

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN ORANG TUA DALAM MEMILIH SEKOLAH PADA SMP KATOLIK SANG TIMUR DI TANGERANG

Enno Setiawan¹, Haryantini²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan
e-mail: ¹yohanesenno@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan
e-mail: ²dosen01640@unpam.ac.id

Abstract

This research aims to analyze the factors of Brand Image and Service Quality on Parents' Decisions in choosing a school at Sang Timur Catholic Middle School in Tangerang. The method used in this research is to use a descriptive and quantitative approach with classical assumption testing methods, hypothesis testing, t tests, F tests and data analysis techniques using multiple linear regression. The research results show that Brand Image is proven to have a positive and significant influence on Purchasing Decisions, which in this research is the parents' decision in choosing a school at Sang Timur Catholic Middle School in Tangerang. Service quality is proven to have a positive and significant influence on purchasing decisions, which in this research is the parents' decision in choosing a school at Sang Timur Catholic Middle School in Tangerang. Brand Image and Service Quality together have been proven to have a positive and significant influence on Purchasing Decisions, which in this research is the parent's decision in choosing a school at Sang Timur Catholic Middle School in Tangerang, which means that Brand Image and Service Quality together can provide contribution influence on Purchasing Decisions and this shows that if Brand Image and Service Quality are carried out and synergized well then they will be able to have a positive and significant influence in improving Purchasing Decisions, which in this research is the parents' decision in choosing a school at Sang Timur Catholic Middle School in Tangerang.

Keyword : Brand Image; Service Quality; Purchase Decision

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Orang Tua dalam memilih sekolah pada SMP Katolik Sang Timur di Tangerang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan deskriptif dan kuantitatif dengan metode uji asumsi klasik, uji hipotesis, uji t, uji F dan teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, yang pada penelitian ini yaitu keputusan orang tua dalam memilih sekolah pada SMP Katolik Sang Timur di Tangerang. Kualitas Pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, yang pada penelitian ini yaitu keputusan orang tua dalam memilih sekolah pada SMP Katolik Sang Timur di Tangerang. Citra Merek dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, yang pada penelitian ini yaitu keputusan orang tua dalam memilih sekolah pada SMP Katolik Sang Timur di Tangerang, yang artinya Citra Merek dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama dapat memberikan kontribusi pengaruh terhadap Keputusan Pembelian dan hal ini menunjukkan bahwa bila Citra Merek dan

Kualitas Pelayanan dilakukan dan disinergikan dengan baik maka akan mampu berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan Keputusan Pembelian, yang pada penelitian ini yaitu keputusan orang tua dalam memilih sekolah pada SMP Katolik Sang Timur di Tangerang.

Kata Kunci : Citra Merek; Kualitas Pelayanan; Keputusan Pembelian

1. PENDAHULUAN

Secara sederhana, pendidikan dapat dianalogikan seperti perjalanan kehidupan. Pendidikan menjadi sebuah proses tanpa batas waktu yang dapat berlangsung sepanjang hayat mulai dari usia dini, anak-anak, remaja, hingga dewasa. Pendidikan dapat terjadi di semua peristiwa yang dialami baik secara individu maupun kelompok, baik peristiwa sosial budaya maupun peristiwa alam, baik yang menyenangkan maupun tidak. Pengalaman belajar juga dapat terjadi di lingkungan sekolah hingga lingkungan alamiah seseorang. Dengan adanya pendidikan, bakat dan talenta yang dimiliki oleh individu dapat dikembangkan hingga ke tingkat yang lebih optimal. Oleh karena itu, pendidikan menjadi sebuah kebutuhan dari individu untuk dapat bertumbuh dan berkembang di tengah kehidupan bermasyarakat.

Di Indonesia, perkembangan pendidikan sangatlah fluktuatif. Sistem pendidikan pada awal kemerdekaan terbagi menjadi 4 tingkatan, yaitu pendidikan rendah, pendidikan menengah pertama, pendidikan menengah atas, dan pendidikan tinggi. Tercatat ada sejumlah 24.775 sekolah di seluruh Indonesia pada akhir tahun 1949. (Notosusanto dkk, 2019).

Pada masa Orde Baru, fokus pendidikan diarahkan untuk menciptakan kesempatan belajar yang lebih luas dan diimbangi dengan adanya peningkatan mutu dari pendidikan itu sendiri. Pada masa ini telah diberlakukan 4 kali pergantian kurikulum yaitu Kurikulum 1968, Kurikulum 1975, Kurikulum 1984, dan Kurikulum 1994 (Notosusanto dkk, 2019).

Saat ini, sekolah berdasarkan pengelolaannya terbagi menjadi dua yakni sekolah negeri yang dikelola oleh pemerintah dan sekolah swasta yang dikelola secara mandiri oleh naungan yayasan. Tercatat sebanyak 45,21 juta siswa yang ada di Indonesia, dan sebanyak 10,1 Juta (54,95%) diantaranya merupakan siswa Sekolah Menengah Pertama (Badan Pusat Statistik, 2021). Sekolah Menengah Pertama menekankan peletakan pondasi

dalam menyiapkan peserta didik agar dapat menjadi manusia yang mampu menghadapi era yang semakin maju. Dengan adanya bekal pendidikan yang kuat, peserta didik diharapkan dapat memiliki kecerdasan pengetahuan, akhlak mulia serta keterampilan untuk hidup mandiri dan mengikuti jenjang pendidikan lebih lanjut. Setiap sekolah berlomba-lomba untuk memberikan penawaran keunggulan pendidikan untuk menarik peserta didik. Di Kota Tangerang sendiri sudah berdiri sekolah-sekolah yang berkualitas dengan keunggulannya masing-masing yang bersaing dan dapat dilihat dari data di bawah ini :

Tabel 1. 1 Top Brand Index SMP Swasta Nasrani Terbaik Kota Tangerang

Rank	Sekolah	Rerata
1	SMP Kristen Penabur	86,39
2	SMP Strada Santa Maria 1	83,59
3	SMP Dian Harapan	81,67
4	SMP Abdi Siswa	80,62
5	SMP Princes	78,78
6	SMP Amore Prime School	75,84
7	SMP Katolik Sang Timur	75,45
8	SMP Kristen Kanaan	75,29
9	SMP Santa Patricia	72,12
10	SMP Budi Luhur	71,12

(Sumber: Data Puspendik Kemendikbud, 2019)

Dari data tabel diatas, dapat dilihat bahwa SMP Katolik Sang Timur berada di peringkat ke 7 dengan nilai rerata 75,45. Angka yang terpaut jauh dari SMP Kristen Penabur yang berada di peringkat pertama dengan nilai rerata 86,39. Hal ini tentunya perlu diambil tindakan yang lebih lanjut agar SMP Katolik Sang Timur di Tangerang dapat menjadi sekolah dengan peringkat yang lebih tinggi lagi.

SMP Katolik Sang Timur Karang Tengah merupakan salah satu sekolah Katolik swasta yang terletak di Tangerang. Sekolah ini bernaung dalam Yayasan Karya Sang Timur yang berdiri pada tanggal 15 Juli 1995. Kegiatan belajar mengajar (KBM) pertama kali dimulai pada 2 Februari 1996 yang berlokasi di Jalan Barata Pahala no. 37, Karang Tengah, Tangerang, Banten. Hingga saat ini, SMP Katolik Sang Timur Karang Tengah sudah diakreditasi sebanyak enam kali dan telah terakreditasi A. SMP Katolik Sang Timur merupakan salah satu sekolah swasta di kota Tangerang yang menerapkan kurikulum campuran.

Sifat konsumen yang pada hal ini yaitu orang tua murid yang selektif dalam menentukan pilihan sebuah produk membuat sekolah-sekolah saling berkompetisi untuk memberikan sesuatu yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Salah satu hal yang perlu diperhitungkan adalah bagaimana sekolah dapat memberikan kualitas pelayanan maksimal baik dari segi akademik maupun administratif sekolah mereka. Hal ini dapat dilihat dari data dibawah ini :

Tabel 1. 2 Data Kualitas Pelayanan Sekolah

No	Kegiatan	Ada	Tidak Ada	Keterangan
1	Penyambutan murid dengan salam dan sapa di gerbang sekolah.	✓		Guru dan karyawan yang piket diberi tugas untuk menyambut murid dengan salam dan sapa di gerbang sekolah.
2	Pemantauan kebersihan toilet.	✓		Toilet dibersihkan secara berkala setiap hari.
3	Ketersediaan fasilitas sekolah seperti lab bahasa, lab komputer dan lain sebagainya.	✓		Fasilitas sekolah sudah lengkap dan dapat dipergunakan secara maksimal.
4	Ketersediaan kegiatan non akademik seperti ekstrakurikuler, pentas seni, les tambahan, dan sebagainya.	✓		Ketersediaan kegiatan non akademik sudah lengkap.
5	Penyediaan asuransi kecelakaan siswa		✓	Sekolah belum menyediakan asuransi untuk siswa bila terjadi insiden di sekolah.
6	Penyediaan bus sekolah untuk antar/jemput siswa.		✓	Sekolah belum menyediakan bus sekolah untuk antar/jemput siswa.
7	Ketersediaan tenaga medis seperti dokter/perawat yang selalu ada.		✓	Tenaga medis seperti dokter/perawat hanya ada di hari tertentu.
8	Ketersediaan koperasi sekolah yang memadai.		✓	Sekolah belum menyediakan koperasi sekolah yang memadai.

Sumber : SMP Katolik Sang Timur (2023)

Pada tabel di atas menunjukkan masih ada beberapa poin pelayanan yang masih belum tersedia dan belum dapat dijalankan secara maksimal. Hal ini tentunya merupakan suatu hal yang perlu dibenahi secara lebih lanjut karena dikhawatirkan poin-poin yang masih belum maksimal ini bisa menjadi salah satu penyebab semakin sedikitnya jumlah peserta didik yang masuk dalam proses Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) setiap tahun ajarannya dan tercermin dalam data berikut :

Tabel 1. 3 Data Penerimaan Siswa SMP Katolik Sang Timur

No	Tahun Ajaran	Jumlah Peserta Didik yang Mendaftar	Jumlah Peserta Didik yang Masuk
1	2018/2019	480	403
2	2019/2020	401	388
3	2020/2021	498	452
4	2021/2022	223	200
5	2022/2023	391	357
Total		1.993	1.800

Sumber : Data siswa SMP Katolik Sang Timur (2023)

Dari data di atas, dapat dilihat adanya penurunan jumlah peserta didik yang masuk ke SMP Katolik Sang Timur di Tangerang, terutama di tahun ajaran 2021/2022 yang mana hanya 200 siswa yang masuk. Penurunan yang terjadi sangat signifikan dari tahun ajaran sebelumnya yaitu 2020/2021, yang mana bila diasumsikan ke dalam kelas yang bisa berisi 50 siswa, maka ada sekitar 5 kelas yang kosong tidak terisi siswa. Dan di tahun ajaran selanjutnya, terjadi kenaikan jumlah peserta didik yang masuk namun masih belum bisa memenuhi kekurangan yang terjadi di tahun ajaran 2021/2022.

Dalam memilih sekolah yang dianggap baik dan tepat tentunya bukanlah suatu hal yang mudah. Hal tersebut disebabkan karena banyaknya pertimbangan atau kriteria yang harus diperhatikan dalam memilih sekolah, serta banyaknya pilihan sekolah seperti jarak tempuh dan kurikulum yang digunakan. Namun, tak sedikit pula orang tua yang mempertimbangkan kesesuaian antara citra dan kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh sekolah. Akibatnya, konsumen yang dalam hal ini merupakan orang tua murid, akan sangat teliti dan memberikan pertimbangan tertentu dalam menentukan sekolah untuk menyekolahkan anaknya, salah satu contohnya dengan melihat citra merek dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh sekolah. Orang tua sebagai pilar utama dari pendidikan anaknya, tentu ingin memberikan sekolah terbaik.

2. PENELITIAN YANG TERKAIT

Puspita., Y., D., & Rahmawan., G. (2021)

Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier - Citra Merek - Keputusan Pembelian - Harga - Kualitas Produk Kuantitatif.. Berdasarkan pada penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Garnier.

Lubis, D.,I.,D., & Hidayat, R. (2019)

Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan - Citra Merek - Keputusan Pembelian- Harga. Kuantitatif. Variabel citra merek dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. Miati, I. (2020) Pengaruh Citra

Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar) - Citra Merek - Keputusan Pembelian. Kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek suatu produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Aryandi, J., & Onsardi. (2020) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Cafe Wareg Bengkulu - Kualitas Layanan - Keputusan Pembelian. Kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Café Wareg Bengkulu.

Prabowo, F.,I., Keke, Y., & Istidjab, B. (2021) Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di PT Sarana Bandar Logistik- Kualitas Layanan - Keputusan Pembelian- Strategi Pemasaran Kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di PT Sarana Bandar Logistik.

Anim, A. & Indiani, N., L., P. (2020) Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Start Up Cofee Renon Denpasar) - Kualitas Layanan - Keputusan Pembelian – Promosi Kuantitatif. Variabel kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Start Up Coffee.

Tanady, E.,S., & Fuad, M. (2020) Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta - Citra Merek - Kualitas Layanan - Keputusan Pembelian. Kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.

Novalia, I., C., & Muhtarom, A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada CV. Boga Lestari - Citra Merek - Kualitas Layanan - Keputusan Pembelian- Harga Kuantitatif. Penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.

Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J., L.,A. (2022) Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada E-Commerce Tokopedia di Kota Manado. - Citra Merek - Kualitas Layanan - Keputusan Pembelian - Promosi Kuantitatif. Dalam penelitian dapat dilihat bahwa citra merek dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada E-Commerce Tokopedia di Kota Manado.

3. METODE PENELITIAN

a. Uji Instrumen Data

Analisis data ini dilakukan setelah data diperoleh dari sampel melalui instrumen, dan akan digunakan untuk menjawab masalah dalam penelitian atau untuk menguji hipotesis yang diajukan.

1) Uji Validitas

Sugiyono (2019) menyatakan suatu skala atau instrumen pengukuran dapat dikatakan valid apabila alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa saja yang diukur. Jika r -hitung $>$ r -tabel maka instrumen dikatakan valid. Jika r -hitung $<$ r -tabel maka instrumen dikatakan tidak valid. Adapun rumus yang digunakan dalam melakukan pengujian ini

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Susan Stainback (1998) dalam Sugiyono (2015:267-268) menyatakan bahwa reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistic (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Rumus reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus metode chronbacht alpha

$$rca = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum S_i}{\sum St}\right)$$

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi dalam penelitian ini memiliki residual yang berdistribusi normal atau tidak. Indikator model regresi yang baik adalah memiliki data terdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah suatu model regresi penelitian terdapat korelasi antar variabel independen (bebas).

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018:120).

4) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah hubungan antara residual satu observasi dengan residual observasi lainnya (Winarno, 2015:5.29).

c. Analisis Regresi Linier

1) Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah regresi linear dimana variabel yang terlibat di dalamnya hanya dua, yaitu variabel terikat Y, dan satu variabel bebas X serta berpangkat satu.

$$Y = a + b.X$$

2) Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2017:275) analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, apabila peneliti meramalkan bagaimana naik turunnya keadaan variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dinaik turunkan nilainya (dimanipulasi).

$$Y = (a + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \epsilon)$$

d. Uji Koefisien Korelasi

Menurut Sugiyono (2018:286) korelasi parsial digunakan untuk analisis atau pengujian

hipotesis apabila peneliti bermaksud untuk mengetahui pengaruh atau hubungan variabel independen dengan dependen, dimana salah satu variabel independennya dikendalikan (dibuat tetap). Perhitungan korelasi parsial dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut

$$R_{yx_1.x_2} = \frac{ryx_1 - ryx_2 \cdot rx_1x_2}{\sqrt{1 - r^2_{x_1x_2}} \sqrt{1 - r^2_{yx_2}}}$$

e. Analisis Koefisien Determinasi

Dalam penelitian ini, analisis determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menerangkan variasi variabel dependen. Untuk mengetahui nilai dari koefisien determinasi, maka dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut

$$KD = r^2 \times 100\%$$

f. Uji Hipotesis

1) Uji Regresi Parsial (Uji t)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2017:22). Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

a) Jika nilai signifikan < 0,05 maka Ha diterima dan H0 ditolak, berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

b) Jika nilai signifikan > 0,05 maka Ha ditolak dan H0 diterima, berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

2) Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen. Hipotesis akan diuji dengan menggunakan tingkat signifikansi (a) sebesar 5 persen atau 0.05. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis akan didasarkan pada nilai probabilitas signifikansi. Jika nilai probabilitas signifikansi < 0.05, maka hipotesis diterima. Hal ini berarti model regresi dapat digunakan untuk memprediksi

variabel independen. Jika nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka hipotesis ditolak. Hal ini berarti model regresi tidak dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Validitas

Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X_1)

No	Item Kuesioner	t_{hitung}	t_{tabel}	Keputusan
1	SMP Katolik Sang Timur Tangerang merupakan sekolah yang berkualitas	0,7570	0,1996	Valid
2	SMP Katolik Sang Timur Tangerang merupakan sekolah yang sudah banyak dikenal masyarakat	0,7670	0,1996	Valid
3	SMP Katolik Sang Timur Tangerang merupakan sekolah yang sudah terakreditasi A	0,7150	0,1996	Valid
4	SMP Katolik Sang Timur Tangerang merupakan sekolah yang menjunjung tinggi sikap disiplin	0,6440	0,1996	Valid
5	SMP Katolik Sang Timur Tangerang merupakan sekolah dengan semangat keagamaan yang tinggi	0,6090	0,1996	Valid
6	SMP Katolik Sang Timur Tangerang merupakan sekolah yang mengedepankan pendidikan iman dan akal budi	0,6670	0,1996	Valid

Sumber : Data primer diolah SPSS 25 (2023)

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dilihat bahwa semua pernyataan pada kuesioner variabel citra merek (X_1) dinyatakan valid, karena semua pernyataan memenuhi syarat uji validitas dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang mana pada penelitian ini menggunakan nilai t_{tabel} sebesar 0,1996.

Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

No	Item Kuesioner	t_{hitung}	t_{tabel}	Keputusan
1	Guru dan Staf SMP Katolik Sang Timur Tangerang memberikan pelayanan dengan baik terhadap peserta didik dan wali murid	0,6300	0,1996	Valid
2	Guru dan Staf SMP Katolik Sang Timur Tangerang selalu mengadakan pelayanan peduli kasih (kolekte) terhadap peserta didik yang membutuhkan bantuan sosial	0,6550	0,1996	Valid
3	Guru dan Staf SMP Katolik Sang Timur Tangerang cepat dalam menyelesaikan keluhan-keluhan pembelajaran di sekolah	0,7260	0,1996	Valid
4	Guru dan Staf SMP Katolik Sang Timur Tangerang memberikan informasi dengan jelas dan mudah dipahami siswa	0,6720	0,1996	Valid
5	SMP Katolik Sang Timur Tangerang merupakan sekolah dengan fasilitas sekolah yang lengkap	0,5530	0,1996	Valid
6	SMP Katolik Sang Timur Tangerang merupakan sekolah dengan lingkungan hijau yang asri	0,7090	0,1996	Valid

Sumber : Data primer diolah SPSS 25 (2023)

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dilihat bahwa semua pernyataan pada kuesioner variabel kualitas pelayanan (X_2) dinyatakan

valid, hal ini dikarenakan semua pernyataan-pernyataan telah memenuhi syarat dari uji validitas dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang mana pada penelitian ini menggunakan nilai t_{tabel} 0,1996.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Item Kuesioner	t_{hitung}	t_{tabel}	Keputusan
1	Saya menyekolahkan anak saya di SMP Katolik Sang Timur Tangerang karena sekolah ini merupakan sekolah yang berkualitas	0,4000	0,1996	Valid
2	Saya menyekolahkan anak saya di SMP Katolik Sang Timur Tangerang karena sekolah ini merupakan sekolah yang mengedepankan nilai keagamaan	0,5620	0,1996	Valid
3	Saya menyekolahkan anak saya di SMP Katolik Sang Timur Tangerang karena kerabat/relasi saya pernah menyekolahkan anaknya di sekolah ini	0,6920	0,1996	Valid
4	Saya menyekolahkan anak saya di SMP Katolik Sang Timur Tangerang atas dasar referensi dari kerabat atau relasi saya	0,7400	0,1996	Valid
5	Saya akan menceritakan kesan positif kepada orang lain tentang pengalaman saya menyekolahkan anak saya di SMP Katolik Sang Timur Tangerang	0,6420	0,1996	Valid
6	Saya akan merekomendasikan orang lain untuk menyekolahkan anaknya di SMP Katolik Sang Timur Tangerang	0,3930	0,1996	Valid
7	Saya berusaha untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai SMP Katolik Sang Timur Tangerang	0,5320	0,1996	Valid
8	Saya akan menyekolahkan anak saya yang lain lagi di SMP Katolik Sang Timur Tangerang karena puas dengan kualitas sekolah ini	0,5250	0,1996	Valid

Sumber : Data primer diolah SPSS 25 (2023)

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dilihat bahwa semua pernyataan pada kuesioner variabel keputusan pembelian (Y) dinyatakan valid, karena semua pernyataan memenuhi syarat uji validitas dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang mana pada penelitian ini menggunakan nilai t_{tabel} sebesar 0,1996

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4. 6 Hasil Uji Reabilitas Variabel

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Cronbach's Alpha	Keputusan
1	Citra Merek (X_1)	0,779	0,600	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan (X_2)	0,739	0,600	Reliabel
3	Keputusan Pembelian (Y)	0,694	0,600	Reliabel

Sumber : Data diolah SPSS 25 (2023)

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dilihat bahwa variabel citra merek (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan keputusan pembelian (Y) dinyatakan reliabel karena telah dibuktikan dengan masing-masing variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,60.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,313456928
Most Extreme Differences	Absolute	,073
	Positive	,067
	Negative	-,073
Test Statistic		,073
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Data diolah SPSS 25 (2023)

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dilihat bahwa diperoleh nilai signifikansi variabel lebih besar dari $\alpha = 0,05$ yaitu sebesar 0,200. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian berdistribusi normal sehingga dapat dianalisa secara lebih lanjut ke tahap selanjutnya.

2) Uji Multikolinieritas

Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Multikolinieritas dengan Collinearity Statistic

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	17,402	2,667		6,526	,000		
	Citra_Merek(X ₁)	,127	,143	,107	0,884	,379	,497	2,013
	Kualitas_Pelayanan(X ₂)	,530	,130	,494	4,078	,000	,497	2,013

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Data diolah SPSS 25 (2023)

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas pada tabel di atas dapat dilihat nilai tolerance variable citra merek sebesar 0,497 dan kualitas pelayanan sebesar 0,497 dimana kedua variabel tersebut memiliki nilai lebih dari $> 0,10$ dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 2,013 dimana kurang dari $> 10,00$. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

3) Uji Autokorelasi

Tabel 4. 10 Hasil Uji Autokorelasi dengan Durbin-Watson

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,575 ^a	,330	,316	3,168	1,842

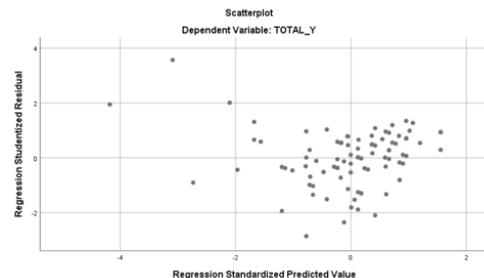
a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Citra_Merek

b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: Sugiyono (2017:184)

Berdasarkan hasil pengujian autokorelasi pada tabel di atas dapat dilihat bahwa pada model regresi ini tidak terdapat autokorelasi. Hal ini dibuktikan dengan nilai Durbin-Watson sebesar 1,842 pada interval 1,550 – 2,460.

4) Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah SPSS 25 (2023)

Gambar 4. 3 Hasil uji heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode grafik Scatterplot di atas, dapat dilihat bahwa titik-titik tidak membentuk sebuah pola tertentu dan menyebar secara acak baik di bagian bawah maupun di bagian atas angka 0 (nol) pada sumbu Y. Hal ini dapat diartikan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga dapat dipakai untuk memprediksi keputusan pembelian (Y) berdasarkan masukan dari variabel-variabel bebas yaitu citra merek (X₁) dan kualitas pelayanan (X₂)

d. Uji Regresi Linier

Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana Variabel Citra Merek (X₁) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	19,863	2,807		7,076	,000
	Citra_Merek(X ₁)	,542	,109	,457	4,958	,000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: Data primer diolah SPSS 25 2023

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi pada tabel di atas, maka dapat diperoleh regresi $Y = 19,863 + 0,542 X_1$.

Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana Variabel Kualitas Pelayanan (X₂) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model		Coefficients ^a				t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	18,629	2,274			8,192	,000
	Kualitas_Pelayanan(X ₂)	,611	,091	,570		6,684	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
 Sumber: Data primer diolah SPSS 25 (2023)

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi pada tabel di atas, maka dapat diperoleh regresi $Y = 18,629 + 0,611 X_2$.

Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda Variabel Citra Merek (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model		Coefficients ^a				t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	17,402	2,667			6,526	,000
	Citra_Merek(X ₁)	,127	,143	,107		0,884	,379
	Kualitas_Pelayanan(X ₂)	,530	,130	,494		4,078	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
 Sumber: Data primer diolah SPSS 25 (2023)

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi pada tabel di atas, maka diperoleh regresi $Y = 17,402 + 0,127 X_1 + 0,546 X_2$

e. Uji Koefisien Korelasi

Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Nilai Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,000 s/d 0,199	Sangat Rendah
0,200 s/d 0,399	Rendah
0,400 s/d 0,599	Sedang
0,600 s/d 0,799	Kuat
0,800 s/d 1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2019:184)

Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Koefisiensi Korelasi Secara Parsial Antara Variabel Citra Merek (X₁) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

		Citra Merek	Keputusan Pembelian
Citra_Merek	Pearson Correlation	1	,457**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	95	95
Keputusan_Pembelian	Pearson Correlation	,457**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	95	95

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data primer diolah SPSS 25 (2023)

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan pada tabel di atas, telah diperoleh nilai R (koefisien korelasi sebesar 0,457 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,400 – 0,599 yang

artinya kedua variable memiliki tingkat hubungan yang sedang.

Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Koefisiensi Korelasi Secara Parsial Antara Variabel Kualitas Pelayanan (X₂) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

		Kualitas Pelayanan	Keputusan Pembelian
Kualitas_Pelayanan	Pearson Correlation	1	,570**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	95	95
Keputusan_Pembelian	Pearson Correlation	,570**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	95	95

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data primer diolah SPSS 25 (2023)

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan pada tabel di atas, telah diperoleh nilai R (koefisien korelasi sebesar 0,570 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,400 – 0,599 yang artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sedang.

Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Koefisiensi Korelasi Secara Simultan Antara Variabel Citra Merek (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

		Citra Merek	Kualitas Pelayanan	Keputusan Pembelian
Citra_Merek	Pearson Correlation	1	,709**	,457**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	95	95	95
Kualitas_Pelayanan	Pearson Correlation	,709**	1	,570**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	95	95	95
Keputusan_Pembelian	Pearson Correlation	,457**	,570**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	95	95	95

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data primer diolah SPSS 25 (2023)

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan pada tabel di atas, telah diperoleh nilai R (koefisien korelasi sebesar 0,709 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,600 – 0,799 yang artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat.

f. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Koefisiensi Determinasi Secara Parsial Antara Variabel Citra Merek (X₁) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,457 ^a	,209	,201	3,424

a. Predictors: (Constant), Citra_Merek
 Sumber: Data primer diolah SPSS 25 (2023)

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan pada tabel di atas, telah diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,209 atau 20,9% maka dapat disimpulkan bahwa variabel citra

merek (X_1) berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 20,9% sedangkan sisanya yaitu 79,1% dipegaruhi oleh faktor lain.

Tabel 4. 19 Hasil Pengujian Koefisiensi Determinan Secara Parsial Antara Variabel Kualitas Pelayanan (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,570 ^a	,324	,317	3,165

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan
 Sumber: Data primer diolah SPSS 25 (2023)

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan pada tabel di atas, telah diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,324 atau 32,4% maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 32,4% sedangkan sisanya yaitu 67,6% dipegaruhi oleh faktor lain.

Tabel 4. 20 Hasil Pengujian Koefisiensi Determinan Secara Simultan Antara Variabel Citra Merek (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,575 ^a	,330	,316	3,168

a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Kualitas Pelayanan
 Sumber: Data primer diolah SPSS 25 (2023)

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan pada tabel di atas, telah diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,330 atau 33% maka dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 33% sedangkan sisanya yaitu 67% dipegaruhi oleh faktor lain.

g. Uji Hipotesis

Tabel 4. 21 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Citra Merek (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19,863	2,807		7,076	,000
	Citra_Merek (X_1)	,542	,109	,457	4,958	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
 Sumber: Data primer diolah SPSS 25 (2023)

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa thitung sebesar 4,958 dimana telah memenuhi ketentuan uji hipotesis parsial, thitung > ttabel (4,958 > 1,661). Hal ini diperkuat juga dengan nilai p value < sig. 0,05 atau 0,000 < 0,05.

Dengan demikian dapat dilihat bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel citra merek terhadap variabel keputusan pembelian (keputusan pemilihan sekolah) pada SMP Katolik Sang Timur di Tangerang.

Tabel 4. 22 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18,629	2,274		8,192	,000
	Kualitas_Pelayanan (X_2)	,611	,091	,570	6,684	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
 Sumber: Data primer diolah SPSS 25 (2023)

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa thitung sebesar 6,684 dimana telah memenuhi ketentuan uji hipotesis parsial, thitung > ttabel (6,684 > 1,661). Hal ini diperkuat juga dengan nilai p value < sig. 0,05 atau 0,000 < 0,05. Dengan demikian dapat dilihat bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari data hasil pengolahan data diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel citra merek terhadap variabel keputusan pembelian (keputusan pemilihan sekolah) pada SMP Katolik Sang Timur di Tangerang.

Tabel 4. 23 Hasil Uji Hipotesis (Uji f) Variabel Citra Merek (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	455,285	2	227,642	22,676	,0 ^b
	Residual	923,599	92	10,039		
	Total	1378,884	94			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
 b. Predictors: (Constant), Citra_Merek, Kualitas_Pelayanan
 Sumber: Data primer diolah SPSS 25 (2023)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa fhitung sebesar 22,676 dimana memenuhi ketentuan uji hipotesis simultan, fhitung > ttabel (22,676 > 3,092). Hal ini juga diperkuat dengan nilai p value < sig. 0,05 atau (0,000 < 0,05). Ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra merek (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) secara bersama-sama

terhadap keputusan pembelian (Y) pada SMP Katolik Sang Timur di Tangerang.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan pada bab-bab sebelumnya dan hasil analisis serta pembahasan mengenai pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 19,863 + 0,542 X_1$ dan dengan nilai korelasi sebesar 0,209 yang memiliki arti bahwa kedua variabel tersebut memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,209 atau 20,9% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,958 > 1,662$). Hal ini diperkuat juga dengan nilai $p\text{ value} < sig.$ 0,05 atau $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat dilihat bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra merek (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y).
- b. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 18,629 + 0,611 X_2$ dan dengan nilai korelasi sebesar 0,570 yang memiliki arti bahwa kedua variabel tersebut memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,324 atau 32,4% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,684 > 1,662$). Hal ini diperkuat juga dengan nilai $p\text{ value} < sig.$ 0,05 atau $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat dilihat bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y).
- c. Citra merek dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 17,402 + 0,127 X_1 + 0,546 X_2$ dan dengan nilai korelasi sebesar 0,709 yang memiliki arti bahwa kedua variabel tersebut memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,330 atau 33% sedangkan sisanya

dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($22,676 > 3,092$). Hal ini diperkuat juga dengan nilai $p\text{ value} < sig.$ 0,05 atau $0,000 < 0,05$. Ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra merek (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y).

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ariyanto, A., dkk. (2023). Manajemen Pemasaran. Bandung : Widina
- [2] Astuti, M. & Amanda, A.R. (2020). Pengantar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta : Penerbit Deepublish.
- [3] Badan Pusat Statistik. (2021). Statistik Pendidikan 2021. BPS
- [4] Badan Pusat Statistik. (2021). Ringkasan Eksekutif Pengeluaran dan Konsumsi Penduduk Indonesia. BPS.
- [5] Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS23, 8. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [6] Ismayani, A. (2019). Metodologi Penelitian. Banda Aceh : Syiah Kuala University Press.
- [7] Kotler, P. & Armstrong, G. (2017). Marketing an Introducing Prentice Hall. England : Pearson Education Inc.
- [8] Kotler, P. & Keller, L.K. (2018). Manajemen Pemasaran, 1(13). Jakarta : Erlangga.
- [9] Linardo, M. (2018). Manajemen Pemasaran. Jakarta : Cikudanews.
- [10] Mufarrikoh, Z. (2019). Statistika Pendidikan (Konsep Sampling dan Uji Hipotesis). Surabaya : Jakad Media Publishing.
- [11] OECD. (2019). PISA 2018. PISA 2018 Result Combined Executive Summaries. PISA OECD Publishing.
- [12] Notosusanto, N., Soejono, R. & Poesponegoro, M.D. (2019). Sejarah Nasional Indonesia VI Zaman Jepang dan Zaman Republik Indonesia (1942-1998). Jakarta : Balai Pustaka.
- [13] Panjaitan, R. (2018). Manajemen Pemasaran. Semarang : Sukarno Pressindo.

- [15] Sahir, & Hafni, S. (2021). Metodologi Penelitian. Medan : KBM Indonesia.
- [16] Sudarsono, H. (2020). Manajemen Pemasaran. Jawa Timur : CV Pustaka Abadi.
- [17] Sugiyono, D. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung : CV Alfabeta.
- [18] Sunyoto, D. (2018). Metodologi Penelitian Akuntansi. Bandung : PT Refika Aditama.
- [19] Wibowo, R.A. (2019). Manajemen Pemasaran. Semarang : Semarang University.