y atau dapat dikatakan bahwa H_2 diterima. Hasil penelitian ini serupa dengan penelitian Alfredo Dwitama Soenawan, Edward Stephen Malonda (2014), hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa nilai t hitung dari variabel Kualitas Produk (X_1) adalah sebesar 5,657 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama penelitian ini, yaitu: "Diduga kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen D'Stupid Baker Surabaya," diterima. Serta dengan hasil analisis penelitian menunjukan bahwa nilai mean dari variabel kualitas produk ialah

sebesar 3,53. Menurut ukuran nilai interval kelas menunjukkan bahwa nilai tersebut (3,53) bisa dikategorikan dalam kategori baik.

3. Berdasarkan nilai regresi berganda diperoleh nilai β regresi berganda variabel Kualitas Pelayanan X_3 (β 0,222), maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas kualitas pelayanan terhadap variabel terikat keputusan pembelian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_3 berpengaruh positif terhadap Y atau dapat dikatakan bahwa H_3 diterima. Hasil penelitian ini serupa dengan penelitian Nova Dhita Kurniasari (2013), Pengujian pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai t sebesar 2,857 dengan tingkat signifikansi 0,005. Karena nilai signifikansi $0,005 < 0,05$ maka H_3 diterima. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Berdasarkan hasil analisis determinasi diperoleh hasil nilai koefisien determinasi $R Square (R)^2 = 0,807$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3) secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel Keputusan pembelian (Y) sebesar 80,7% sedangkan sisanya 19,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti oleh penulis dan artinya H_4 diterima. Hal ini memperkuat penelitian Yenny Remita Fitrianty (2018), nilai $R Square$ sebesar 0.518 (51.8%), angka tersebut menggambarkan bahwa keputusan pembelian (Y) dapat dipengaruhi oleh Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3) sebesar 51.8%, sedangkan sisanya 48.2% adalah faktor-faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian TV berlangganan Transvision di Kota Batam. Hal ini dibuktikan dengan nilai (β 0,347) dan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2.470 > 1.676$)
2. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian TV berlangganan Transvision di Kota Batam. Hal ini dibuktikan dengan nilai β (0,179) dan t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2.470 > 1.676$)
3. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian TV berlangganan Transvision di Kota Batam. Hal ini dibuktikan dengan nilai (β 0,222) dan t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2.704 > 1.676$)
4. Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap keputusan pembelian TV berlangganan Transvision di Kota Batam. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($64.066 > 2.81$).

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti mempunyai beberapa saran sebagai berikut:

1. TV berlangganan Transvision disarankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dimasa pandemi sehingga keputusan pembelian masyarakat terhadap Transvision semakin tinggi.

2. TV berlangganan Transvision disarankan untuk selalu meningkatkan desain-desain, dan channel baru lainnya sehingga ada rasa ingin menanti untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian masyarakat.
3. TV berlangganan Transvision disarankan untuk selalu menetapkan harga sesuai dengan desain dan kualitas produk yang dipasarkan sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian terhadap produk dari Transvision.
4. Bagi peneliti selanjutnya, saran yang dapat diberikan berkaitan dengan penelitian ini diharapkan kepada peneliti selanjutnya mencari dan menambahkan variabel lain untuk melakukan penelitian yang akan diteliti sehingga hasil penelitian selanjutnya akan semakin baik serta dapat memperoleh ilmu pengetahuan yang baru.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Ibu Yossi Hendriati, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penelitian ini, terima kasih kepada seluruh Dosen, Prodi dan Staff Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo yang telah banyak membantu penulisan selama perkuliahan, orang tua, saudara dan keluarga lainnya yang selalu memberi nasehat dan mensupport dalam menyelesaikan penelitian ini, beserta teman-teman dan sahabat saya yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan penelitian ini. Terima kasih kepada pihak Transvision Edy setyono yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan penelitian ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan semua pihak yang telah banyak membantu. Semoga penelitian bermanfaat dan berguna bagi dunia akademisi untuk pengembangan ilmu.

DAFTAR PUSTAKA

- Bambang, Tri, I, (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Online Di Toko L-in Shop Batam.
- Davit A Garvin. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Mobil Avanza Di Kabupaten Pasaman Barat. *e-jurnal apresiasi ekonomi*, 5(3), 149–154.
- J. Paul Peter, J. C. O. (2014). ISSN 2303-1174 C.J.Gerung., J.Sepang., S.Loindong. Pengaruh Kualiatas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada PT. Wahana wirawan manado *Jurnal Emba*, 5(2), 150–154.
- sugiyono. (2018). Analisis Hubungan Resiliensi Matematik Terhadap Kemampuan Pemecahan Masalah Siswa Pada Materi Lingkaran. *JPMI (Jurnal Pembelajaran Matematika Inovatif)*, 1(5), 199. <https://doi.org/10.22460/jpmi.v1i5.p819-826>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*.
- Tjiptono. (2011). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Di Kantor Kecamatan Bungah Gresik. *Erlangga. Jakarta*, 53(9), 28–51.
- Tjiptono. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom). *AdBispreneur*, 2(2), 125–133. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v2i2.13164>
- Wibowo. Agung Edy. (2013). *SPSS dalam Perspektif dan Riset Bisnis* (2013 ed.). Penerbit Gaya Media.