

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PADA TRAVEL ABDILLAH KAMPUS BARU UHO KENDARI

Oleh

Wa Ode Melly Samarinda¹, Muh.Nasir Andi Basso², Ridha Taurisma Lajaria³

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Sulawesi Tenggara

E-Mail : waodemellys@gmail.com

Abstark:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pada Travel Abdillah Kampus Baru UHO Kendari. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis universitas Sulawesi Tenggara. Menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, yaitu dengan cara wawancara, kuesioner data-data yang diperoleh dari konsumen kemudian diolah dengan menggunakan SPSS dan juga Excel Windows 2010. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Travel Abdiilah dengan menggunakan nonprobability sampling yang berjumlah 61 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, dimana sebelumnya dilakukan uji validitas dan uji realibilitas. Penelitian ini merumuskan masalah berkaitan dengan uji parsial, uji simultan tentang pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap keputusan pembelian tiket pada travel abdillah kampus baru UHO kendari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Layanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pada Travel Abdillah. Kemudian hasil uji dominan menunjukkan bahwa variable Harga merupakan variable yang paling dominan membentuk keputusan pembelian tiket pada travel abdillah kampus baru UHO Kendari.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Harga, Keputusan Pembelian.

Abstrack:

This research aims to determine the influence of service quality and price on ticket purchasing decisions at Abdillah Travel, UHO Kendari New Campus. Thesis for the Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Southeast Sulawesi. Using quantitative descriptive analysis, namely by means of interviews, questionnaires, the data obtained from consumers was then processed using SPSS and Excel Windows 2010. The population in this research were Abdiilah Travel customers using nonprobability sampling, totaling 61 respondents. The data analysis method used in this research is multiple linear regression, where previously validity and reliability tests were carried out. This research formulates problems related to partial tests, simultaneous tests on the influence of service quality and price on ticket purchasing decisions at the Abdillah Travel UHO Kendari new campus. The research results show that Service Quality and Price have a positive and significant effect on ticket purchasing decisions at Abdillah Travel. Then the results of the dominant test show that the price variable is the most dominant variable that shapes ticket purchasing decisions at the Abdillah Travel UHO Kendari new campus.

1. PENDAHULUAN

CV. Abdillah Tour and Travel, kampus baru Kendari merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang biro perjalanan wisata, Ibadah Umroh dan Haji . Persaingan dalam dunia bisnis khususnya pada travel biro agent pariwisata juga Umroh dan Haji semakin tinggi, persaingan antar perusahaan khususnya, dengan konsep bisnis yang sama mengharuskan masing-masing perusahaan memiliki strategi manajemen pemasaran yang cukup handal untuk menyikapi permasalahan dan kondisi yang sedang terjadi. Pada saat ini tingginya minat masyarakat dalam memenuhi kebutuhan akan sarana transportasi terkhusus untuk perjalanan pariwisata dan perjalan dinas menjadikan bisnis jasa tersebut banyak diminati oleh para pembisnis sehingga untuk dapat memenangkan pasar persaingan bisnis yang ada, para produsen harus dapat melakukan berbagai strategi. Terdapat banyak pelaku usaha travel yang berminat menangani perjalanan ibadah dan wisata sehingga usaha travel di Kota Kendari mengalami perkembangan yang cukup pesat. Perkembangan travel di masa depan juga diprediksi akan semakin pesat karena faktor jumlah penduduk yang semakin banyak dan disertai dengan peningkatan pendapatan rata-rata masyarakat, sehingga semakin mendorong minat masyarakat untuk melakukan perjalanan ibadah dan wisata. Oleh karena itu, usaha travel semakin banyak diminati oleh calon pengusaha yang dijadikan sebagai peluang bisnis. Melihat semakin banyaknya usaha travel di wilayah kota Kendari, maka pertimbangan dalam memilih travel menjadi sangat penting bagi calon penumpang. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pada Travel Abdillah Kampus Baru UHO Kendari”.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis Kuantitatif deskriptif berdasarkan tanggapan responden mengenai Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pada Travel Abdillah Kampus Baru UHO Kendari, diperoleh dari jawaban Kuesioner kemudian diberi kesimpulan.

1). Jenis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Data Kuantitatif yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka yang dapat dihitung, data ini diperoleh dari hasil perhitungan Kuesioner yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas dalam penelitian.

2) Sumber Data yang digunakan dalam meneliti adalah:

- a. Data Primer yaitu data yang diperoleh dari pelanggan Travel Abdillah yang terdiri identitas customer dan tanggapan responden terhadap Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.
- b. Data Sekunder merupakan data yang diperoleh dari berbagai sumber yang terkait dengan topic penelitian, seperti: literature-literatur, penelitian terdahulu, data-data relevan seperti buku, jurnal, majalah ilmiah dan laporan hasil penelitian yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi para calon customer dan juga perusahaan Travel Abdillah, guna lebih mengembangkan Kualitas Pelayanan dan pengelolaan perusahaan serta menjadi acuan bagi customer untuk mengambil keputusan dalam pembelian Tiket Perjalanan.

KAJIAN TEORI

Pada era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat, perubahan sektor ekonomi, teknologi dan budaya, industri, politik dan sektor lainnya merupakan hal yang penting untuk diperhatikan agar perusahaan tetap bertahan dan sesuai dengan tujuan perusahaan. Di tengah persaingan produk yang sangat ketat, setiap perusahaan menawarkan produk yang terbaik, maka kunci keberhasilan terletak pada strategi pemasarannya. Kegiatan pemasaran harus didukung oleh strategi pemasaran yang jelas (Taurisma et al. 2023)

Dalam konteks bisnis, pemasaran digital memainkan peran penting dalam meningkatkan visibilitas merek, menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan keterlibatan pelanggan, dan menghasilkan peningkatan penjualan (Wiyati et al. 2024)

Kualitas layanan merupakan kumpulan berbagai karakteristik dari suatu produk ataupun berbagai layanan yang menunjukkan potensi yang dimaksudkan dalam rangka pemenuhan kebutuhan para pelanggan atau tersembunyi (Lianardi & Chandra, 2019:47).

Indikator kualitas layanan menurut Koltler & Keller 2016, Dimensi Kualitas Layanan diantaranya:

- a. *Tangibles* (Bukti fisik), meliputi penampilan fisik dalam perlengkapan dengan indikator:
 - a. Kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan.
 - b. Penataan ruangan tunggu dan kenyamanan ruangan.
 - c. Kesiapan dan kebersihan alat-alat yang dipakai.
- b. *Realibility* (Keandalan), yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan akurat dan memuaskan dengan indikator:
 - a. Prosedur penerimaan pelanggan yang cepat dan tepat.
 - b. Layanan yang cepat dan tepat
- c. *Responsiviness* (Daya Tanggap), yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat dan tanggap dengan indikator:
 - a. cepat tanggap menyelesaikan keluhan pelanggan.
 - b. Memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti.
 - c. Saat dibutuhkan pelanggan, mampu bertindak dengan tepat dan cepat.
- d. *Assurance* (Jaminan), dimensi ini meliputi suatu pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki petugas dalam melayani konsumen. Dimensi ini diukur dengan indicator:
 - a. Memeberikan jaminan kesembuhan.
 - b. Tidak terjadi komplikasi atau kesalahan.
 - c. Jadwal layanan dijanjikan dengan tepat.
- e. *Emphaty* (empati), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan pelanggan dengan indicator:
 - a. Bersikap ramah.
 - b. Perhatian terhadap keluhan pasien dan keluarga.

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki dan menggunakan produk tersebut (Kotler dan Keller, 2012).

Menurut (Indrasari,2019:42) indikator yang mempengaruhi harga pembelian tiket yaitu sebagai berikut:

1. Keterjangkauan harga.

Keterjangkauan harga merupakan harapan konsumen dalam melakukan pembelian, biasanya konsumen akan mencari produk yang bisa dijangkau harganya.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.

Dalam produk tertentu ini biasanya konsumen tidak merasa keberatan terhadap harga mahal, asalkan kualitas dari produk tersebut baik. Tetapi, konsumen juga sering menginginkan produk dengan harga murah tapi kualitas bagus.

3. Daya saing harga.

Biasanya perusahaan akan mempertimbangkan terhadap penetapan harga sebuah produk dengan melihat harga yang diberikan oleh pesaingnya, sehingga produk dapat bersaing di pasar dan konsumen sering membandingkan harga satu produk dengan produk lain.

4. Kesesuaian harga dengan manfaat.

Konsumen akan melihat terlebih dahulu seberapa besar manfaat dari produk yang akan dibeli, jika manfaatnya banyak maka konsumen akan membelinya, dan sebaliknya jika konsumen tidak merasakan manfaat dari produk tersebut akan memikirkan kembali keputusan pembeliannya.

5. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan.

Ketika harga tidak sesuai dengan kualitas dan konsumen tidak merasakan manfaat dari produk atau jasa tersebut, konsumen akan mengambil keputusan untuk tidak melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Travel Abdillah merupakan salah satu jasa *tour and Travel* di kota kendari. Dan Merupakan salah satu *travel and Tour* yang sudah lama berdiri di Kota Kendari. Yang beralamat di JL.H.E.A Mokodompit, samping Lorong salangga, kota Kendari. Travel Abdillah melayani berbagai perjalanan mulai dari wisata dalam negeri maupun luar negeri, serta wisata ibadah umroh dan haji . untuk pengambilan Paket wisata yang sudah termasuk tiket pesawat/Kapal, akomodasi, transportasi, makanan, penginapan dan pemandu wisata (*tour guide*). Tersedia juga penjualan tiket pesawat dan laut. Abdillah *Tour and Travel* sudah terdaftar dan memiliki perizinan perusahaan dan telah bergabung dalam *Associaton Of The Indonesia Tour and Travel Agencies* (ASITA) yang sudah terjamin kejelasan perusahaanya. *Travel* abdillah merupakan salah satu cabang dari Azahi *Tour and Travel* yang beralamat di jl. Kapten Pierre Tendean, samping gerbang IAIN , Kec Baruga kota Kendari.

Karakteristik Responden:

NO	Karakteristik responden	Frekuensi	Presentasi%
1	Jenis Kelamin		
	Laki-Laki	28	45,9 %
	Perempuan	33	54.10 %
	Jumlah	61	100 %
2	Usia		
	< 17 Tahun	8	13 %
	18-30 Tahun	25	41 %
	31-50 Tahun	19	31 %
	>51	9	15 %
	Jumlah	61	100%
3	Tingkat Pendidikan		
	SMA sederajat	22	36%
	S1	25	41%
	S2	12	20 %
	S3	2	3%
	Jumlah	61	100%

menunjukkan responden lebih didominasi oleh kaum perempuan sebesar 54.10 % sementara kaum laki-laki sebesar 45.9 %. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah kaum perempuan.

menunjukkan responden usia didominasi oleh usia 18-30 tahun sebanyak 41 % , dan usia 31-50 tahun sebanyak 31 % , dan usia 51 tahun keatas sebanyak 15 % , dan usia 17 tahun kebawah sebesar 13 % .
 menunjukkan responden tingkat pendidikan didominasi oleh S1 sebanyak 41 % , dan selanjutnya SMA Sederajat 36%. Dan selanjutnya Tingkat pendidikan S2 sebanyak 20 % , dan terakhir tingkat pendidikan S3 sebanyak 3% .

NO	Karakteristik responden	Frekuensi	Presentasi (%)
1	Jenis pekerjaan		
	Pelajar/ Mahasiswa	10	16%
	ASN/PNS	12	20%
	Karyawan Swasta	28	46%
	Lainya	11	18%
	Jumlah	61	100%
2	Informasi Tentang Travel		
	Teman	16	26%
	Rekomendasi dari kantor	29	48%
	Iklan/Promosi	9	15%
	Lainya	7	11%
	Jumlah	61	100%

menunjukkan responden jenis pekerjaan didominasi oleh Karyawan swasta sebesar 46%, dan selanjutnya pekerja ASN/PNS 20%, pekerja lainnya 18 % , dan pelajar mahasiswa 16 % .
 menunjukkan responden informasi tentang taravel didominasi oleh Rekomendasi dari kantor 48 % , selanjutnya informasi dari Teman sebesar 26%, selanjutnya iklan dan promosi sebesar 15%, dan Lainnya sebesar 11 % .

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		61
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,85608293
Most Extreme Differences	Absolute	0,209
	Positive	0,209
	Negative	-0,174
Test Statistic		0,209
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan hasil normalitas diketahui nilai *Asymp.Sig (2 talled)* $0.000 < 0.01$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual tidak berdistribusi normal.

Hasil Uji Realibilitas

Variabel	<i>Cronbac'h Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Layanan	0,626	Reliabel
Harga	0,682	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,698	Realiablel

diketahui bahwa variabel penelitian menghasilkan nilai *alpha* lebih dari 0,60 dengan demikian dapat dinyatakan bahwa instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini reliable dan layak untuk digunakan.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model				Standardized Coefficients	t	Sig.
				Beta		
1	(Constant)	2,851	4,408		2,647	0,00
	X1	0,356	0,367	0,197	2,971	0,03
	X2	1,494	0,398	0,762	3,751	0,00
a.	Dependent Variable: Y					

$$Y = 0.2851 + 0,1356 (X_1) + 0.1494 (X_2) + e_i$$

Adapun penjelasannya sebagai berikut :

- Nilai koefisien konstanta sebesar 0,2851, artinya jika kualitas layanan (X_1), dan harga (X_2) adalah 0, maka keputusan pembelian nilainya sebesar 0,2851, atau sebesar 28,51%.
- Nilai koefisien beta variabel Kualitas layanan (X_1) sebesar 0,1356 jika nilai variabel lain konstan dan variabel (X_1) mengalami peningkatan 1 %, maka variabel keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 13.56% begitupun sebaliknya. Variabel lain konstan dan variabel (X_1) mengalami penurunan 1 %, maka variabel keputusan pembelian akan mengalami penurunan sebesar 13.56 %. Dapat di simpulkan bahwa variabel kualitas Layanan (X_1) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
- Nilai koefisien beta variabel harga (X_2) sebesar 0,1494, jika nilai Variabel lainnya adalah konstanta dan variabel (X_2) mengalami penurunan sebesar 1%, sehingga variabel keputusan pembelian mengalami penurunan sebesar 14.94% begitupun sebaliknya. Variabel lain konstan dan variabel (X_2) mengalami penurunan 1 %, maka variabel keputusan pembelian akan mengalami penurunan sebesar 14.94 %. Dapat di simpulkan bahwa Harga (X_2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
-

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.602 ^a	.362	0,340	2,87293
a. Predictors: (Constant), X2, X1				

besarnya adjusted R Square adalah 0.340 atau setara dengan 34.0%, hal ini berarti variasi perubahan variable keputusan pembelian (Y) dipengaruhi oleh perubahan variable Kualitas Layanan (X_1) dan Variabel Harga (X_2) sebesar 34.0%. Sedangkan sisanya (100%-34.0%=66% dipengaruhi oleh factor lain diluar penelitian.

Hasil Uji Parsial (T)

Coefficients ^a						
Model				Standardized Coefficients	t	Sig.
				Beta		
1	(Constant)	2,851	4,408		2,647	0,00
	X1	0,356	0,367	0,197	2,971	0,03
	X2	1,494	0,398	0,762	3,751	0,00

a. Dependent Variable: Y						
--------------------------------	--	--	--	--	--	--

Pada perhitungan SPSS (*Statistical Package For Social science*) versi 26, dapat dilihat bahwa t_{hitung} variabel kualitas layanan ($2,971$) $> t_{tabel}$ ($2,663$) dengan nilai signifikan $0,03 > 0,01$.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian Tiket pada Travel Abdillah.

Pada perhitungan (*Statistical Package For Social science*) versi 26, dapat dilihat pada Gambar bahwa t_{hitung} variabel harga dengan ($3,751$) $> t_{tabel}$ ($2,663$) dan nilai signifikan $0,00 < 0,01$ sehingga:

Dapat di simpulkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian Tiket pada Travel Abdillah.

Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	271,842	2	135,921	16,468	.000 ^b
	Residual	478,715	58	8,254		
	Total	750,557	60			

Berdasarkan hasil uji ANOVA (*Analysis Of Varians*) atau F test diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $16,468 > f_{tabel}$ $4,99$ dengan nilai signifikansi $0,000$ lebih kecil dari $0,1\%$ ($0,00 < 0,01$). Dengan demikian hasil ini memberikan makna bahwa kualitas layanan dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Tiket pada Travel Abdillah Kampus Baru.

Pembahasan

Dari hasil uji t yang dilakukan melalui pengujian regresi dengan menggunakan SPSS-26 (*Statistical Program For The Social Sciences*), ditemukan bahwa nilai t_{hitung} sebesar $2,971 > t_{tabel}$ sebesar $2,663$ dan tingkat signifikannya lebih kecil Dari 1% yakni ($0,03 < 0,01$). Dengan ini memberikan makna bahwa secara parsial variable Kualitas Layanan (X1) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Variable Keputusan pembelian (Y).

Hasil ini memberikan bukti bahwa Kualitas Layanan yang diberikan atau yang ditawarkan oleh pemilik perusahaan dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada *Travel Abdillah Kampus Baru Kendari*.

Dari hasil uji t yang dilakukan melalui pengujian regresi dengan menggunakan SPSS-26 (*Statistical Program For The Social Sciences*), ditemukan bahwa nilai t_{hitung} sebesar $> 3,751$ t_{tabel} $2,663$ dan tingkat signifikannya lebih kecil

Dari 1% yakni ($0,00 < 0,01$). Dengan ini memberikan makna bahwa secara parsial variable Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Variable Keputusan pembelian (Y).

Hasil ini memberikan bukti bahwa Harga yang diberikan atau yang ditawarkan oleh pemilik perusahaan dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada *Travel Abdillah Kampus Baru Kendari*.

Dari hasil uji f yang dilakukan melalui pengujian regresi dengan menggunakan program *Statistical Program For The Social Sciences* (SPSS 29), diperoleh nilai f_{hitung} $16,468 > 4,99$ dan tingkat signifikannya lebih kecil dari 1% ($0,00 < 0,01$). Dengan demikian hasil ini memberikan makna bahwa Kualitas Layanan dan Harga secara simultan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada *Travel Abdillah Kampus Baru Kendari*.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa antara variable Kualitas Layanan (X1) dan Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Tiket Pada *Travel Abdillah Kampus Baru Kendari* menunjukkan bahwa secara simultan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian ini mengenai pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket pada Travel Abdillah Kampus Baru Kendari, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Tiket Pada Travel Abdillah Kampus Baru UHO Kendari.
2. Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Travel Abdillah Kampus Baru UHO Kendari.
3. Kualitas Layanan dan Harga secara simultan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Pada Travel Abdillah Kampus Baru UHO Kendari.

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan yang baik dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggan, dan memberikan *image* baik bagi perusahaan, hal ini dapat meningkatkan Penjualan dan Keputusan Pembelian Pada Travel Abdillah Kampus Baru, dan Harga Yang terjangkau dengan melihat penawaran Paket wisata dan umroh dapat menjadi penentu dalam Keputusan Pembelian Tiket pada Travel Abdillah Kampus Baru Kendari.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, s. d. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Keuangan*: 1615-1316.
- Bunga Aditi, 2018. *Pengaruh Kualitas Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Bakar Cianjur Pada Cabanag Mayjend Sungkono Surabaya*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*(1): 66-70
- Christinoet al, (2020), *Pengaruh Strategi pemasaran, Pelayanan dan Harga terhadap keputusan pembelian*.
- Ernani Hadiyati. 2010 *Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan* (Studi Kasus pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Lawang) (*Jurnal* (2) Juli-Desember: 81- 90.
- Firdaus, Ferry, dkk. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Strategi Harga terhadap Kepuasan, serta Dampaknya terhadap Loyalitas Jamaah Umroh Sawita Group*, Jakarta. *Jurnal Aplikasi Manajemen* (10): No.4 Desember
- Feigenbaum Nasution, *Kualitas Layanan dan Pelayanan*: 2004.
- Ferry Firdaus, dkk 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Strategi Harga terhadap Kepuasan, serta Dampaknya terhadap Loyalitas Jamaah Umroh Sawita Group*, Jakarta *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Desember: 753-760. No. 4.
- Ghozali,(2018:45) [https://jurnal. Stietriubuana.ac.id](https://jurnal.Stietriubuana.ac.id) Uji Realibilitas suatu data
- Ghozali, I. (2018), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*.Badan Penerbit Universitas Diponegoro.Semarang
- Gunawan.(2018:56) <https://jurnal.eprints.kwikkiangie.ac.id> Uji Normalitas Data.
- Hartuti, (2020), *Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian pada pizza hut delivery gandul cinere*.
- Herlina Mal, Lydia, dkk. 2018. *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online di Situs Traveloka.com* Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Humaniora Universitas Dhyana Pura Bali. *Jurnal*. Vol. 13, No. 1 Februari
- Herry Widagdo.2011 *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ Palembang* (*urnal Ilmiah STIE MDP*, September : 1- 10, No. 1.
- Indasari,2019 *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga* :62

- Jaya,2020 <https://jurnal.nasional.ump.ac.id> . analisis statistic Deskriptif:17
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran* (PT. Indeks Kelompok Gramedia.Jakarta, 2007). 11 Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran* PT. Indeks Kelompok Gramedia.Jakarta, 177-179.
- Kartika Lubis, Risa. 2017. *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Tour di PT Dior Travel Lubuk Pakam*. Jurnal Mantik Penusa. Vol 1 No 1 Juli
- Kotler, Philip, & Mosoom *Manajemen Pemasaran* (PT. Indeks Kelompok Gramedia.Jakarta, 2007) (2014), 177.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran* (PT. Indeks Kelompok Gramedia.Jakarta, 2007), 179.
- Lianardi & Chandra. Defenisi Kualitas Layanan: (2019:47)
- Liananrdi &Chandra *Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mebel CV Jati Endah Lodoyo Blitar)*. Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK). Vol.2 No.1
<https://mediakendari.com/liburan-aman-nyaman-dan-murah-bersama-abdillah-tour-dan-travel/6421/>
- Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*,(Jakarta: Selembat Empat,Edisi 2,2006).
- Labibah, Z. (2018). *Pengaruh E-Service Quality Dan Promosi Daring Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Pembelian Ulang Pada Pemesanan Hotel Di Situs Traveloka*.
- Mal, L. H., & Mertayasa, I. G. A. (2018). *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online DiSitus Traveloka.Com Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas 113*
- Rachman, Dennyi Adityai. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasui pada Rumah Makan Wajan Masi Kudus)*. Journal Of Social and Polotical Science
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Setyo,Edwin,Purnomo. 2017 *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuassan Konsumen “Best Autoworks*. Jurnal Manajemen dan Start.Surabaya.
- Supriyono, K. (2014). *Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah Pada Perumahan Bukit Semarang Baru(BSB) City Di Semarang*. Jurnal Skripsi Ekonomi Manajemen, 1–16.*Situs Traveloka.Com Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas 113*
- Tjiptono Fandy, Lewis & Booms . 2006 *Strategi Pemasaran Andi*. Yogyakarta: 178
- Tutoq&syaifullah , (2021), *Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen kapal pelni di kota batam*.
- Wahyuningsih, Panca. 2010. *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Konsumen pada Hotel Griptha Kudus*. Jurnal Sosbud Desember
- Zakariah and afriani,(2021:25) [https:// repository.iainkudus.ac.id](https://repository.iainkudus.ac.id) uji Hipotesis data
- Zakiah Labiba (2019), *Pengaruh e-service quality dan promosi daring terhadap keputusan melalui minat pembelian ulang pada pemesanan hotel disitu traveloka*
<http://etheses.iainkendiri.ac.id/1195/3/931308614-bab2.pdf>
<https://image.slidesharecdn.com/tabel-f-0-01-141220034347-conversion-gate01/75/tabel-f001-2-2048.jpg?cb=1665825709>