

## ANALISIS HUBUNGAN KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH (WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA DEPOT TOMMY KEDIRI

Aling Aldyawan<sup>1</sup>, Dodi Kusuma Hadi Soedjoko<sup>2</sup>  
Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. K.H Ahmad Dahlan No.76 Kediri Jawa timur  
[Alingaldyawan74@gmail.com](mailto:Alingaldyawan74@gmail.com)<sup>1</sup>, [dodikusuma@unpkediri.ac.id](mailto:dodikusuma@unpkediri.ac.id)<sup>2</sup>,

### Abstract

*This review aims to review product quality, price and word of mouth on purchasing decisions at Tommy Kediri Depot. In this review, the population is Depot Tommy consumers who have come for the last two months and do not make repeat purchases. Sampling was based on the Rao Purba formula and the results obtained were 97 respondents. Data collection techniques used were observation, interviews, and distributing questionnaires. Sampling using the accidental sampling method, that is, someone incidentally meets the eye of the reviewer, is used as a sample. The results of the statistical data review, the indicators in this review are Valid and Reliable. The results of the review show that product quality, price and Word of Mouth either partially or simultaneously are significant to purchasing decisions.*

**Keywords:** *product quality, price, word of mouth, purchasing decisions.*

### Abstrak

Pengulasan ini bertujuan untuk mengulas kualitas produk, Harga dan *Word Of Mouth* atas Keputusan pembelian pada Depot Tommy Kediri. Dalam pengulasan ini Populasinya yaitu konsumen Depot Tommy yang datang selama dua bulan terakhir dan tidak melakukan pembelian ulang. Pengambilan Sampel berdasarkan rumus Rao Purba dan diperoleh hasil sebanyak 97 Responden. Teknik mengumpulkan data yang dipakai adalah observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Pengambilan Sampel menggunakan metode *accidental sampling* yaitu seseorang secara insidental bertatapapan dengan pengulas, digunakan sebagai sampel. Hasil pengulasan data statistik, Indikator-indikator dalam pengulasan ini *Valid dan Reliabel*. Hasil pengulasan menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan *Word of Mouth* baik secara parsial maupun simultan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** kualitas produk, harga, *word of mouth*, keputusan pembelian.

## PENDAHULUAN

Kebutuhan deponan sangat diperlukan yaitu kebutuhan makan, merupakan kebutuhan pertama dan sesuatu kemestian dalam mempertahankan hidup. Untuk melaksanakan kegiatan membutuhkan tenaga, tenaga tersebut dari santapan serta minuman yang dimakannya. Oleh sebab itu, usaha bidang santapan yaitu usaha yang membagikan kesempatan untuk pelakunya, sebab kebutuhan makan yaitu kebutuhan wajib senantiasa dipadati. Perkembangan bisnis kuliner pula terjalin di Kediri yang dikala ini banyak rumah makan, kedai, angkringan, salah satunya merupakan Depot Tommy. Depot Tommy ialah rumah makan di Kediri yang menawarkan santapan khas Cina (*Chinese food*) dengan menu ayam(Halal) yang berdiri semenjak tahun 1982 di wilayah Pakunden, Pesantren, Kota Kediri.

Dari dini pembangunan sampai saat ini Depot Tommy mempunyai 3 anak cabang di Kediri. Menurut Kotler & Armstrong (2014:230), beberapa riset, ada sebagian aspek yang pengaruhi keputusan pembelian, salah satunya yakni mutu produk. Produk merupakan perlengkapan bauran pemasaran yang sangat mendasar, di mana konsumen mempunyai harapan hendak pemenuhan kebutuhan serta kemauan lewat sesuatu produk. Sehingga pemenuhan kebutuhan serta kemauan ini erat kaitannya dengan mutu produk. Mutu dalam pemikiran konsumen mempunyai ciri yang berbeda-

beda antara satu konsumen dengan konsumen yang lain. Selain kualitas produk menurut Ibrahim & Yulianti (2017), aspek yang bisa pengaruhi konsumen dalam melaksanakan pembelian merupakan semacam membagikan harga yang terjangkau serta promosi.

Rahmawati (2017) mengartikan bahwa Harga dalam benak konsumen tentang suatu produk di perusahaan sangat pengaruh dikonsumsi untuk mendapat keputusan pembelian. Harga yang terjangkau dapat membuat konsumen beli produk dari suatu perusahaan. Dan menurut Pratiwi (2017) Selain harga promosi juga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. dikala ini banyak pemasar yang menggunakan *Word of Mouth communication* selaku wujud komunikasi pemasaran. Terlebih lagi dengan pertumbuhan era yang terus menjadi pesat, terus menjadi banyak bisnis - bisnis yang bermunculan. salah satunya adalah bisnis kuliner. Bisnis kuliner ialah bisnis yang lagi tumbuh di Indonesia.

*Word of mouth* bisa membentuk keyakinan para konsumen. Rahmawati( 2017) *word of mouth* yang ditimbulkan merupakan positif hingga hendak memunculkan keuntungan untuk perindustrian, tetapi bila *word of mouth* yang ditimbulkan merupakan negatif hingga hendak memunculkan ketidakpercayaan warga hendak produk ataupun jasa tersebut. Industri wajib waspada dalam mengalami *Word Of Mouth*, supaya tidak memperoleh akibat yang kurang baik terhadap industri. Oleh sebab itu, industri wajib mengoptimalkan mutu pelayanan yang baik untuk seluruh pelanggan sehingga *word of mouth* yang ditimbulkan positif serta membagikan akibat yang baik. Berikut merupakan data dari penjualan Depot Tommy dalam 5 bulan terakhir ( Juli sampai dengan November 2020).

**Tabel 1 Data Penjualan Depot Tommy dalam 5 Bulan Terakhir**

No	Bulan	Pendapatan
1.	Juli	15.255.000
2.	Agustus	13.050.000
3.	September	13.750.000
4.	Oktober	12.550.000
5.	November	10.505.000

Sumber: Data Penjualan Depot Tommy

Tabel 1 Data Penjualan Depot Tommy dalam 5 bulan akhir dapat dilihat bahwa di Depot Tommy menghadapi penurunan yang banyak. Oleh karena itu, pihak Depot Tommy harus dapat memastikan para konsumen untuk menunaikan pembelian dan memperoleh kepercayaan konsumen atas kualitas dan memperbanyak kembali penjualan, dengan mengupas beberapa faktor apa yang dapat menularkan keputusan pembelian konsumen.

Tujuan penelitian yaitu : Mengetahui hubungan Kualitas Produk terhadap pembelian makanan pada Depot Tommy, Mengetahui hubungan Harga terhadap pembelian makanan pada Depot Tommy, memahami hubungan *Word of mouth (Wom)* terhadap pembelian makanan pada Depot Tommy, menguraikan hubungan Kualitas Produk, Harga dan *Word of mouth* atas keputusan pembelian makanan di Depot Tommy. Berdasarkan pendahuluan dan tujuan yang ditulis, maka penulis terdorong untuk melakukan penelitian dan membawa judul “ Analisis Kualitas Produk, Harga dan *Word of mouth (WOM)* atas keputusan pembelian di Depot Tommy Kediri”.

## METODE

Pengulasan ini mempunyai total empat variabel. Variable terikat yaitu Keputusan Pembelian(Y) dan variabel bebas Kualitas produk(X1), Harga(X2), *Word of Mouth*(X3). Desain dekatan yang dipakai oleh pengulas ini adalah Kuantitatif. Populasi yang diamati dalam pengulasan ini adalah konsumen Depot Tommy yang datang selama dua bulan terakhir dan tidak melakukan pembelian ulang. Teknik pemakaian sampel menggunakan rumus Rao purba.

Pemakaian sampel dipenelitian ini sebanyak 97 orang konsumen yang sedang melakukan transaksi di Depot Tommy. Pengambilan sampel menggunakan metode *nonprobability sampling*, dengan menggunakan *accidental sampling*. Dalam pengulasan yang jadi sampel adalah pembeli yang kebetulan ditemui pengulas yang sedang melakukan transaksi di Depot Tommy. Teknik mengumpulkan data yang dipakai pengulas adalah wawancara, kuesioner, dokumentasi dan observasi. Teknik pengulas data memakai analisis regresi linier berganda diolah memakai aplikasi SPSS V.25 dengan terlebih dahulu melakukan Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji multikolinearitas, Uji Koefisien Determinasi. Pengujian hipotesis akan dilakukan dengan cara yaitu : Uji t (Uji Parsial), Uji F (Uji Simultan).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi data narasumber menginformasikan gambaran karakteristik yang dipakai untuk membuat pengulasan meliputi jenis kelamin, umur, didikan, dan kerjaan. Narasumber pengulasan tersebut adalah cowok atau cewek yang mengonsumsi makanan atau minuman dari Depot Tommy dalam waktu kurang lebihnya 3 bulan selama pengulasan dimulai. Jumlah Narasumber 97 orang. Adapun gambaran karakter dari Jenis Kelamin Narasumber sebagai berikut:

### Karakter Narasumber dari Jenis Kelamin

Tabel 2 Jenis Kelamin Narasumber

Keterangan	Jumlah	Presentase
Cowok	37	38%
Cewek	60	62%
Total	97	100%

Sumber: Data Primer diolah Peneliti (2021)

Dari tabel 2 dapat dilihat terdapat Narasumber yaitu perempuan 60 Orang atau 62%, sedangkan laki-laki 37 orang atau 38%.

### Karakter Narasumber Menurut Usia

Tabel 3 Usia Responden

Keterangan	Jumlah	Prosentase
20-25 Tahun	40 Narasumber	41,2%
26-35 Tahun	36 Narasumber	37,2%
36-45 Tahun	15 Narasumber	15,4%

>45 Tahun	6 Narasumber	6,2%
Total	97 Narasumber	100%

Sumber: Data Primer diolah Peneliti (2021)

Dari tabel 3 diatas dapat dilihat narasumber yang berusia 20-25 tahun terdapat 40 narasumber atau 41,2% yang paling banyak. Berikutnya narasumber yang berusia 26 – 35 tahun 36 Narasumber atau 37,2%, narasumber yang berusia 36 – 45 tahun 15 narasumber atau 15,4%, dan narasumber yang berusia >45 6 orang 6,2%.

### Karakteristik Narasumber Dari Pekerjaan

Tabel 4 Pekerjaan Narasumber

Keterangan	Jumlah	Presentase
Pelajar/Mahasiswa	20	20,6%
Swasta	17	17,5%
PNS	14	14,5%
Wiraswasta/Wirausaha	26	26,8%
Lainnya	20	20,6%
Total	97	100%

Sumber: Data Primer diolah Peneliti (2021)

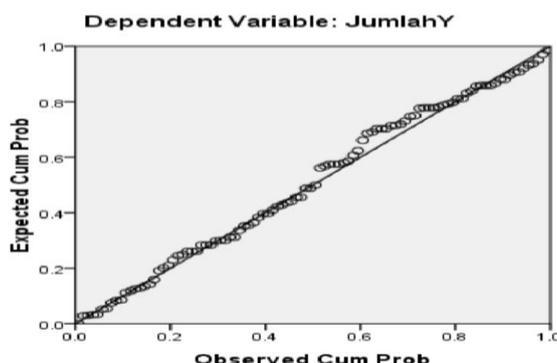
Dari tabel 4 dapat ditunjukkan narasumber pelajar/mahasiswa 20 narasumber 20,6%, narasumber yang bekerja sebagai swasta 17 narasumber atau 17,5%, narasumber yang bekerja PNS 14 narasumber atau 14,5%, narasumber yang bekerja Wiraswasta/Wirausaha 26 narasumber atau 26,8%, dan narasumber yang bekerja dalam bidang lain maupun lansia yang tidak bekerja 20 responden atau 20,6%.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji asumsi klasik yaitu pengujian asumsi statistik yang dipakai untuk mengulas regresi berganda. Dipengulasan ini uji asumsi klasik yang dipakai yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinieritas.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



### Gambar 1. Hasil Uji Normalitas Data

Sumber : Output SPSS v.25

#### Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 5 Uji Heteroskedastisitas**

		Coefficients				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig
1	(Constant)	2.625	.974		2.695	.008
	totalx1	.036	.081	.120	.449	.665
	totalx2	-.023	.036	-.086	-.647	.519
	totalx3	-.055	.057	-.239	-.965	.337

Sumber : Output SPSS versi 25

Dari table 5 dapat dilihat nilai signifikansi (sig) X1 0,655, X2 0,519 dan X3 0,337 lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas dimodel regresi.

#### Uji Multikolinearitas

**Tabel 6 Uji Multikolinearitas**

		Coefficients					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta	t	Sig		
1	(Constant)	-.166	1.557		-.107	.915		
	totalx1	-.166	.129	.092	.898	.372	.146	6.863
	totalx2	.256	.057	.227	4.471	.000	.588	1.701
	totalx3	.8334	.092	.865	9.112	.000	.169	5.933

Sumber : Output SPSS versi 25

Regresi linear berganda yaitu regresi yang terdapat satu faktor dependen(Y) dan lebih dari 1 faktor independen(X). Variabel dependen yaitu faktor terikat dipengaruhi oleh faktor independen atau bebas. Faktor dependen dalam pengulasan tersebut yaitu keputusan belian, sedangkan faktor independen yaitu kualitas produk, harga dan *word of mouth*.

**Tabel 7 Pengulasan Linier berganda**

		Coefficients				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig
1	(Constant)	-.166	1.557		-.107	.915
	totalx1	-.166	.129	-.092	-.898	.372
	totalx2	.256	.057	.227	4.471	.000
	totalx3	.8334	.092	.865	9.112	.000

Sumber : Output SPSS versi 25

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dari koefisien regresi di atas, maka dapat dibuat suatu persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 43,955 + 0,211X_1 + 0,070X_2 + 0,191X_3$$

Dari regresi di atas, dijelaskan yaitu:

Nilai Konstan -0,166 berarti kualitas produk, harga dan *word of mouth* bernilai konstan atau nol (0), Y (keputusan pembelian) memiliki nilai 0,166.

Nilai koefisien regresi kualitas produk -0,116 berarti variabel X1 (kualitas produk) mengalami peningkatan 1 satuan maka Y (keputusan pembelian) naik 0,116.

Nilai koefisien regresi harga 0,256 berarti variabel X2 (harga) mengalami peningkatan 1 satuan sedangkan maka Y (keputusan pembelian) akan naik 0,256.

Nilai koefisien regresi WOM 0,834 berarti variabel X3 WOM mengalami peningkatan 1 satuan sedangkan maka Y (keputusan pembelian) naik 0,834.

## Hipotesis

### Uji t (Uji Parsial)

**Tabel 8 Uji parsial (t)**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.589	3.355		.772	.442
	totalx1	.407	.103	.407	3.945	.000
	totalx2	.178	.157	.146	1.136	.259
	totalx3	.435	.122	.344	3.553	.001

Sumber : Output SPSS v.25

Pengaruh kualitas Produk(x1) atas keputusan pembelian(Y)

Dari tabel 8 nilai signifikansi 0,372 ( $0,372 > 0,05$ ). Hipotesis berkata tidak berpengaruh signifikan dgn kualitas produk atas keputusan pembelian ditolak, memiliki arti kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Harga(X2) terhadap keputusan pembelian(Y)

Dari tabel 8 terdapat nilai signifikansi 0,000 ( $0,000 > 0,05$ ). Hipotesis yang berbunyi berpengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian diterima, memiliki arti harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Variabel *word of mouth*(X3) terhadap keputusan pembelian(Y)

Tabel 8 terdapat nilai signifikansi 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ). Hipotesis yang berbunyi berpengaruh yang signifikan antara *word of mouth* terhadap keputusan pembelian diterima, memiliki arti *word of mouth* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

### Uji F (Uji Simultan)

**Tabel 9 Hasil uji F**

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	446.730	3	148.910	34.360	.000 <sup>a</sup>
	Residual	403.403	93	4.334		
	Total	849.773	96			

a. Dependent Variable: totaly

b. Predictors: (Constant), totalx1, totalx2, totalx3

Sumber : Output SPSS v.25

Dari tabel 9 Nilai F hitung yang diperoleh 188,382 sedangkan nilai F tabel 3,09 maka diketahui nilai F tabel  $3,09 < F$  hitung 188,382. Hipotesis yang berpengaruh antara kualitas produk, harga dan *word of mouth* secara simultan terhadap keputusan pembelian diterima, dengan kata lain dikatakan variabel kualitas produk, harga dan *word of mouth* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

## Koefisien Determinasi

**Tabel 10 Hasil Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.725 <sup>a</sup>	.526		.510	2.08178

a. Predictors: (Constant), totalx1, totalx2, totalx3

b. Dependent Variable: totaly

Sumber : Output SPSS v.25

Dari tabel 10 dapat diambil kesimpulan pengulasan ini memiliki nilai 85,9%. Nilai tersebut digunakan untuk melihat besarnya pengaruh kualitas produk, harga, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen diDepot Tommy. Koefisien determinasi memiliki pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 85,9%. Sisanya 14,1% dipengaruhi variabel lain selain variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh kualitas produk akan keputusan pembelian

Hasil riset meyakinkan kalau mutu produk secara parsial tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Perihal ini meyakinkan kalau terus menjadi baik mutu sesuatu produk bisa tingkatkan keputusan pembelian pelanggan, kebalikannya bila mutu sesuatu produk terus menjadi kurang baik bisa merendahkan keputusan pembelian pelanggan. Mutu produk merupakan tingkatan kualitas sesuatu produk yang diharapkan pelanggan serta pengendalian keragaman dalam menggapai kualitas tersebut buat penuhi kebutuhan pelanggan. dengan demikian hasil yang didapat dalam riset ini tidak cocok dengan riset Weenas( 2017) kalau atas perihal tersebut penulis membuat kesimpulan kalau konsumen Depot Tommy mengambil keputusan pembelian disebabkan Rumah makan yang telah banyak diketahui orang, dan Depot Tommy membagikan harga yang bisa dijangkau oleh seluruh golongan warga sehingga konsumen tidak memandang mutu produk lagi, itu diakibatkan persaingan saat ini ini yang terus menjadi ketat dengan banyaknya menu yang terbuat oleh pesaing yang lain, sehingga konsumen cuma berpatokan pada harga serta WOM yang

cocok dengan keahlian energi beli para pelanggan. Hasil riset ini menunjang riset yang dicoba oleh Ismayanti& Dwiyanto( 2019) Mutu produk tidak pengaruhi keputusan pembelian di Rumah Makan Soto Angkring Mas Boed di Semarang.

#### **Pengaruh harga akan keputusan pembelian**

Hasil riset ini menampilkan kalau evaluasi konsumen terhadap harga depot tommy dari sudut pandang responden dinilai besar ataupun baik. Hasil jawaban responden menimpa statment keterjangkauan harga, harga yang bersaing serta kesesuaian harga dengan mutu menampilkan nilai yang besar. Harga kerap kali berhubungan dengan mutu, konsumen cenderung buat memakai harga selaku penanda mutu ataupun kepuasan potensial dari sesuatu produk.

Bayaran hidup yang melonjak serta penyusutan energi beli secara universal membuat konsumen lebih siuman terhadap harga dalam sikap berbelanjanya. Harga pula bisa menampilkan mutu merk dari sesuatu produk, dimana konsumen memiliki asumsi kalau harga yang mahal umumnya memiliki mutu yang baik. Bisa disimpulkan kalau pada tingkatan harga tertentu, apabila khasiat yang dialami konsumen bertambah, hingga nilainya hendak bertambah pula sehingga keputusan konsumen buat melaksanakan pembelian terhadap produk tersebut hendak bertambah. Harga mempengaruhi terhadap keputusan pembelian. Perihal tersebut cocok dengan teori (p. Maghfiroh( 2019)) dengan judul“ pengaruh harga, mutu produk serta word of mouth terhadap kepuasan konsumen dan implikasinya pada keputusan pembelian smartphone xiaomi”.

#### **Pengaruh word of mouth akan keputusan pembelian**

Keputusan pembelian konsumen buat memutuskan yakin membeli di Depot Tommy dipengaruhi kekuatan word of mouth. Dengan data yang didapat lewat komunikasi dari orang ke orang hingga pengetahuan sesuatu jasa hendak bertambah. Tidak hanya perihal itu orang tersebut hendak dipengaruhi ataupun terbawa- bawa buat memilah jasa tersebut. Hasil riset ini menunjang riset yang dicoba oleh Powa, Lopian& Wenas( 2018) menimpa Pengaruh Mutu Produk, Harga serta Word Of Mouth Terhadap Atensi Beli Konsumen Hp Mahasiswa FEB UNSRAT. Hasil pengujian menemukan.

#### **Pengaruh kualitas produk, harga dan word of mouth akan keputusan pembelian**

Riset menampilkan kalau secara bersama atas mutu produk, harga serta word of mouth( WOM) mempengaruhi ketepatan dan signifikan atas keputusan pembelian di Depot Tommy. Maksudnya kalau apabila mutu produk, harga, serta word of mouth sesuatu produk terus menjadi perhatian hingga keputusan pembelian pelanggan pula terus menjadi bertambah.

Keputusan pembelian pelanggan Depot Tommy dalam riset ini dipengaruhi oleh sebagian keputusan tentang tipe produk ialah pelanggan membuat keputusan akan produk apa yang hendak dibeli buat penuhi serta memantapkan kebutuhan, serta keputusan merk ialah pelanggan membuat keputusan merk mana yang hendak dibeli sebab tiap merk mempunyai perbandingan serta karakteristik khasnya sendiri. Perihal ini sejalan dengan riset yang dicoba oleh Sabrina( 2018) dalam Hasibuan( 2019) menampilkan mutu produk, harga serta word of mouth pengaruhi keputusan pembelian sabun cuci dengan jitu dan signifikan pada *customer* rumah tangga di Kelurahan Helvetia Tengah Medan.

## **KESIMPULAN**

Bersumber pada dari hasil analisis informasi serta ulasan yang sudah dicoba, kesimpulan dari riset ini merupakan Mutu produk mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Depot Tommy Kediri, Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Depot Tommy Kediri, Word of mouth( WOM) mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan atas keputusan pembelian konsumen di Depot Tommy Kediri, Mutu produk,

harga serta *Word of mouth*(WOM) dengan simultan mempunyai pengaruh positif serta signifikan atas keputusan pembelian konsumen pada Depot Tommy Kediri.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ibrahim, & Yulianti. (2006). Pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen waroeng steak and shake jln. Banteng no. 14 Bandung.
- [2] Kotler, P., & Armstrong, G. A. (2014). Principles of Marketing. Pearson Australia.
- [3] Pratiwi, N. D. (2017). Pengaruh Kebijakan Hutang dan Profitabilitas pada Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*.
- [4] Rahmawati, h. (2017). Pengaruh Word of Mouth, lokasi, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap keputusan pemakaian jasa.
- [5] Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.