



## PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN PADA BENGKEL WISHNEW MOTOSHOP DI BEKASI UTARA

Rifki Fadhlurrahman<sup>1</sup>, Aulia Januar<sup>2</sup>, Kezaldo<sup>3</sup>

[12897qq@gmail.com](mailto:12897qq@gmail.com)<sup>1</sup>, [auliajanuar@ibm.ac.id](mailto:auliajanuar@ibm.ac.id)<sup>2</sup>, [Kezaldo@ibm.ac.id](mailto:Kezaldo@ibm.ac.id)<sup>3</sup>

Program Studi Manajemen Institut Bisnis Muhammadiyah Bekasi<sup>1,2</sup>

Program Studi Ekonomi Pembangunan Institut Bisnis Muhammadiyah Bekasi<sup>3</sup>

### ABSTRACT

*Motorcycles, like any other vehicle, require regular maintenance and repairs to maintain their performance and keep riders safe. Motorcycle workshops are places where motorcycle owners can perform routine maintenance, repairs, and upgrades on their vehicles. This study was conducted to determine the effect of product quality and service at Wishnew Motoshop Workshop. This research is a quantitative study with a sample of 80 customers and was taken with a nonprobability sampling sample, with the help of a questionnaire using purposive sampling techniques and multiple linear regression analysis. The results of data processing and data analysis show that product quality (X1) and service (X2) contribute 96% to purchasing decisions (Y) and the remaining 4% is influenced by variables not examined in this study. Based on the results that have been carried out, product quality and service fall into the perfect category. From this study it can be proven partially that product quality and service have an effect on purchasing decisions. And simultaneously there is a significant influence between product quality and service on purchasing decisions.*

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

### PENDAHULUAN

Bengkel Wishnew Motoshop didirikan pada tahun 2020 di Bekasi Utara yang mengkhususkan diri dalam penjualan berbagai produk terutama aksesoris dan spare part sepeda motor dengan merk BAJAJ PULSAR, dan cukup populer dikalangan anak komunitas terutama komunitas KOMBO (Komunitas Motor Box). Bengkel ini menawarkan berbagai macam produk untuk pemilik sepeda motor mereka seperti peninggi *shock* depan, *raiser*, *bracket*, *windshield*, *handguard*, *spakbor*, *velg*, tromol, dan lain-lain dengan berbagai pilihan model dan harga. Kualitas produk dan pelayanan yang ditawarkan oleh bengkel tersebut dapat menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan.

Produk yang ditawarkan oleh Bengkel Wishnew Motoshop ini menunjukkan bahwa mereka peduli terhadap keamanan dan kenyamanan pengendara sepeda motor dengan menawarkan aksesoris yang dapat membantu melindungi pengendara dari angin, debu, dan elemen lainnya, serta meningkatkan performa sepeda motor. Selain aksesoris tersebut Wishnew Motoshop juga menjual pannier set. pannier set biasanya digunakan untuk menyimpan barang-barang atau perlengkapan tambahan saat bepergian dengan sepeda motor. Namun, perlu dicatat bahwa Bengkel Wishnew Motoshop seringkali tutup karena pemiliknya memiliki pekerjaan lain yang mengakibatkan pelayanan yang kurang memuaskan dan komentar negatif dari konsumen. Hal ini juga menghambat proses pelayanan karena pemilik tidak dapat mengelola pesanan konsumen dengan baik. Selain itu, informasi tentang penutupan Bengkel tidak selalu disampaikan kepada konsumen, yang membuat konsumen menjadi ragu untuk berbelanja di sana.

Selain beroperasi sebagai toko fisik, Wishnew Motoshop juga menjual produknya melalui toko online bernama WISHNEWMotoshop. Di toko *online* ini, mereka menawarkan berbagai macam aksesoris dan suku cadang motor, termasuk peninggi *shock* depan, *raiser*, *bracket*,



*windshield, handguard, spakbor, velg, tromol*, dan lainnya dengan berbagai pilihan model dan harga. Dengan adanya etalase toko online di Shopee, pelanggan dapat dengan mudah menjelajahi dan membeli produk-produk ini secara online. Dengan demikian, Wishnew Motoshop memberikan solusi yang nyaman bagi pengendara sepeda motor yang mencari aksesoris dan produk berkualitas untuk sepeda motor mereka. Sayangnya, terdapat perbedaan pendapat yang signifikan di antara ulasan produk di toko online ini, yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Komentar negatif seringkali muncul, sehingga *rating* produk menjadi buruk. Ini juga berpotensi membuat konsumen enggan berkunjung ke toko tersebut atau merekomendasikannya kepada orang lain.

Selain produk *costum*, toko online WISHNEWMotoshop juga memiliki persediaan produk yang terbatas yang tidak sebanding dengan jumlah pembeli. Masalah lainnya adalah kurangnya promosi terhadap produk kepada konsumen dan produk yang dibuat secara *costum* juga terkadang mengalami kerusakan atau cacat, karena pembuatan produk *costum* melibatkan pihak ketiga dan seringkali terjadi kesalahan dalam produksinya. Hal ini dapat membuat produk yang dipesan oleh konsumen tidak sesuai dengan pesanan dan tidak dapat digunakan dengan baik. Berdasarkan latar belakang yang sudah penulis sampaikan, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan pelayanan sangat mempengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BENGKEL WISHNEW MOTOSHOP".

## TINJAUAN PUSTAKA

Hasil penelitian (Natasha Grandhis, 2022) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang di Samarinda”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Pengujian hipotesis secara keseluruhan (Uji F) membuktikan hipotesis berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara bersama-sama diterima. Hasil pengujian dengan (Uji t) diketahui bahwa variabel kualitas produk merupakan variabel yang paling signifikan dan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang.

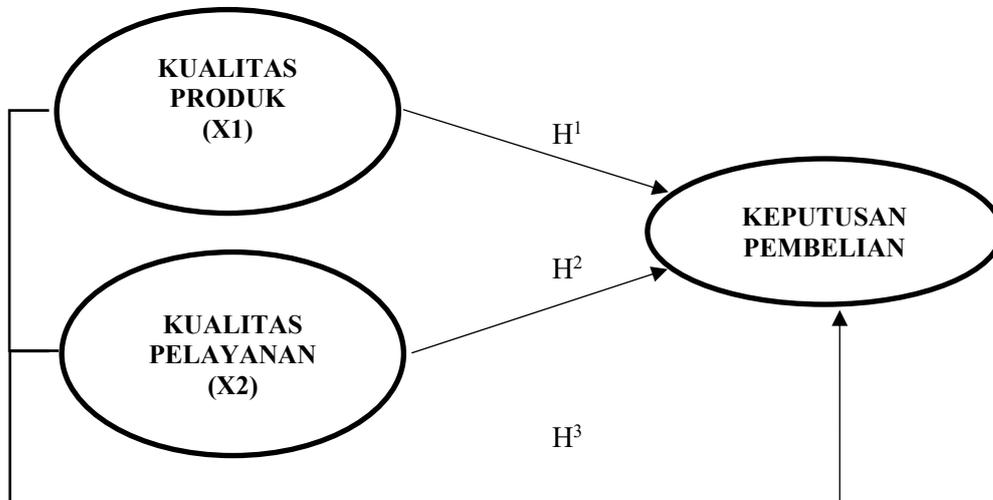
Hasil penelitian (Napitu et al., 2022) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Miyukie Florist Pematangsiantar. Hasil uji dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan positif antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Toko Miyukie Florist Pematangsiantar. Hasil uji hipotesis secara simultan (uji F) diperoleh kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Miyukie Florist Pematangsiantar.

Hasil penelitian (Evinda Deviana Br Situmorang Robinhot Gultom Kristanty Nadapdap Mislan Sihite, 2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Amanda Brownies”. Hasil uji ini menyimpulkan analisis pengujian secara parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Selanjutnya, hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan sebelumnya dalam identifikasi masalah dan landasan teori, variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- X1: Kualitas Produk
- X2: Kualitas Pelayanan
- Y: Keputusan Pembelian

**Gambar 1. Kerangka Berpikir**



Hipotesis merupakan dugaan atau jawaban sementara mengenai suatu kejadian yang diteliti, dikatakan sementara karena baru didasarkan pada teoritis, belum pada penelitian atau fakta empiris. Dengan demikian hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H0 : Tidak ada pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Bengkel Wishnew Motoshop.
- H1 : Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian pada Bengkel Wishnew Motoshop.
- H0 : Tidak ada pengaruh signifikan antara pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Bengkel Wishnew Motoshop.
- H2 : Terdapat pengaruh signifikan antara pelayanan dengan keputusan pembelian pada Bengkel Wishnew Motoshop.
- H0 : Tidak ada pengaruh signifikan antara kualitas produk dan pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Bengkel Wishnew Motoshop.
- H3 : Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk dan pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Bengkel Wishnew Motoshop.

Berdasarkan kerangka kerja yang telah disusun, peneliti telah merumuskan hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini. Dengan rumusan hipotesis ini, penelitian akan menguji apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk, pelayanan, atau keduanya terhadap keputusan pembelian di Bengkel Wishnew Motoshop. Hipotesis ini akan diuji menggunakan metode statistik untuk mengevaluasi hubungan antara variabel-variabel ini.

## **METODE PENELITIAN**

Menurut (Sugiono, 2016) Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data tujuan dan kegunaan tertentu. Metode Penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah merupakan kegiatan penelitian itu di dasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis.

Rasional yaitu kegiatan penelitian itu di lakukan dengan cara cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris yaitu cara cara yang di lakukan itu dapat di amati oleh indra manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara cara yang di gunakan.



Sistematis artinya proses yang di gunakan dalam penelitian itu menggunakan Langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.

Populasi merupakan area apakah organisasi, orang, wilayah, data lainnya yang akan di teliti. Populasi dapat berupa jumlah perusahaan, jumlah karyawan, atau jumlah tahun. Jumlah populasi dan sampel yang digunakan sangat tergantung dari tujuan dari peneliti dalam melakukan penelitian. Penelitian ini menggunakan populasi konsumen mingguan yang pernah membeli produk dan yang berlangganan pada Bengkel Wishnew Motoshop yaitu sebanyak 80 Pelanggan. (Kasmir, 2022)

Sampel adalah bagian dari populasi yang dijadikan data dalam penelitian. Yang terpenting pengambilan sampel harus mempresentasikan dan mewakili populasi secara keseluruhan. Penentuan pemilihan sampel juga harus memiliki homogenitas, sehingga hasil penelitian sampel menjadi lebih tepat. Oleh karena itu dalam menentukan sampel tidak dapat dilakukan secara sembarangan (Kasmir, 2022). *Purposive sampling* merupakan cara penentuan sampel dengan tujuan tertentu yang diinginkan peneliti. Ciri-ciri populasi dengan cara ini sudah diketahui terlebih dahulu dan dicocokkan dengan ciri-ciri sampel yang hendak dipilih. Dalam hal ini pertimbangan peneliti sangat penting dalam menentukan sampel yang dipilih sesuai dengan tujuannya. Pertimbangan misalnya usia, lama bekerja, domisili, dan lainnya. Pengambilan sampel dalam penelitian ini di ambil dengan cara *Nonprobability Sampling*, yaitu teknik *purposive sampling* (Kasmir, 2022).

Teknik sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel dengan jumlah sampel 80. Peneliti menetapkan kriteria untuk memilih responden yang akan dijadikan sampel dalam penelitian. Kriteria yang ditetapkan adalah Pelanggan Bengkel Wishnew Motoshop, Telah melakukan transaksi setidaknya 1 kali dalam seminggu di Bengkel Wishnew Motoshop, pelanggan tersebut harus memiliki pengalaman membeli barang di Bengkel Wishnew Motoshop.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan data primer, data sekunder, penyebaran kuisisioner dan observasi. Adapun penjelasannya dengan menggunakan data primer, yang mana sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data primer ini adalah data yang di peroleh peneliti secara langsung pada Bengkel Wishnew Motoshop. Berikutnya data sekunder, yang mana sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau melalui dokumen. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data-data dan informasi yang diperlukan dengan cara membaca buku, jurnal, serta penelitian sebelumnya. Lalu ada kuesioner (angket), yang di susun mengacu kepada apa yang ada di indikator variabel masing-masing. Kuesioner ini diberikan kepada Pelanggan di Bengkel Wishnew Motoshop. Terakhir ada observasi sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila di dibandingkan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner.

Menurut (Kasmir, 2022), uji instrumen adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mengukur kualitas instrumen penelitian. Instrumen penelitian yang baik harus memenuhi beberapa kriteria, seperti validitas, reliabilitas, objektivitas, dan praktisitas. Validitas instrumen menunjukkan sejauh mana instrumen tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Reliabilitas instrumen menunjukkan seberapa konsisten hasil pengukuran yang diperoleh dari instrumen tersebut. Objektivitas instrumen menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran yang diperoleh dari instrumen tersebut bebas dari pengaruh peneliti. Praktisitas instrumen menunjukkan sejauh mana instrumen tersebut mudah digunakan dalam penelitian. Pada penelitian ini menggunakan skala likert, menurut Sugiyono (2015:134) dalam (Saragih et al., 2021) Skala Likert adalah untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pada kuesioner terdapat 5 option / pilihan jawaban antara lain SS =



Sangat Setuju, S = Setuju, RG = Ragu-Ragu, TS = Tidak Setuju, dan STS = Sangat Tidak Setuju. Skala penskoran adalah sebagai berikut : 5,4,3,2, dan jika pernyataan memiliki pola positif.

Langkah-Langkah untuk mengaktualisasikan uji coba instrument adalah menentukan jumlah responden untuk uji coba sebanyak 80 responden pada pelanggan di Bengkel Wishnew Motoshop, melakukan uji coba dengan memberikan survei yang berisi butir-butir artikulasi, pemeriksaan perhitungan hasil uji coba instrument.

Pengujian validitas instrument supervise, integritas, keyakinan, dan efektivitas kerja menggunakan koefisien hubungan ( $r$  hitung) antara skor soal dengan sub jumlah masing-masing perhitungan pada setiap variabel menggunakan detail item minute (Pearson). Penelitian dilakukan semua soal dari instrumen. Kriteria pengujian dengan membandingkan ( $r$  hitung) dengan ( $r$  tabel) dengan  $\alpha = 0,05$  dan dihitung menggunakan Microsoft Excel.

Menguji kualitas instrumen untuk melihat konsistensi jawaban reponden. Peneliti untuk mendapatkan informasi menggunakan teknik Apla Cronbach dengan bantuan program SPSS 26 Oleh karena itu instrumen yang telah dicoba menunjukkan kualitas yang tinggi, sehingga dapat digunakan dalam pengumpulan data. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,05) untuk  $n = 20$  adalah 0,444, maka instrumen dinyatakan valid dan reliabel. Sebaliknya jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,444), maka butir angket tersebut drop atau di keluarkan dari butir instrumen.

Uji validitas (Dr. Kasmir,S.E., 2022) Merupakan pengujian yang pertama sekali dilakukan di dalam penelitian yang bertujuan untuk mengukur valid tidaknya alat ukur yang digunakan. (Alat ukur yang digunakan untuk menentukan valid tidaknya suatu instrumen adalah nilai. Kriteria validnya satu butir instrumen penelitian adalah jika nilai I-hitung  $\geq$  tabel Besaran harga  $r$  tabel ditentukan oleh taraf signifikansi dan derajat kebebasannya ( $dk$ ), misalnya signifikansi 5% (0,05).

Demikian pula sebaliknya jika nilai  $r$ -hitung  $\leq$   $r$  tabel maka dikatakan tidak valid sehingga butir yang tidak valid tersebut didrop atau dianggap gugur. Artinya butir yang tidak valid tidak digunakan dalam penelitian selanjutnya. 260 Pengantar Metodologi Penelitian Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa uji validitas adalah untuk mengukur valid atau sah tidaknya alat ukur yang digunakan. Sebagai contoh yang diukur adalah kuesioner, jika dikatakan valid dengan ukuran jika nilai  $r$ -hitung  $\geq$   $r$  tabel maka kuesioner valid atau dapat digunakan demikian pula sebaliknya jika nilai I-hitung  $<$   $r$  tabel maka kuesioner tersebut harus dihilangkan atau didrop atau tidak dapat digunakan lagi dalam penelitian.

Menurut (Dr. Kasmir,S.E., 2022) reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur instrument penelitian dapat dipercaya. Artinya instrumen tersebut setelah diuji di lapangan memiliki konsistensi dan keandalan dan dapat mengungkapkan atau memberikan informasi yang sebenarnya. Uji selanjutnya setelah dilakukan pengujian sah atau tepat tidak alat ukur yang digunakan (validitas), maka perlu dilakukan uji reliabilitas. Seperti kita ketahui bahwa dalam pengujian validitas sebelumnya telah dihilangkan beberapa instrumen atau kuesioner yang dianggap tidak valid sehingga tidak diikutsertakan lagi dalam pengujian reliabilitas. Jadi yang diikutsertakan dalam pengujian reliabilitas hanyalah instrument atau kuesioner yang valid saja.

Menurut (Dr. Kasmir,S.E., 2022) Dapat dikatakan reliabel atau andal apabila jawaban terhadap pernyataan dari kuesioner tersebut konsisten dan stabil dari waktu ke waktu. Artinya jika alat ukur yang digunakan lebih dari 2 kali akan memberikan relatif hasil yang sama, konsisten sama dengan hasil uji yang pertama kali dilakukan. Sehingga reliabilitas sering kali dikatakan untuk melihat konsistensi alat ukur untuk mengukur hal yang sama. Salah satu alat untuk pengujian reliabilitas dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach untuk instrumen yang berbentuk angket dan skala. Hasil uji reliabel dapat dikatakan apabila mendekati angka 0 sampai 1, yang artinya makin mendekati makin reliabel. Dengan menggunakan rumus dapat dikatakan jika:



Alpha Cronbach secara umum ukuran reliabilitas & Nilai alpha  $< 0,50$  menunjukkan nilai reliabilitas rendah. Artinya terdapat item dalam instrumen yang tidak reliabel. Nilai alpha  $0,50-0,70$  menunjukkan nilai reliabilitas sedikit lebih baik namun belum mencukupi untuk digunakan. Nilai alpha  $> 0,70$  menunjukkan arti instrumen memiliki reliabilitas mencukupi. Nilai alpha  $> 0,80$  menunjukkan atau mensugestikan seluruh item dikatakan reliabel atau dengan kata lain seluruh uji memiliki konsisten reliabilitas yang kuat. Nilai alpha  $> 0,90$  menunjukkan tingkat reliabilitas sempurna. Namun secara umum angka yang memberikan nilai cukup memuaskan adalah apabila mendekati angka alpha  $\geq 0,70$ . Artinya dalam penelitian sering digunakan angka minimal yang digunakan adalah alpha  $\geq 0,70$ .

Menurut (Dr. Kasmir,S.E., 2022) Uji Multikolinearitas adalah untuk memastikan ada tidaknya korelasi atau hubungan di antara variabel tersebut. Jika terdapat hubungan, maka apakah hubungan tersebut kuat atau tidak: Dalam praktiknya apabila terjadi multikolinearitas, artinya variabel yang diuji berkorelasi kuat dengan variabel lainnya. Dengan kata lain kekuatan prediksinya tidak andal dan tidak stabil, demikian pula sebaliknya. Biasanya dalam uji yang menggunakan model regresi berganda terdapat lebih dari satu variabel bebas (X) yang diuji. Pengujian ini dilakukan antara misalnya X1 ke Y dan X2 ke Y, sehingga terdapat pengujian secara simultan.

Uji Normalitas (Dr. Kasmir,S.E., 2022) merupakan pengujian adalah untuk menguji data berdistribusi normal atau tidak. Hal ini penting karena dalam penelitian data atau informasi yang diolah seharusnya memiliki berdistribusi normal. Artinya data yang digunakan memiliki sebaran yang normal dalam populasi yang normal. Hanya saja ada juga pihak lain (alat uji tertentu) mengatakan uji normalitas ini perlu dilakukan. Sebenarnya hal ini tergantung dari metode pengolahan yang akan digunakan, jadi boleh dipakai dan boleh juga tidak. Biasanya dalam metode regresi linear semacam ada yang keharusan untuk menggunakan normalitas data, karena data berdistribusi normal merupakan syarat dilakukannya tes parametrik. Salah satu uji normalitas yang sering digunakan adalah uji Kolmogorov Smirnov (K-S). Dalam normalitas dengan uji Kolmogorov Smirnov (K-S) dapat juga dilakukan dengan menentukan proporsi (P), menentukan persentase kumulatif (KP) nilai tertinggi, menentukan D max Nilai Tertinggi.

Uji heteroskedastisitas (Dr. Kasmir,S.E., 2022) Merupakan uji untuk menilai ketidaksamaan varian residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji heteroskedastisitas biasanya dilakukan pada model regresi. Apabila model regresi persyaratan terpenuhi berarti terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap. Namun apabila asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi maka model regresi dinyatakan tidak valid digunakan sebagai alat pengamatan. Jika terjadi heteroskedastisitas berarti perubahan pada variabel terikat mengakibatkan residualnya (error) juga berubah, baik kenaikan maupun penurunan. Dengan kata lain penambahan variabel terikat bertambah menyebabkan kesalahan juga bertambah. Biasanya uji yang digunakan untuk menguji *heteroskedastisitas* adalah *uji glejser*, *uji park*, atau *uji white statistic*.

Menurut (Dr. Kasmir,S.E., 2022) untuk melihat pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya dapat digunakan dengan alat uji t. Artinya uji t adalah uji yang dilakukan untuk melihat pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Sebagai contoh pengaruh beban kerja (X) terhadap kinerja karyawan (Y) atau pengaruh kepuasan pelanggan (X) terhadap minat membeli (Y). atau tidak. Caranya dengan  $> F$  berarti tidak homogen. Pengaruh dari suatu variabel dapat bersifat positif dan dapat bersifat negatif. Contoh berpengaruh positif adalah, jika beban kerja meningkat, maka kinerja karyawan meningkat.

Sedangkan untuk berpengaruh negatif adalah jika beban kerja meningkat, maka kinerja karyawan turun. Demikian pula jika kepuasan pelanggan (X) meningkat maka minat membeli tinggi (Y), berarti berpengaruh positif, dan sebaliknya jika kepuasan pelanggan (X) meningkat maka minat membeli menurun berarti berpengaruh negatif. Kegunaan uji t juga dapat digunakan



untuk melihat signifikansi suatu variabel yang diuji. Artinya dalam uji t ini kita dapat melihat apakah hasil pengujian antara variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak. Untuk menentukan signifikan tersebut menggunakan standar eror biasanya dari 1 (satu) sampai 10 (sepuluh) persen.

Jika hasilnya di bawah dari nilai yang ditetapkan, maka dikatakan signifikan. Misalnya standar eror 0,05 (5%), sedangkan hasil pengujian menunjukkan 0,02 maka dapat diartikan beban kerja berpengaruh dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Demikian pula jika hasil pengujiannya menunjukkan nilai erornya di atas standar yang ditetapkan misalnya 0,06 maka beban kerja tidak berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap kinerja karyawan.

Selengkapnya pengertian uji korelasi adalah (Dr. Kasmir,S.E., 2022) uji untuk menjelaskan ada tidak besarnya hubungan antara dua variabel atau lebih. Kemudian untuk mengetahui koefisien determinasi dihitung dari nilai korelasi (R). Ukuran nilai R mulai dari 0 sampai dengan 1, artinya angka 1 merupakan nilai tertinggi (100%). Sebagai contoh jika nilai sebesar 0,70, maka koefisien determinasi atau R square ( $R^2$ ) adalah  $0,70 \times 0,70 = 0,49$ . Hasil ini menunjukkan kemampuan variabel bebas menjelaskan varians variabel terikat adalah 49%, sedangkan sisanya 51% (diperoleh dari  $100\% - 49\%$ ) dijelaskan oleh variabel bebas lainnya.

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (Harga dan Kualitas Produk) terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian).

Uji F Menurut (Dr. Kasmir,S.E., 2022) merupakan uji secara bersama-sama atau serempak dari seluruh variabel bebas yang ada dengan variabel terkait. Untuk menilai uji F adalah dengan membandingkan antara F hitung dengan F tabel. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  berarti tidak berpengaruh secara bersama-sama. Demikian pula jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  berarti berpengaruh secara bersama-sama.

Menurut (Dr. Kasmir,S.E., 2022) Hubungan antara variabel perlu diteliti apakah memiliki hubungan atau tidak, kemudian seberapa besar hubungan kedua variabel tersebut. Kemudian untuk mengetahui koefisien determinasi dihitung dari nilai korelasi (R). Ukuran nilai R mulai dari 0 sampai 1, artinya angka 1 merupakan nilai tertinggi (100%).

Sedangkan interpretasi untuk  $R^2$  dengan sebagai contoh jika nilai koefisien determinasi R square sebesar 0,70. Ini menunjukkan kemampuan variabel bebas menjelaskan varians variabel terikat adalah 70%, sedangkan sisanya 30% (diperoleh dari  $100\% - 70\%$ ) dijelaskan oleh variabel bebas lainnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas (Kasmir, 2022), Merupakan pengujian yang pertama sekali dilakukan di dalam penelitian yang bertujuan untuk mengukur valid tidaknya alat ukur yang digunakan. (Alat ukur yang digunakan untuk menentukan valid tidaknya suatu instrumen adalah nilai. Kriteria validnya satu butir instrumen penelitian adalah jika nilai I-hitung 2 tabel Besar harga r tabel ditentukan oleh taraf signifikansi dan derajat kebebasannya (dk), misalnya signifikansi 5% (0,05).



### Variabel Keputusan Pembelian

Berikut adalah hasil uji validitas variabel keputusan pembelian di Bengkel Wishnew Motoshop dalam tabel:

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas (Y)**

Pernyataan	r Hitung	r Tabel ( $\alpha=5\%$ ) N=50	Keterangan
Item 1	0,960	0,220	VALID
Item 2	0,967	0,220	VALID
Item 3	0,955	0,220	VALID
Item 4	0,960	0,220	VALID
Item 5	0,933	0,220	VALID
Item 6	0,959	0,220	VALID
Item 7	0,952	0,220	VALID
Item 8	0,934	0,220	VALID
Item 9	0,942	0,220	VALID
Item 10	0,974	0,220	VALID
Item 11	0,985	0,220	VALID
Item 12	0,980	0,220	VALID

Sumber: Olahan Data SPSS 26

Hasil dari pengujian 12 item pernyataan mengenai variabel keputusan pembelian menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan dianggap valid karena nilai korelasi total terkoreksi (r hitung) melebihi ambang batas 0,220 (r tabel).

### Variabel Kualitas Produk

Berikut adalah hasil uji validitas variabel kualitas produk dalam tabel:

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas (X<sup>1</sup>)**

Pernyataan	r Hitung	r Tabel ( $\alpha=5\%$ ) N=50	Keterangan
Item 1	0,974	0,220	VALID
Item 2	0,978	0,220	VALID
Item 3	0,983	0,220	VALID
Item 4	0,988	0,220	VALID
Item 5	0,975	0,220	VALID
Item 6	0,977	0,220	VALID
Item 7	0,976	0,220	VALID
Item 8	0,983	0,220	VALID
Item 9	0,988	0,220	VALID
Item 10	0,984	0,220	VALID
Item 11	0,978	0,220	VALID
Item 12	0,976	0,220	VALID

Sumber: Olahan Data SPSS 26

Hasil dari pengujian 12 item pernyataan mengenai variabel kualitas produk menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan dianggap valid karena nilai korelasi total terkoreksi (r hitung) melebihi ambang batas 0,220 (r tabel).



### Variabel Pelayanan

Berikut adalah hasil uji validitas variabel pelayanan dalam tabel:

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas (X<sup>1</sup>)**

Pernyataan	r Hitung	r Tabel (α=5%) N=50	Keterangan
Item 1	0,974	0,220	VALID
Item 2	0,978	0,220	VALID
Item 3	0,983	0,220	VALID
Item 4	0,988	0,220	VALID
Item 5	0,975	0,220	VALID
Item 6	0,977	0,220	VALID
Item 7	0,976	0,220	VALID
Item 8	0,983	0,220	VALID
Item 9	0,988	0,220	VALID
Item 10	0,984	0,220	VALID

Sumber: Olahan Data SPSS 26

Hasil dari pengujian 12 item pernyataan mengenai variabel pelayanan menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan dianggap valid karena nilai korelasi total terkoreksi (r hitung) melebihi ambang batas 0,220 (r tabel).

### 2. Uji Reliabilitas

Menurut (Kasmir, 2022) uji reliabilitas merupakan uji untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur tersebut dapat digunakan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Metode untuk uji reliabilitas adalah menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan nilai batas tertentu, yaitu > 0,60

Berikut adalah hasil uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS 26 untuk koefisien *Cronbach's Alpha*:

**Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas**

<i>Reliability Statistic</i>				
No.	Variabel	N Of Items	Cronbach's Alpha	Nilai Batas
1	Kualitas Produk	12	0.996	0,60
2	Pelayanan	10	0.994	0,60
3	Keputusan Pembelian	12	0.992	0,60

Sumber: Data Olahan SPSS 26

Berdasarkan tabel 4 hasil uji reliabilitas diatas, diketahui nilai *Cronbach's Alpha* variabel kualitas produk (X<sup>1</sup>) sebesar 0,996. Pelayanan (X<sup>2</sup>) sebesar 0,994. Dan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,992. Karena keseluruhan nilai *Cronbach's Alpha* > nilai batas 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian kualitas produk (X<sup>1</sup>), pelayanan (X<sup>2</sup>), dan keputusan pembelian (Y) adalah reliabel.

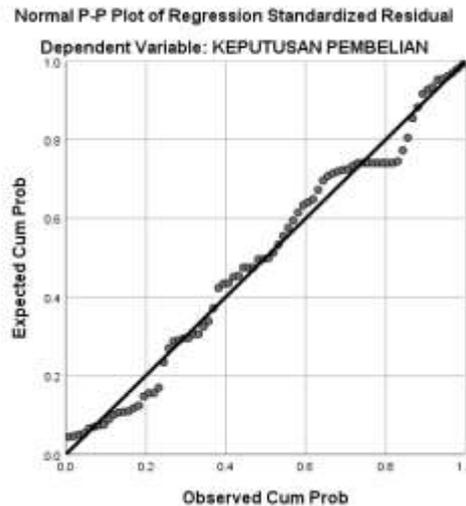
### 3. Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Menurut (Kasmir, 2022) uji normalitas merupakan uji untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Uji yang digunakan ialah *One Sample Kolmogrov Smirnov Test* dengan SPSS versi 26. Jika nilai sig dari hasil output SPSS > 0,05 maka dapat dikatakan distribusi data normal. Tabel berikut menunjukkan hasil output SPSS

yang berupa angka yang akan dibandingkan dengan distribusi normal *Z-Score* sehingga akan diketahui kenormalitasan data.

**Gambar 1. Hasil Uji Normalitas *P-PLOT***



Sumber Data: Olahan SPSS 26

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar dan berimpit mengikuti garis diagonal. Hal ini membuktikan bahwa data distribusi normal. Dalam analisis regresi linear, seringkali diperlukan asumsi bahwa data berdistribusi normal, karena itu merupakan salah satu syarat untuk menggunakan metode statistik parametrik. Salah satu uji yang umum digunakan untuk menguji normalitas data adalah uji Kolmogorov-Smirnov (K-S).

**Tabel 5. Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.000000
	Std. Deviation	9.73061988
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.090
	Positive	.090
	Negative	-.061
Test Statistic		.090
Asymp. Sig. (2-tailed)		.172 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Olahan SPSS 26



Berdasarkan tabel 5 output uji normalitas diatas, diperoleh nilai sig Kolmogrov-Smirnov yaitu 0.172. Karena  $0,172 > 0,05$  maka dapat disimpulkan data dalam penelitian berdistribusi normal karena memenuhi syarat uji normalitas.

### Uji T

Menurut (Kasmir, 2022) uji T (parsial) digunakan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh satu variabel *independent* terhadap variabel *dependent* dengan asumsi variabel lainnya adalah konstan. Pedoman pengambilan keputusan dalam uji T yaitu:

- a. Jika nilai *sig*  $< 0,05$  dan nilai T hitung  $> T$  tabel, maka variabel *independent* berpengaruh terhadap variabel *dependent*.
- b. Jika nilai *sig*  $> 0,05$  dan nilai T hitung  $< T$  tabel, maka variabel tidak terdapat pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent*.

Perumusan hipotesis

$H_1$  = Terdapat pengaruh kualitas produk ( $X^1$ ) terhadap keputusan pembeli (Y).

$H_2$  = Terdapat pengaruh pelayanan ( $X^2$ ) terhadap keputusan pembelian (Y).

$H_3$  = Terdapat pengaruh kualitas produk ( $X^1$ ) dan pelayanan ( $X^2$ ) secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y)

**Tabel 6. Hasil Uji T (parsial)  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	.740	.811		.913	.364
KUALITAS PRODUK	.745	.129	.762	5.780	.000
PELAYANAN	.263	.154	.226	2.712	.001

Dependant Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber Data: Olahan SPSS 26

Rumus T tabel =  $t(a/2 : n - k - 1)$  (Kasmir, 2022)

Sehingga diperoleh =  $t(0,005/2 : 80 - 2 - 1) = t(0,025 - 77) = 1,664$ .

Berdasarkan hasil pada tabel 6 diatas dapat dilihat nilai t hitung variabel kualitas produk ( $X^1$ ) sebesar 5,780 dan variabel pelayanan ( $X^2$ ) sebesar 2,712. Nilai t hitung dari variabel *independent* yang digunakan memiliki nilai yang  $> 1,664$ . Dengan nilai *sig* variabel kualitas produk ( $X^1$ ) sebesar 0,000 dan variabel pelayanan ( $X^2$ ) sebesar 0,011 dimana nilai *sig* dari variabel *independent* yang digunakan memiliki nilai yang  $< 0,05$ . Sehingga dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

Kualitas produk ( $X^1$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

Berdasarkan hasil tabel 6 dapat dilihat bahwa t hitung pada variabel kualitas produk ( $X^1$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 5,780 yang berarti t hitung  $> t$  tabel 1,664 dan nilai *sig* lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak,  $H_1$  diterima ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.



**Tabel 7. Hasil Uji T Pengaruh X<sup>1</sup> terhadap Y**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.985 <sup>a</sup>	.971	.970	2.799

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK

Sumber: Data olahan SPSS 26

Pada tabel 7 menunjukkan bahwa nilai *R Square* pada variabel kualitas produk sebesar 0,970 atau 97%. Yang berarti bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan sisanya sebesar  $100\% - 97\% = 3\%$  dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pelayanan (X<sup>2</sup>) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)

Berdasarkan hasil tabel 6 dapat dilihat bahwa t hitung pada variabel pelayanan (X<sup>2</sup>) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 2,712. Yang berarti t hitung > t tabel 1,664 dan nilai *sig* lebih besar dari 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ). Maka H<sub>0</sub> ditolak H<sub>2</sub> diterima, ini menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

**Tabel 8. Hasil Uji T Pengaruh X<sup>2</sup> terhadap Y**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.980 <sup>a</sup>	.959	.959	3.290

a. Predictors: (Constant), PELAYANAN

Sumber: Data olahan SPSS 26

Pada tabel 8 menunjukkan bahwa nilai *R Square* pada variabel pelayanan sebesar 0,959 atau 95,9%. Yang berarti bahwa pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 95,9%. Sedangkan sisanya sebesar  $100\% - 95,9\% = 4,1\%$  dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Uji F

Menurut (Kasmir, 2022) uji F (uji simultan) merupakan uji secara bersama/serempak dari seluruh variabel bebas yang ada dengan variabel terikat. Untuk menilai uji F adalah dengan membandingkan antara F hitung dengan F tabel. Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  berarti tidak berpengaruh secara bersama. Namun jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  berarti berpengaruh secara bersama.

Pedoman untuk mengambil keputusan dalam uji F yaitu:

- Jika nilai *sig* < 0,05 dan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka terdapat pengaruh variabel *independent* secara simultan terhadap *dependent*.
- Jika nilai *sig* > 0,05 dan nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka tidak terdapat pengaruh variabel *independent* secara simultan terhadap *dependent*.

Hasil uji F dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

rumus F tabel :  $F(k : n - k) = F(2 - 48) = 3,110$  (Kasmir, 2022).



Keterangan  
 K = Jumlah variabel  
 N = Jumlah sampel  
 Hasil = 3,110 F tabel (Alviolesa & Tabel, n.d.)

**Tabel 9. Hasil Uji F (uji simultan)  
 ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	20252.584	2	10126.292	1324.252	.000 <sup>b</sup>
Residual	588.804	77	7.647		
Total	20841.387	79			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN  
 b. Predictors: (Constant), PELAYANAN, KUALITAS PRODUK  
 Sumber: Data olahan SPSS 26

Rumus Df1 = Jumlah variabel – 1 = 3 – 1 = 2 (Kasmir, 2022)  
 Rumus Df2 = Jumlah responden – jumlah variabel independent = 80 – 2 – 1 = 77  
 Diperoleh F = 2 : 77 = 3,110

Berdasarkan tabel 9 diperoleh bahwa nilai *sig* yaitu 0,000 dan nilai F hitung sebesar 1324,252. Karena nilai *sig* < 0,05 dan nilai F hitung > nilai F tabel 3,110. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel *independent* secara simultan terhadap variabel *dependent*.

## B. HASIL PENELITIAN

### **Pengaruh Kualitas Produk (X<sup>1</sup>) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Berdasarkan hasil tabel 6 dapat dilihat bahwa t hitung pada variabel kualitas produk (X<sup>1</sup>) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 5,780 yang berarti t hitung > t tabel 1,664 dan nilai *sig* lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05) maka H<sub>0</sub> ditolak, H<sub>1</sub> diterima ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

### **Pengaruh Pelayanan (X<sup>2</sup>) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Berdasarkan hasil tabel 6 dapat dilihat bahwa t hitung pada variabel pelayanan (X<sup>2</sup>) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 2,712. Yang berarti t hitung > t tabel 1,664 dan nilai *sig* lebih besar dari 0,05 (0,000 < 0,05). Maka H<sub>0</sub> ditolak H<sub>2</sub> diterima, ini menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

### **Pengaruh Kualitas Produk (X<sup>1</sup>) dan Pelayanan (X<sup>2</sup>) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Berdasarkan tabel 9 diperoleh bahwa nilai *sig* yaitu 0,000 dan nilai F hitung sebesar 1324,252. Karena nilai *sig* < 0,05 dan nilai F hitung > nilai F tabel 3,110. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel independent secara simultan terhadap variabel dependent.



## PENUTUP

### Simpulan

#### **Pengaruh Kualitas Produk ( $X^1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Berdasarkan hasil tabel 6 dapat dilihat bahwa t hitung pada variabel kualitas produk ( $X^1$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 5,780 yang berarti t hitung > t tabel 1,664 dan nilai sig lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak,  $H_1$  diterima ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

#### **Pengaruh Pelayanan ( $X^2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Berdasarkan hasil tabel 6 dapat dilihat bahwa t hitung pada variabel pelayanan ( $X^2$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 2,712. Yang berarti t hitung > t tabel 1,664 dan nilai sig lebih besar dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Maka  $H_0$  ditolak  $H_2$  diterima, ini menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

#### **Pengaruh Kualitas Produk ( $X^1$ ) dan Pelayanan ( $X^2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Berdasarkan tabel 9 diperoleh bahwa nilai sig yaitu 0,000 dan nilai F hitung sebesar 1324,252. Karena nilai sig < 0,05 dan nilai F hitung > nilai F tabel 3,110. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel independent secara simultan terhadap variabel dependent.

### Saran

Berdasarkan masalah-masalah yang telah diidentifikasi di Bengkel Wishnew Motoshop sebnarnya adalah masalah yang umum di dunia usaha. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, perlu adanya strategi dan tindakan yang terperinci. Saran-saran untuk mengatasi masalah-masalah yang telah diidentifikasi ialah pengelolaan stok produk yang lebih efisien, peningkatan ketersediaan toko, komunikasi yang lebih baik dengan konsumen, peningkatan promosi dan kesadaran produk, perbaikan proses bisnis, evaluasi rutin dan terus belajar untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi terutama dalam kegiatan operasional bengkel.

## REFERENSI

- Alviolesa, B., & Tabel, M. S. |. (n.d.). *Lampiran 23 Tabel F Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05*.
- Abdullah, S. I. N. W., Teng, P. K., Heng, B. L. J., Subramaniam, K., Yuling, J., & Shoep, A. M. A. (2023). *Effect of Marketing Mix Strategies on the Buying Behaviour of Organic Products: Comparison between Consumers in Malaysia and China*. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1165(1), 1–16. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1165/1/012007>
- Atiyah, L. A. (2009). *Impact of service quality on customer satisfaction*. *Proceedings of the American Mathematical Society*, 137(6), 2139–2145.
- Evinda Deviana Br Situmorang Robinhot Gultom Kristanty Nadapdap Mislan Sihite. (2019). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO AMANDA BROWNIES*.
- Jaya, I., & Fauziana, E. (2023). *KENTUCKY FRIED CHICKEN BEKASI TRADE CENTER*. 3(2), 66–76.



- Kasmir. (2022). *Pengantar Metodologi Penelitian*.
- Napitu, R., Sriwiyanti, E., Munthe, R. N., Artikel, R., Kunci, K., Produk, K., Pelayanan, K., & Pembelian, K. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO MIYUKIE FLORIST PEMATANGSIANTAR*. <http://journal.stieip.ac.id/index.php/iga>
- Natasha Grandhis. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang di Samarinda*.
- Prajapati, B., & Goswami, A. (2023). Impact of Experiential Marketing on Brand Loyalty: Moderating Role of Gender. *Management Dynamics*, 23(1), 119–128. <https://doi.org/10.57198/2583-4932.1314>
- Prayogi, P., & Malik, A. J. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Es Krim Baskin Robbins. *SMART Management Journal*, 3(1), 42–55. <https://doi.org/10.53990/smj.v3i1.203>
- Rachmawati, D. I., & Jaenudin, J. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan, Dan Kualitas Pelayanan Dalam Menciptakan Loyalitas Pelanggan. *SMART Management Journal*, 3(1), 21–27. <https://doi.org/10.53990/smj.v3i1.201>
- Sharabati, A. A. A., Al-Haddad, S., Abu Naba, R., Hijazat, D., Alalwan, A. A., & Masa'deh, R. (2023). How Consumers' Consciousness Moderates the Corporate Social Responsibility Effect on Apparel Industry Brand Image. *Sustainability (Switzerland)*, 15(14). <https://doi.org/10.3390/su151410955>
- Saragih, A. Y. N., Abi, A. R., Mahulae, S., & Silaban, P. J. (2021). Pengaruh Pendidikan Karakter terhadap Hasil Belajar Tema Pahlawanku Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(5), 3980–3984. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i5.560>
- Zahara, Z., Ikhsan, Santi, I. N., & Farid. (2023). *Entrepreneurial marketing and marketing performance through digital marketing capabilities of SMEs in post-pandemic recovery*. *Cogent Business and Management*, 10(2), 1–19. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2204592>