

The Influence Of Pricing, Service Quality And Customer Satisfaction On Purchasing Decisions At PT. Tuahta Forward Ersada

Pengaruh Penetapan Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Tuahta Maju Ersada

Veronica Halim¹, Mangasi Butar-Butar^{2*}, Jessy Susanto³, Siska Adhitya⁴, Josshelyn Cutiara⁵, Robinhot Gultom⁶

Program Studi Manajemen, Universitas Prima Indonesia, Kota Medan, Indonesia^{1,2,3,4,5}

Program Studi Manajemen, Universitas Methodist Indonesia, Kota Medan, Indonesia⁶

mangasibutarbutar@unprimdn.ac.id*

*Corresponding Author

ABSTRACT

PT Tuahta Maju Ersada is a company engaged in the mini PKS (Palm Oil Mill), which has been established since 2008. In 2008 the PKS (Palm Oil Mill) company used the name UMB (Usaha Maju Bersama which is located in Brahrang. The purpose of this study was to determine the effect of pricing, service quality and customer satisfaction on purchasing decisions at PT. Tuahta Maju Ersada Researchers took a population in this study of 144 customers who made purchases at the company. The sampling technique to be used is to use the Slovin formula with a tolerance level of 5% where with the calculations carried out, 106 samples were obtained. The results showed that Pricing has a negative and significant effect on Purchasing Decisions at PT. Tuahta Maju Ersada Medan. Service Quality has a positive and significant effect on Purchasing Decisions at PT. Tuahta Maju Ersada Medan. Customer Satisfaction has a positive and significant effect on Purchasing Decisions at PT. Tuahta Maju Ersada Medan. Simultaneously Pricing, Service Quality and Customer Satisfaction have a significant effect on Purchasing Decisions at PT. Tuahta Maju Ersada Medan.

Keywords: Pricing, Service Quality and Customer Satisfaction

ABSTRAK

PT. Tuahta Maju Ersada merupakan perusahaan yang bergerak di bidang mini PKS (Pabrik Kelapa Sawit), yang sudah berdiri sejak tahun 2008. Pada tahun 2008 perusahaan PKS (Pabrik Kelapa Sawit) menggunakan nama UMB (Usaha Maju Bersama yang berlokasi di Brahrang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penetapan harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian pada PT. Tuahta Maju Ersada. Peneliti mengambil populasi dalam penelitian ini sebanyak 144 pelanggan yang melakukan pembelian pada perusahaan. Teknik penentuan sampel yang akan digunakan adalah dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat toleransi 5% dimana dengan perhitungan yang dilakukan, didapatkan sebanyak 106 sampel. Hasil penelitian mendapatkan bahwa Penetapan Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Tuahta Maju Ersada Medan. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Tuahta Maju Ersada Medan. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Tuahta Maju Ersada Medan. Secara serempak Penetapan Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Tuahta Maju Ersada Medan.

Kata Kunci: Penetapan Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan

1. Pendahuluan

Perubahan teknologi dan informasi yang cepat mendorong perusahaan untuk dapat menghasilkan produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Banyak perusahaan swasta yang ada di Indonesia sangat berpengaruh dalam perkembangan dunia usaha dan masyarakat dalam menjalankan usahanya. Melihat keadaan tersebut, perusahaan swasta berupaya dan berusaha agar dapat memperbaiki keadaan dan meningkatkan kemampuannya dalam memberikan cara dan strategi terbaiknya dalam memenangkan persaingan dengan perusahaan lainnya.

Keputusan pembelian merupakan suatu hal yang sangat penting untuk diperhatikan karena keputusan pembelian merupakan hal yang digunakan oleh perusahaan untuk menciptakan strategi pemasaran yang akan dilakukan. Salah satu hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam melakukan pemasaran produk yang akan dijual adalah dengan memahami kebutuhan konsumen, mengetahui keinginan konsumen dan selera dari pada konsumen. Pemahaman yang mendalam mengenai konsumen akan memungkinkan pemasar dapat mempengaruhi proses keputusan konsumen, sehingga mau membeli apa yang ditawarkan oleh pemasar. Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dilakukan dengan beberapa cara seperti penetapan harga, pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Penetapan harga adalah suatu proses untuk menentukan seberapa besar pendapatan yang akan diperoleh atau diterima oleh perusahaan dari produk atau jasa yang digunakan, sedangkan kualitas pelayanan adalah tingkat layanan yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan pelanggan. Adapun kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) adalah ukuran yang menentukan seberapa baik produk atau layanan perusahaan memenuhi harapan pelanggan.

PT. Tuahta Maju Ersada merupakan perusahaan yang bergerak di bidang mini PKS (Pabrik Kelapa Sawit), yang sudah berdiri sejak tahun 2008. Pada tahun 2008 perusahaan PKS (Pabrik Kelapa Sawit) menggunakan nama UMB (Usaha Maju Bersama yang berlokasi di Brahrang. Pada tahun 2018 perusahaan mendirikan CV. Maju Bersama sebagai badan operasional pabrik Brahrang (UMB), PT. Tuahta Maju Ersada sebagai badan operasional pabrik Stabat (MM), dan saat ini perusahaan sedang ekspansi bangun pabrik ketiga di daerah Bohorok.

Perusahaan untuk saat ini sedang mengalami permasalahan mengenai penurunan pembelian konsumen yang mana dengan banyaknya alternatif tempat yang dapat dituju konsumen serta dengan banyaknya penawaran dari perusahaan lain membuat konsumen memilih perusahaan mana yang paling menguntungkan.

Perusahaan menetapkan harga yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan lain sehingga membuat pelanggan mulai beralih untuk mencoba menggunakan jasa dari perusahaan lain dimana pelanggan menilai dengan adanya pengurangan harga dapat meningkatkan pendapatan dari pelanggan tersebut. Oleh sebab itu tidak mengherankan jika pelanggan mencoba mencari perusahaan yang dapat menawarkan jasa yang lebih murah.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan ternilai buruk karena beberapa pelanggan sering mengeluhkan mengenai cara komunikasi karyawan saat melakukan penawaran terlihat kurang ramah dan sering kurang sabar saat sedang menunggu pelanggan beraktivitas. Selain itu beberapa karyawan juga tidak dapat diandalkan dalam memberikan keakuratan informasi. Dari beberapa contoh kasus yang ada pada akhir membuat pelanggan memilih untuk tidak menggunakan jasa dari perusahaan lain.

Beberapa pelanggan sering mengeluhkan mengenai ketidakpuasan mereka pasca menggunakan jasa dari perusahaan yang mana hal ini diketahui dari keluhan dan saran yang diberikan oleh pelanggan kepada perusahaan seperti lambatnya pengantaran, kurangnya informasi kepada pelanggan saat proses pengantaran dan sebagainya. Ketidakpuasan pelanggan yang belum dapat diatasi perusahaan berujung ke pemutusan hubungan pembelian dan membuat pelanggan beralih ke perusahaan lain.

Berdasarkan latar belakang yang tersajikan diatas membuat penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Penetapan Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Tuahta Maju Ersada.”**

2. Tinjauan Pustaka

Penetapan Harga

Berdasarkan pendapat Darmis (2021), Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan untuk memperoleh barang, sedangkan berdasarkan pendapat Wijayanti (2019), Harga merupakan hasil kebijakan tentang penetapan Harga Barang, yang meliputi daftar Harga, diskon, periode pembayaran, jangka waktu kredit, atau kebijakan lainnya.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dan Chandra (2019), kualitas pelayanan adalah perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan yang diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan. Menurut Mutiawati, dkk (2019), Kualitas pelayanan adalah kemampuan pemberi layanan dalam melayani pengguna barang atau jasa tersebut.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Chaerudin, dkk (2020), kepuasan kerja merupakan suatu tanggapan emosional seseorang terhadap situasi dan kondisi kerja yang bisa berupa perasaan puas dan tidak puas yang dapat dirasakan karyawan setelah karyawan tersebut membandingkan antara apa yang karyawan harapkan akan karyawan peroleh dari hasil kerjanya dengan apa yang sebenarnya karyawan peroleh dari hasil kerjanya. Menurut Sutrisno (2019), Kepuasan kerja adalah suatu sikap karyawan terhadap pekerjaan yang berhubungan dengan situasi kerja, kerja sama antar karyawan, imbalan yang diterima dalam kerja, dan hal-hal yang menyangkut faktor fisik dan psikologis.

Keputusan Pembelian

Menurut Firmansyah (2018), keputusan membeli merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan. Menurut Rossanty, dkk (2018), dalam suatu kasus pembelian, konsumen bisa mengambil beberapa sub keputusan, meliputi merek, pemasok, jumlah, waktu pelaksanaan dan metode pembayaran. Untuk produk-produk yang kompleks akan membutuhkan pertimbangan yang panjang sebelum memutuskan pembelian, sedangkan untuk produk-produk yang sederhana seperti kebutuhan sehari-hari konsumen cenderung lebih mudah memutuskan untuk pembelian.

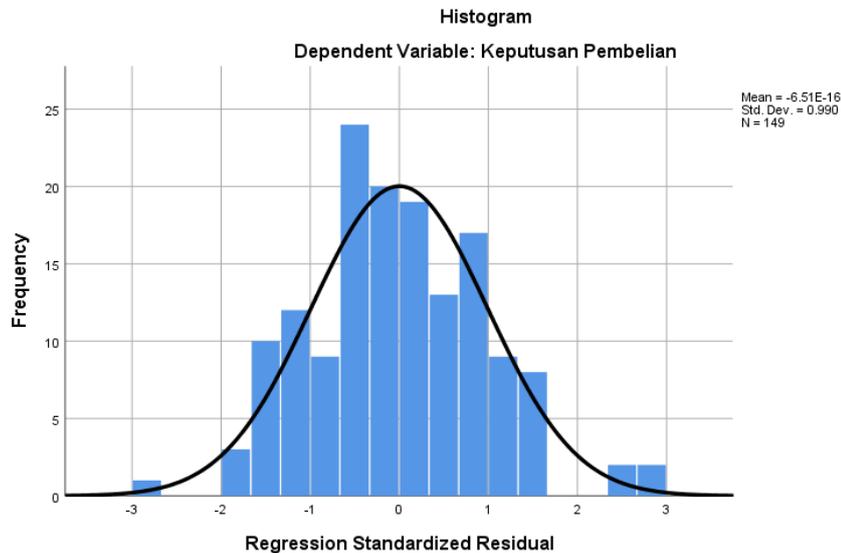
3. Metode Penelitian

Objek yang digunakan dalam penelitian ini ialah PT. Tuahta Maju Ersada. Penelitian ini diawali pada bulan Februari 2023 dan berlangsung hingga pada bulan April 2023. Pendekatan ini menggunakan pendekatan kuantitatif, pendekatan kuantitatif adalah metode berbasis positivisme yang digunakan untuk mempelajari populasi dan sampel tertentu. Peneliti mengambil populasi dalam penelitian ini sebanyak 144 pelanggan yang melakukan pembelian pada perusahaan. Teknik penentuan sampel yang akan digunakan adalah dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat toleransi 5% dimana dengan perhitungan yang dilakukan, didapatkan sebanyak 106 sampel.

4. Hasil dan Pembahasan

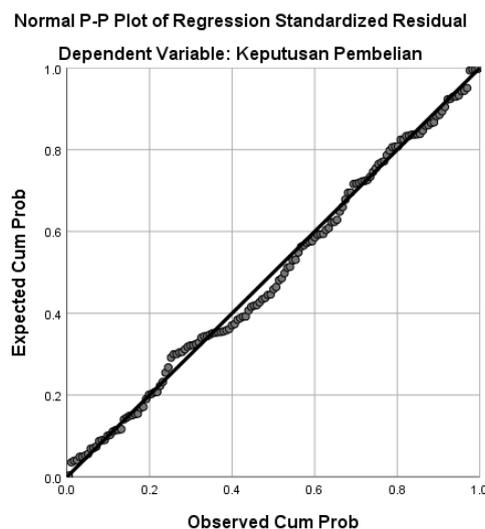
Uji Normalitas

Uji normalitas bisa dilakukan dengan 2 cara yaitu dengan grafik histogram dan *normal probability plot of regression*. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka grafik histogramnya dan *normal probability plot of regression* menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka grafik histogram *normal probability plot of regression* tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 1. Histogram Graphic

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa garis membentuk lonceng, tidak ke kiri atau ke kanan. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 2. Normal Probability Plot Of Regression Graphic

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal. Sehingga dari gambar tersebut disimpulkan bahwa residual model regresi berdistribusi normal.

Salah satu uji normalitas adalah menggunakan *Kolmogorov Smirnov* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Apabila nilai dari *Asymp. Sig.* > 0,05, data berdistribusi normal.
2. Apabila nilai dari *Asymp. Sig.* < 0,05, data tidak berdistribusi normal.

Tabel 1.

One-Sample Kolmogorov Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		106
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.78887310
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.069
	Negative	-.080
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.090 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov membuktikan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu 0,09 maka dapat disimpulkan bahwa data tergolong berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk melihat hubungan antarvariabel independennya sehingga pada uji regresi linier sederhana tidak menggunakan uji multikolinieritas karena uji regresi sederhana hanya memiliki satu variabel independen. Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas yaitu:

1. Tidak terjadi multikolinieritas apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih kecil dari 10.
2. Terjadi multikolinieritas apabila nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih besar atau sama dengan 10.

Tabel 2. Multicollinearity Test

		Coefficients ^a				Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	
Model							Tolerance VIF
1	(Constant)	9.670	3.573		2.707	.008	
	Penetapan Harga	-.165	.081	-.131	-2.033	.045	.987 1.013
	Kualitas Pelayanan	.724	.080	.629	9.022	.000	.844 1.185
	Kepuasan Pelanggan	.243	.070	.241	3.452	.001	.842 1.187

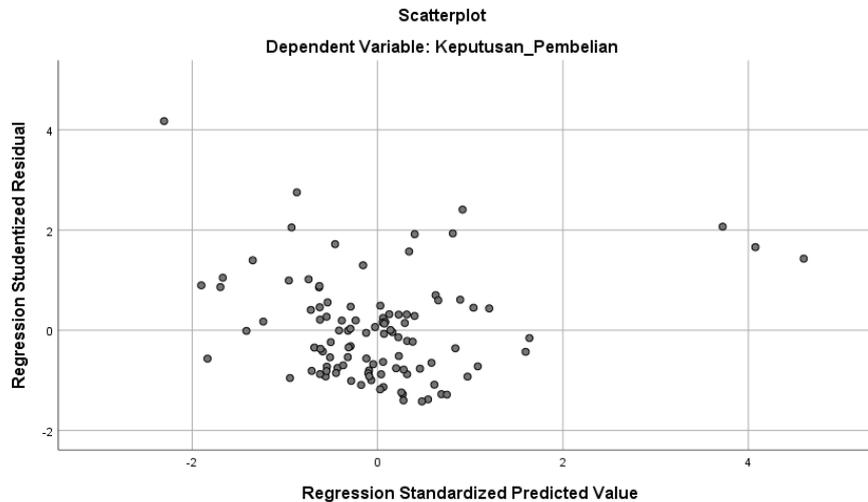
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa semua variabel memiliki nilai tolerance lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10 yang dapat disimpulkan bahwa tidak ditemukan masalah pada uji multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Metode pengukurannya menggunakan *Scatterplot* dimana apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur, maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 3. Scatterplot Graphic

Berdasarkan grafik scatterplot yang disajikan dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola yang jelas serta menyebar baik di atas maupun di bawah nol pada sumbu Y. Artinya tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi, sehingga model regresi dapat digunakan untuk memprediksi pencapaian berdasarkan masukan dari variabel bebas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan jumlah variabel bebasnya, maka regresi dibedakan menjadi 2 yaitu regresi linear sederhana dan regresi linear berganda. Untuk regresi linear sederhana hanya terdiri dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat, sedangkan untuk regresi linier berganda terdiri dari 2 atau lebih variabel bebas dan satu variabel terikat.

Tabel 4. Multiple Linear Regression Analysis Test

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	9.670	3.573			2.707	.008		
Penetapan Harga	-.165	.081	-.131		-2.033	.045	.987	1.013
Kualitas Pelayanan	.724	.080	.629		9.022	.000	.844	1.185
Kepuasan Pelanggan	.243	.070	.241		3.452	.001	.842	1.187

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan persamaan diatas, maka:

1. Konstanta (a) = 9,670. Artinya jika variabel bebas yaitu Penetapan Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Kepuasan Pelanggan (X_3) bernilai 0 maka Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 9,670.

2. Jika ada peningkatan Penetapan Harga maka Keputusan Pembelian akan menurun sebesar 16,5%.
3. Jika adanya peningkatan terhadap Kualitas Pelayanan maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 72,4%.
4. Jika adanya peningkatan terhadap Kepuasan Pelanggan maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 24,3%.

Koefisien Determinasi

R Square (R^2) sering disebut dengan koefisien determinasi adalah mengukur kebaikan *goodness of fit* dari persamaan regresi yaitu memberikan proporsi atau persentase variasi total dalam variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas. Nilai R^2 terletak antara 0 – 1 dan kecocokan model dikatakan lebih baik jika R^2 semakin mendekati 1. Suatu sifat penting R^2 adalah nilainya merupakan fungsi yang tidak pernah menurun dari banyaknya variabel bebas yang ada dalam model. Oleh karenanya, untuk membandingkan dua R^2 dari dua model, harus memperhitungkan banyaknya variabel bebas yang ada dalam model. Ini dapat dilakukan dengan menggunakan *Adjusted R Square*.

Tabel 5.

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.763 ^a	.582	.570	3.844
a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Penetapan Harga, Kualitas Pelayanan				
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian				

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel diatas mengenai pengujian koefisien determinasi, maka diperoleh nilai koefisien determinasi Adjusted R Square sebesar 0,570. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel Penetapan Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Kepuasan Pelanggan (X3) menjelaskan pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 57%. Sedangkan sisanya sebesar 43% merupakan pengaruh dari variabel bebas lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Berikut ini adalah langkah-langkah dalam uji statistik F pada tingkat kepercayaan 95% dengan derajat kebebasan $df_1 = (k-1)$ dan $df_2 = (n-k)$. Kriteria: Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, H_0 ditolak dan H_a diterima, Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 6.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2100.100	3	700.033	47.371	.000 ^b
	Residual	1507.334	102	14.778		
	Total	3607.434	105			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Penetapan Harga, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas diperoleh bahwa nilai F_{tabel} (2,67) dan signifikan $\alpha = 5\%$ (0,05) yaitu F_{hitung} (47,371) dan sig.a (0,000a). Hal ini mengindikasikan bahwa hasil penelitian menerima H_1 dan menolak H_0 . Perbandingan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} dapat membuktikan

bahwa secara serempak Penetapan Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Taraf signifikan adalah 5%. Kriteria: Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, H_0 ditolak dan H_a diterima, Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 7.

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1 (Constant)	9.670	3.573		2.707	.008		
Penetapan Harga	-.165	.081	-.131	-2.033	.045	.987	1.013
Kualitas Pelayanan	.724	.080	.629	9.022	.000	.844	1.185
Kepuasan Pelanggan	.243	.070	.241	3.452	.001	.842	1.187

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah, 2023

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel Penetapan Harga (X_1) terlihat bahwa nilai t_{hitung} (2,033) > t_{tabel} (1,979) dengan tingkat signifikan 0,045 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh negatif yang signifikan secara parsial antara Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian.
2. Nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_2) terlihat bahwa nilai t_{hitung} (9,022) > t_{tabel} (1,979) dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.
3. Nilai t_{hitung} untuk variabel Kepuasan Pelanggan (X_3) terlihat bahwa nilai t_{hitung} (3,452) > t_{tabel} (1,979) dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian.

5. Penutup

Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik peneliti dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penetapan Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Tuahta Maju Ersada Medan.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Tuahta Maju Ersada Medan.
3. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Tuahta Maju Ersada Medan.
4. Secara serempak Penetapan Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Tuahta Maju Ersada Medan.

Saran

Saran hasil penelitian adalah:

- a. Bagi Peneliti
Diharapkan pada peneliti supaya penelitian dilanjutkan untuk mengetahui faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.
- b. Bagi Perusahaan

Diharapkan kepada perusahaan untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen berdasarkan faktor Penetapan Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan.

c. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia

Diharapkan bagi program SI Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia dapat menjadikan penelitian ini sebagai acuan dan referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya memasukkan variabel lain selain Penetapan Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan sebagai *predictor* variabel bagi keputusan pembelian. Sehingga untuk kedepannya dapat memperoleh informasi yang lebih banyak tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Daftar Pustaka

- Djunaidi, F. G. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Minyak Kayu Putih Pada Ketel Walbarua di Desa Ubung*. Pasuruan: Qiara Media.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Ghodang, H. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep Dasar & Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur Dengan SPSS*. Medan: Penerbit Mitra Grup.
- Gunawan, Ce. (2018). *Mahir Menguasai SPSS (Mudah Mengolah Data Dengan IBM SPSS Statistic 25)*. Yogyakarta : Deepublish Publisher.
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Indahingwati, A. (2019). *Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Layanan SIM Keliling*. Surabaya: Jakad Publishing Surabaya.
- Ismainar, H. (2015). *Keselamatan Pasien di Rumah Sakit*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Jaya, I. M. L. M. (2019). *Pengolahan Data Kesehatan Dengan SPSS*. Yogyakarta: Thema Publishing.
- Limakrisna, N., dan Togi, P. P. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Mutiawati, C., dkk. (2019). *Kinerja Pelayanan Angkutan Umum Jalan Raya*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Priyatno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Riyanto, S., dan Aglis, A. H. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Sahir, S. N., dkk. (2020). *Gagasan Manajemen*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Santoso, M. (2019). *Loyalitas Nasabah PDBANK PERKREDITANRAKYAT Wilayah Cirebon*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Syawaludin, M. (2017). *Sosiologi Perlawanan*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Tjiptono, F., dan Diana, A. (2019). *Kepuasan Pelanggan-Konsep, Pengukuran dan Strategi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wahyudi, S. T. (2017). *Statistika Ekonomi : Konsep, Teori dan Penerapan*. Jakarta: UB Press.
- Yuliatwati, L., dkk. (2019). *Pertolongan Pertama Pada Waktu Kuantitatif: Panduan Praktis Menggunakan Softwar JASP*. Surabaya: Universitas Ciputra.
- Yusuf, M., dan Lukman, D. (2018). *Analisis Data Penelitian Teori & Aplikasi Dalam Bidang Perikanan*. Bogor: IPB Press.