

Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Fotocopy Anugrah Rengat

Hermanto, Angga Hapsila

Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Indragiri Rengat, Indonesia

hermanto@stieindragiri.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada Fotocopy Anugrah Rengat. Dengan jumlah sampel dalam penelitian sebanyak 98 orang, metode pengambilan sampel dengan accidental sampling secara acak. Metode pengolahan data menggunakan bantuan Program Aplikasi IBM SPSS Statistics 21, Analisis data yang digunakan dengan Uji Instrumen (Uji Validitas, Uji Reliabilitas), Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Linearitas, Uji Heterokedastisitas, Uji Multikolinearitas), Regresi Linear Berganda, Korelasi Berganda, Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis dengan uji F serta uji t. Hasil penelitian di dapatkan adalah (1) Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada Fotocopy Anugrah Rengat. (2) Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada Fotocopy Anugrah Rengat. (3) Harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada Fotocopy Anugrah Rengat. Besarnya pengaruh dari kedua variabel harga kualitas pelayanan terhadap minat beli sebesar 20,6%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini sebesar 79,4%. Akhir penelitian penulis menyarankan kepada pemilik usaha untuk memperhatikan harga yang dijual dengan memberikan potongan dan diskon kepada konsumen yang berbelanja, pemilik usaha perlu melakukan briefing kepada karyawan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan dengan memberikan pelayanan yang ramah dan memberikan senyuman kepada setiap konsumen.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan dan Minat Beli

1. Pendahuluan

Usaha fotocopy banyak sekali diminati oleh pelaku usaha yang meinvestasikan dananya dalam kegiatan usaha. Dikecamatan rengat sendiri banyak usaha pofotocopy, dalam melakukan usaha fotocopy pelaku usaha juga melakukan penjualan atk beserta pulsa. Setiap harinya ada saja masyarakat yang membutuhkan fotocopy, hal ini tentu membuat pelaku usaha bagaimana menarik hati pelanggan untuk menggunakan jasa fotocopynya. Dari data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Indragiri Hulu bahwa di Kecamatan Rengat dari tahun 2015 s/d 2018 terdapat peningkatan pelaku usaha fotocopy. Berikut jumlah pelaku usaha fotocopy pada kecamatan rengat tahun 2015 s/d 2018

Tabel 1. Jumlah Pelaku Usaha Fotocopy di Kecamatan Rengat

No	Tahun	Jumlah Pelaku Usaha
1	2015	28 Pelaku Usaha
2	2016	35 Pelaku Usaha
3	2017	41 Pelaku Usaha
4	2018	49 Pelaku Usaha

Perkembangan usaha fotocopy yang semakin meningkat setiap tahunnya tidak terlepas dari kebutuhan masyarakat untuk jasa fotocopy dalam keperluan sehari-harinya. Minat beli

konsumen menjadi salah satu faktor pendukung pelaku usaha untuk membuka usaha fotocopy.

Fotocopy anugrah merupakan salah satu fotocopy yang ada di kecamatan rengat. Minat beli konsumen pada fotocopy anugrah mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Dengan meningkat jumlah pelaku usaha setiap tahunnya, tentu membuat pemilik usaha seperti fotocopy anugrah untuk memenangkan persaingan usaha dalam minat beli konsumen menjadi pertimbangan yang harus dilakukan. Berikut jumlah pendapatan yang diterima fotocopy anugrah tahun 2015 s/d 2018.

Tabel 2. Jumlah Pendapatan

No	Tahun	Jumlah Pendapatan
1	2015	Rp. 390.114.000
2	2016	Rp. 478.378.000
3	2017	Rp. 421.923.000
4	2018	Rp. 385.745.000

Minat beli konsumen pada Fotocopy Anugrah yang mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Minat beli konsumen yang mengalami penurunan hal ini tentu menjadi masalah bagi usaha yang dijalankan oleh pelaku bisnis. Berbagai upaya telah dilakukan oleh pelaku usaha untuk meningkatkan minat beli konsumen dengan memberikan harga yang sesuai dengan pasaran, selain itu pelaku usaha juga memberikan pelayanan yang prima kepada setiap konsumen.

Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menguji secara empirik : (1) Pengaruh harga secara parsial terhadap minat beli konsumen pada Fotocopy Anugrah Rengat, (2) Pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap minat beli konsumen pada Fotocopy Anugrah Rengat, (3) Pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap minat beli konsumen pada Fotocopy Anugrah Rengat.

2. Tinjauan Pustaka

Minat Beli

Menurut Gunarso yang dikutip oleh [1], Minat merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka lakukan, selain itu minat juga dapat diartikan sebagai sesuatu yang pribadi dan berhubungan dengan sikap, individu yang berminat terhadap suatu obyek akan mempunyai kekuatan atau dorongan untuk melakukan seorangkaian tingkah laku untuk mendekati atau mendapatkan objek tersebut.

Jadi minat beli disini merupakan keinginan dan kemauan dari seorang konsumen untuk memutuskan membeli suatu produk dari yang dijual dengan pemilik usaha.

Harga

Menurut Basu Swasta yang dikutip oleh [2], harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen atau pembeli untuk mendapatkan produk yang ditawarkan oleh penjual.

Jadi harga merupakan hal yang harus dibayarkan oleh seorang konsumen untuk produk yang akan mereka miliki.

Kualitas Pelayanan

Menurut basu swasta yang dikutip oleh [3], Pelayanan merupakan salah satu faktor internal yang sangat menentukan keberhasilan suatu usaha dalam melayani konsumen.

Jadi kualitas pelayanan merupakan apa yang diterima oleh konsumen dan dirasakan pada saat itu, seperti pelayanan yang cepat, ramah dan mudah senyum oleh penjual.

3. Metodologi Penelitian

Objek Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilakukan pada Fotocopy Anugrah Rengat. Beralamatkan Jl. Datuk Hasyim kelurahan Kampung Besar Seberang Kecamatan Rengat.

Desain Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, menurut Sugiyono (2014:8), metode kuantitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dengan jumlah sampel penelitian ini sebanyak 98 orang.

4. Hasil dan Pembahasan

Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap Minat Beli Konsumen pada Fotocopy Anugrah Rengat dilakukan pengujian Hipotesis dengan menggunakan beberapa analisis statistik. Dari hasil pengolahan data, maka diperoleh koefisien regresi dan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Regresi Berganda Variabel Harga (X_1), Kualitas pelayanan (X_2) dan Minat Beli (Y)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.790	2.347		1.615	.110
1 Harga	.328	.088	.341	3.734	.000
Kualitas Pelayanan	.234	.076	.283	3.098	.003

Sumber : Data Olahan IBM SPSS Versi 21.0

Berdasarkan hasil olahan data di atas, maka diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = 3,790 + 0,328X_1 + 0,234X_2$$

Keterangan :

Y = Minat Beli

a = Konstanta

X₁ = Harga

X₂ = Kualitas Pelayanan

Dari hasil perhitungan dan persamaan analisis statistik koefisien regresi linear berganda di atas, maka dapat diartikan:

- Nilai konstanta ($a = 3,790$), merupakan konstanta apabila semua nilai variabel Harga (X_1) dan Kualitas Layanan (X_2) sama dengan 0, maka nilai variabel Minat Beli (Y) sebesar 7,431.
- Nilai koefisien Harga ($X_1 = 0,328$). Artinya jika variabel Harga (X_1) mengalami/peningkatan 1 satuan dan Kualitas Layanan (X_2) tetap, maka Minat Beli akan meningkat sebesar 0,328. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara Harga dengan Minat Beli.
- Nilai koefisien Promosi ($X_2 = 0,234$). Artinya jika variabel Kualitas Layanan (X_2) mengalami/peningkatan 1 satuan dan variabel Harga (X_1) tetap, maka

Minat Beli akan meningkat sebesar 0,234. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara Kualitas Pelayanan dengan Minat Beli.

Analisis Koefisien Determinasi (Uji R²)

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan program statistik IBM SPSS versi 21.0 maka diperoleh koefisien korelasi berganda seperti yang terdapat pada tabel berikut.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of the Estimate
1	,472 ^a	,223	,206	1,66339

Sumber : Data Olahan IBM SPSS Versi 21.0

Berdasarkan tabel di atas juga dapat terlihat koefisien determinasi (R²). Dari tabel model summary tersebut dapat diketahui nilai *Adjusted R Square* adalah 0,206. Jadi, sumbangan pengaruh dari variabel independent (Harga dan Kualitas Pelayanan) terhadap variabel dependent (Minat Beli) sebesar 20,6%, sedangkan sisanya sebesar 79,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Parsial

$$\begin{aligned} Df &= \alpha/2 ; n - k \\ &= 0,05/2 ; 98 - 3 \\ &= 0,025 ; 95 \\ &= 1.98525 \end{aligned}$$

a. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli

Untuk variabel harga, diperoleh $t_{hitung} 3,734 > t_{tabel} 1.98525$ atau $Sig\ 0,000 < \alpha\ 0,05$. Berdasarkan kriteria pengujian data dapat diketahui bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya harga secara parsial berpengaruh terhadap Minat Beli.

b. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli

Untuk variabel Kualitas Pelayanan, diperoleh $t_{hitung} 3,098 > t_{tabel} 1.98525$ atau $Sig\ 0,003 < \alpha\ 0,05$. Berdasarkan kriteria pengujian data dapat diketahui bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Minat Beli.

Jadi dalam penelitian ini, semua variabel independen (harga dan kualitas pelayanan) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Minat Beli).

Uji Simultan

Hasil perhitungan F hitung dengan program IBM SPSS Versi 21.0 dan perbandingan dengan F tabel adalah sebagai berikut.

Tabel 5 . Tabel ANOVA

Model	<i>Sun Of Squares</i>	Df	<i>Mean Square</i>	F	Sig.
1 Regression	75.321	2	37.661	13.611	.000 ^b
Residual	262.852	95	2.767		
Total	338.173	97			

Sumber : Data Olahan IBM SPSS Versi 21.0

Dari tabel hasil perhitungan di atas, dapat diketahui bahwa F hitung sebesar 13,611 dan F tabel dengan taraf signifikan 5%.

$$df1 = k-1 = 3-1 = 2$$

$$df2 = n-k = 98 - 3 = 95$$

$$\text{maka F tabel dari } df1 ; df2 = 2 ; 95 = 3,09$$

Diperoleh nilai $F_{hitung} 13,611 > F_{tabel} 3,09$ atau $Sig 0,000 < \alpha 0,05$, maka berdasarkan kriteria pengujian data dapat diketahui bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Harga dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Minat Beli.

Pembahasan

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli

Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap minat beli pada Usaha Fotocopy Anugrah karena $F_{hitung} 13,611 > F_{tabel} 3,09$ atau $Sig 0,000 < \alpha 0,05$, apabila pelaku usaha memperhatikan kedua faktor ini dalam minat beli konsumen maka pendapatan dari pelaku usaha akan meningkat. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan [4] dimana penelitian yang berjudul pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang, hasil penelitian menunjukkan secara Bersama-sama variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli. Selanjutnya penelitian yang dilakukan penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan [5] dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap minat beli jasa Go-Jek, hasil penelitian menunjukkan secara Bersama-sama variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap harga dan kualitas pelayanan terhadap minat beli.

Dengan begitu, terlihat bahwa harga dan kualitas pelayanan sangat penting dalam suatu minat beli konsumen, dengan memperhatikan faktor-faktor minat beli ini, tentu sebagai pelaku usaha nantinya akan bisa mempertahankan usaha yang dijalankannya, selain itu minat beli yang tinggi tentu akan berdampak pada peningkatan omset bagi pelaku usaha.

Pengaruh Harga terhadap Minat Beli

Harga berpengaruh terhadap minat beli pada usaha Fotocopy Anugrah karena $t_{hitung} 3,734 > t_{tabel} 1.98525$ atau $Sig 0,000 < \alpha 0,05$, harga yang ditawarkan di fotocopy anugrah telah sesuai dengan yang diharapkan konsumen maka dari itu sebagai pelaku usaha tentunya agar dapat memberikan potongan kepada konsumen yang loyal dan berbelanja yang banyak di Fotocopy Anugrah, penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan [6] dengan judul Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Berbelanja Produk Kopi Secara Daring : Studi Kasus Pada Situs Internet Otten Coffee, dengan hasil penelitian menunjukkan harga secara parsial berpengaruh terhadap minat beli. Selanjutnya penelitian juga sejalan yang dilakukan [7] dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik Wardah, hasil penelitian menunjukkan harga secara parsial berpengaruh terhadap minat beli. Selanjutnya penelitian juga sejalan yang dilakukan [8] dengan judul Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan a-36, hasil penelitian menunjukkan harga secara parsial berpengaruh terhadap minat beli. Selanjutnya penelitian juga sejalan yang dilakukan [9] dengan judul Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli (Studi

Kasus Pada Pt Asuransi Jiwa Recapital Di Jakarta), hasil penelitian menunjukkan harga secara parsial berpengaruh terhadap minat beli. Selanjutnya penelitian juga sejalan yang dilakukan [10] dengan judul Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik Di Pasar Sambas Medan, hasil penelitian menunjukkan harga secara parsial berpengaruh terhadap minat beli.

Sebagai pelaku usaha dalam menjual produk yang dijual harus memperhatikan harga yang diterima konsumen, penjual perlu memperhatikan harga jual dari produk, dengan melakukan penetapan harga yang sesuai agar nantinya perputaran produk yang dijual semakin tinggi, selain, dengan memberikan potongan harga akan membuat minat beli konsumen akan lebih meningkat.

Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli

Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap minat beli pada usaha Fotocopy Anugrah karena diperoleh $t_{hitung} 3,098 > t_{tabel} 1.98525$ atau $Sig 0,003 < \alpha 0,05$ terlihat bahwa kualitas pelayanan itu berpengaruh terhadap minat beli konsumen, selain itu kualitas pelayanan yang diberikan oleh Fotocopy Anugrah masih belum maksimal hal ini terlihat bahwa pada saat pelanggan yang ramai pada toko anugrah pemilik usaha terkadang lambat atau tidak mengacuhkan konsumen dalam berbelanja sehingga konsumen akan pergi ketempat lain untuk berbelanja, penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan [11] dengan judul Relaxister Terhadap Minat Beli Secara Online, dengan hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli. Selanjutnya penelitian juga sejalan yang dilakukan [12] dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Minat Beli Konsumen di Rumah Makan Boga-Bogi Surakarta, hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli. Selanjutnya penelitian juga sejalan yang dilakukan [13] dengan judul pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang pelanggan shao kao kertajaya melalui kepuasan pelanggan, hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli. Selanjutnya penelitian juga sejalan yang dilakukan [14] dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat beli ulang jasa service motor dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi (Studi Pada Bengkel Motor Ahass Cabang UMS), hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli. [15] dengan judul pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat pembelian ulang (Studi pada Trans Retail Carrefour di Bandung), dengan hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan terhadap minat beli.

Terlihat bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli. Sebagai pelaku usaha, perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Karena kualitas pelayanan yang diberikan akan memberikan kesan tertentu bagi konsumen untuk membeli ulang di usaha yang dijalankan. Kualitas layanan yang diberikan dengan menyapa kepada setiap konsumen yang berbelanja, memberikan senyuman dan bisa menjawab setiap apa yang dibutuhkan konsumen.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dikemukakan diatas, maka dapat disimpulkan beberapa hal penting dalam penelitian ini yaitu :

- a. Harga dengan diperoleh $t_{hitung} 3,734 > t_{tabel} 1.98525$ atau $Sig 0,000 < \alpha 0,05$. sehingga harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli.
- b. Kualitas Pelayanan dengan diperoleh $3,098 > t_{tabel} 1.98525$ atau $Sig 0,003 < \alpha 0,05$. sehingga kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli.
- c. Diperoleh $F_{hitung} 13,611 > F_{tabel} 3,09$ atau $Sig 0,000 < \alpha 0,05$, sehingga Harga dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Minat Beli.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] J. Retnowulan, “Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi,” *Cakrawala*, vol. XVII, no. 2, pp. 139–145, 2017.
- [2] H. Hermanto, “Pengaruh Persaingan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada Cv. Greentech Belilas Kabupaten Indragiri Hulu,” *Jmbi*, vol. 7, no. 2, pp. 54–63, 2018.
- [3] T. Fitrio, “ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN MEMILIH MINIMARKET SEBAGAI TEMPAT BERBELANJA PADA MINIMARKET DI KOTA RENGAT,” *Jmbi*, vol. VII, no. 04, pp. 155–171, 2018.
- [4] Mutami and A. H. DS, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang,” *J. Ilmu Adm. Bisnis*, vol. 7, no. 5, pp. 1–8, 2018.
- [5] A. Aptaguna and E. Pitaloka, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek,” *Widyakala J.*, vol. 3, pp. 49–56, 2016.
- [6] J. Herdioko, “Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Berbelanja Produk Kopi Secara Daring : Studi Kasus Pada Situs Internet Otten Coffee,” *Jrmb*, vol. 12, no. 2, pp. 129–136, 2017.
- [7] R. Rizki, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik Wardah,” *Jom Fisip*, vol. 5, no. 1, pp. 1–12, 2018.
- [8] A. A. Satria, “Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan a-36,” *J. Manaj. dan Start-Up Bisnis*, vol. 2, no. 1, pp. 45–53, 2017.
- [9] F. Septiani, “Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Pt Asuransi Jiwa Recapital Di Jakarta),” *J. Mandiri*, vol. 1, no. 2, pp. 273–288, 2018.
- [10] R. P. Utami and H. Saputra, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik Di Pasar Sambas Medan,” *Niagawan*, vol. 6, no. 2, pp. 44–53, 2017.
- [11] G. Budianto and T. Antonio, “RELAXISTER TERHADAP MINAT BELI SECARA ONLINE,” *J. Manaj. dan Start-Up Bisnis*, vol. 3, no. 4, pp. 435–443, 2018.
- [12] D. Chandra, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Minat Beli Konsumen di Rumah Makan Boga-Bogi Surakarta,” *Informatika*, vol. 01, no. 02, pp. 53–64, 2014.
- [13] A. L. Hadani, “ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG (Studi Empiris Pada PT. Sriwijaya Air Distrik Semarang),” *J. Bisnis Strateg.*, vol. 2, no. 2, pp. 128–159, 2008.
- [14] S. Murwanti and Surakarta, “PENGARUH KULATIAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG JASA SERVICE MOTOR DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Pada Bengkel Motor Ahass Cabang UMS),” *Manaj. dan bisnis*, vol. 9, no. 2007, pp. 207–227, 2017.
- [15] N. Oktaviani, “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG (Studi pada Trans Retail Carrefour di Bandung),” *e-Proceeding Manaj.*, vol. 2, no. 3, pp. 2419–2427, 2015.