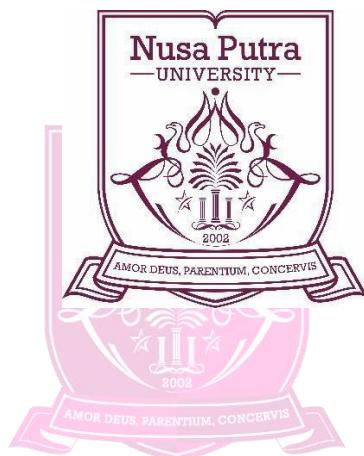


PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HOSTING* DI PT CLOUD HOSTING INDONESIA (IDCLOUDHOST)

SKRIPSI

SILVI RAHMAWATI

20200080211



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS, HUKUM DAN PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NUSA PUTRA
SUKABUMI
JULI 2024**

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HOSTING* DI PT CLOUD HOSTING INDONESIA (IDCLOUDHOST)

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh
Gelar Sarjana Manajemen*

SILVI RAHMAWATI

20200080211



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS, HUKUM DAN PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NUSA PUTRA
SUKABUMI
JULI 2024**

PERNYATAAN PENULIS

JUDUL : PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HOSTING* DI PT CLOUD HOSTING INDONESIA (IDCLOUDHOST)
NAMA : SILVI RAHMAWATI
NIM : 20200080211

“Saya menyatakan dan bertanggungjawab dengan sebenarnya bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing-masing telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa skripsi ini sebagai karyanya, yang disertai dengan bukti-bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar Sarjana SI Manajemen saya beserta hak dan kewajiban yang telah melekat pada gelar tersebut.”

Sukabumi, 21 Juli 2024



Silvi Rahmawati
Penulis

PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HOSTING DI PT CLOUD HOSTING INDONESIA (IDCLOUDHOST)

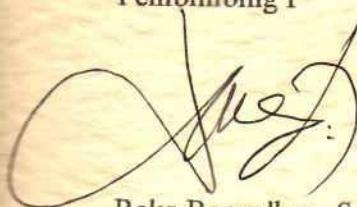
NAMA : SILVI RAHMAWATI

NIM : 20200080211

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan Penguji pada Sidang Skripsi tanggal 21 Juli 2024 Menurut pandangan kami, skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk tujuan penganugerahan gelar Sarjana S1 Manajemen.

Sukabumi, 21 Juli 2024

Pembimbing I



Reka Ramadhan, S.Si.,M.Pd

NIDN. 0422029502

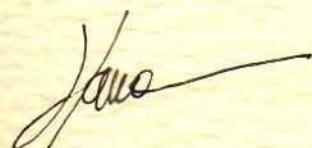
Pembimbing II



Andri Ardhiyansyah, MBA

NIDN. 0428049204

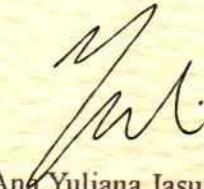
Ketua Penguji



M. Wahyu Hamijaya, MM

NIDN. 0406119301

Ketua Program Studi Manajemen



Ana Yuliana Jasuni, M.M

NIDN. 0414079101

Dekan Fakultas Bisnis, Hukum dan Pendidikan

CSA. Teddy Lesmana, M.H

NIDN. 0414058705

HALAMAN PERUNTUKAN

Alhamdulillahi Rabbil Aalamiin, sujud serta sukur kepada Allah SWT. Terimakasih atas karunia-Nya yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Banyak pihak yang memberikan dukungan yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada kedua orang tua , dosen pembimbing, dosen penguji, seluruh dosen manajemen dan teman-teman penulis yang selalu memberikan semangat kepada penulis. Tidak lupa hasil skripsi ini persembahan untuk kedua orang tua saya dan diri saya sendiri yang telah berusaha selama ini. Terimakasih atas kerja kerasnya, Mari tetap berdoa dan berusaha serta jangan menyerah untuk kedepannya.



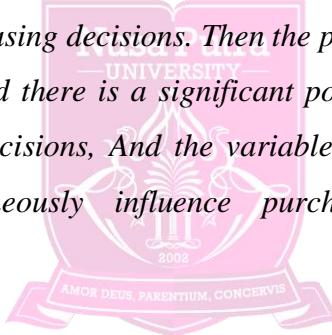
ABSTRAK

Salah satunya dengan adanya website yang digunakan untuk kegiatan personal hingga bisnis. Hal ini mendorong pertumbuhan industri *hosting*, dimana perusahaan menyediakan layanan penyimpanan dan akses data untuk *website*. Dalam mendukung eksistensi *website*, hosting memainkan peran krusial sebagai infrastruktur teknologi yang memungkinkan situs web untuk dapat diakses secara online. Salah satu perusahaan yang menyediakan layanan *hosting* dan kebutuhan internet lainnya yaitu PT Cloud Hosting Indonesia atau yang lebih di kenal sebagai IDCloudHost. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, harga dan brand image terhadap keputusan pembelian hosting di PT Cloud Hosting Indonesia. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Sampel yang digunakan yaitu sebanyak 97 orang. Dan metode analisis yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linear berganda, uji t uji f dan uji koefisien determinansi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan terhadap keputusan pembelian hosting. Kemudian harga tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, terdapat pengaruh positif yang signifikan antara *brand image* terhadap keputusan pembelian. Dan variabel kualitas layanan, harga dan brand image berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian hosting di IDCloudHost.

Kata kunci : Kualitas Layanan, Harga , *Brand Image* , Keputusan Pembelian

ABSTRACT

One of them is the existence of websites that are used for personal and business activities. This has led to the growth of the hosting industry, where companies provide data storage and access services for websites. In supporting the existence of websites, hosting plays a crucial role as a technological infrastructure that allows websites to be accessed online. One of the companies that provide hosting services and other internet needs is PT Cloud Hosting Indonesia or better known as IDCloudHost. The purpose of this study was to determine the effect of service quality, price and brand image on hosting purchasing decisions at PT Cloud Hosting Indonesia. This study uses a quantitative approach using the survey method. The sample used was 97 people. And the analysis methods used are validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression test, t test f test and determination coefficient test. The results of this study indicate that there is a significant influence between service quality on hosting purchasing decisions. Then the price has no significant effect on purchasing decisions and there is a significant positive influence between brand image on purchasing decisions, And the variables of service quality, price and brand image simultaneously influence purchasing decisions hosting at IDCloudHost.



Keywords: Service Quality, Price, Brand Image, Purchase Decision

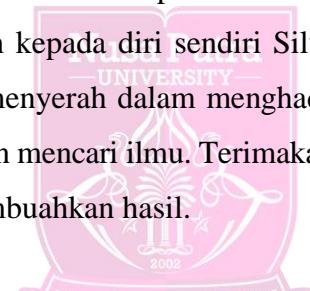
KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian *Hosting* di PT Cloud Hosting Indonesia (IDCloudHost)”. Tujuan dari penulisan skripsi ini yaitu untuk memenuhi syarat tugas akhir sarjana S-1 Manajemen di Universitas Nusa Putra.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Kurniawan,ST.,MM., selaku Rektor Universitas Nusa Putra Sukabumi.
2. Bapak Anggy Pradithra Junfithrana,S.Pd.,M.T selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik Universitas Nusa Putra Sukabumi
3. Ibu Ana Yuliana Jasuni, M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi
4. Ibu Reka Ramadhan,S.Si.,M.Pd selaku Dosen Pembimbing I yang selalu memberikan bimbingan, arahan, saran dan kritik yang membangun selama penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Andri Ardhiyansyah,M.B.A selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberikan bimbingan, arahan, saran dan kritik yang membangun selama penyusunan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu Dosen Pengaji yang telah memberikan masukan, kritik dan saran yang sangat berharga untuk penyempurnaan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu, bimbingan dan dukungan selama masa studi di Universitas Nusa Putra.
8. Kedua orang tua penulis terimakasih atas do'a, dukungan dan bimbingan yang tiada henti. Atas segala kasih sayang yang diberikan dalam membekali dan mengarahkan penulis selama ini sehingga penulis dapat terus berjuang dalam meraih mimpi dan cita-cita. Kasih sayang Bapak dan mamah yang selalu teguh dan pantang menyerah menjadi sumber kekuatan bagi penulis dalam menghadapi berbagai rintangan dan tantangan hidup. Semoga skripsi ini dapat

- menjadi bukti nyata bahwa penulis telah memanfaatkan ilmu pengetahuan yang diperoleh dengan sebaik-baiknya.
9. Ketiga adikku tercinta, terimakasih selalu menyemangati penulis dalam keadaan apapun dan selalu menghibur penulis dikala tidak percaya diri.
 10. Para anggota *Dewan Scooby-Doo* yang selalu memberikan motivasi kepada penulis dan selalu memberikan semangat yang tiada henti. Sebuah pertemuan yang tidak terduga bersama teman-teman semua yang pada akhirnya mampu menyelesaikan studi ini.
 11. Para sahabat FARABELS yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih selalu memberikan semangat dan mendengarkan keluh kesah penulis selama menyelesaikan pendidikan ini, terimakasih selalu memberikan dukungan dan arahan bagi penulis.
 12. Teman-Teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
 13. Terakhir, terimakasih kepada diri sendiri Silvi Rahmawati yang telah sabar, ikhlas dan pantang menyerah dalam menghadapi tantangan dan tidak pernah lelah untuk belajar dan mencari ilmu. Terimakasih atas keyakinan bahwa semua usaha pasti akan membawa hasil.



Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat kami harapkan demi perbaikan.

Sukabumi, Juli 2024

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik UNIVERSITAS NUSA PUTRA, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Silvi Rahmawati

NIM : 2020080211

Program Studi : Manajemen

Jenis Karya : Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nusa Putra **Hak Bebas Royalti Nonekslusif (Non-Exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian *Hosting* di PT Cloud Hosting Indonesia (IDCloudHost)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonekslusif ini Universitas Nusa Putra berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Sukabumi

Pada tanggal : 21 Juli 2024



Silvi Rahmawati

2020080211

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN PENULIS.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERUNTUKAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGATAR	vii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Batasan Masalah	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Kualitas Layanan	10
2.1.1 Pengertian Kualitas Layanan.....	10
2.1.2 Manfaat Kualitas Layanan	10
2.1.3 Indikator Kualitas Layanan.....	10
2.2 Harga	11
2.2.1 Pengertian Harga	11
2.2.2 Metode Penetapan Harga.....	12
2.2.3 Indikator Harga.....	12
2.3 <i>Brand Image</i>	13
2.3.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	13
2.3.2 Faktor-Faktor <i>Brand Image</i>	14

2.3.3 Indikator <i>Brand Image</i>	14
2.4 Keputusan Pembelian	15
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	15
2.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	16
2.4.3 Indikator Keputusan Pembelian	17
2.5 Penelitian Terkait	18
2.6 Kerangka Pemikiran	23
2.7 Pengembangan Hipotesis.....	23
2.8 Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Desain Penelitian	28
3.2 Subjek, Lokasi dan Waktu Penelitian	28
3.2.1 Subjek Penelitian	28
3.2.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
3.3 Populasi dan Sampel	28
3.3.1 Populasi	28
3.3.2 Teknik Pengambilan Sampel	29
3.3.3 Sampel.....	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.5 Instrumen Penelitian	30
3.5.1 Definisi Operasional Variabel	31
3.6 Teknik Analisis Data	34
3.6.1 Uji Validitas.....	34
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	34
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	35
3.6.3.1 Uji Normalitas	35
3.6.3.2 Uji Multikolinearitas	35
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	36
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	36
3.6.5 Uji T (Uji Parsial).....	37
3.6.6 Uji F(Uji Simultan)	37
3.6.7 Uji R ²	37

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Hasil Penelitian	38
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian	38
4.1.2 Profil Responden	38
4.1.3 Gambaran Distribusi Jawaban.....	40
4.2 Hasil Analisis Data	42
1. Uji Validitas.....	42
2. Uji Reliabilitas	45
3. Uji Asumsi Klasik.....	46
a. Uji Normalitas.....	46
b. Uji Multikolinearitas	47
c. Uji Heteroskedastisitas.....	48
4. Uji Regresi Linear Berganda	49
5. Uji T.....	50
6. Uji F.....	51
7. Uji R ²	52
4.3 Pembahasan Analisis Data.....	52
1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian <i>Hosting</i> di IDCloudHost	53
2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian <i>Hosting</i> di IDCloudHost	53
3. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Hosting</i> di IDCloudHost	54
4. Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Hosting</i> di IDCloudHost	54
BAB V PENUTUP	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Harga Web <i>Hosting</i>	2
Tabal 2.1 Peneliti Terdahulu	19
Tabel 3.1 Skala Likeart menurut Sugiyono	32
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.2 Durasi Penggunaan Layanan	40
Tabel 4.3 Jenis layanan <i>hosting</i> yang digunakan	40
Tabel 4.4 Jawaban Kualitas Layanan	41
Tabel 4.5 Jawaban Harga	42
Tabel 4.6 Jawaban <i>Brand Image</i>	42
Tabel 4.7 Jawaban Keputusan Pembelian	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas.....	47
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	48
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	49
Tabel 4.13 Hasil Regresi Linear Berganda.....	50
Tabel 4.14 Hasil Uji-T.....	51
Tabel 4.15 Hasil Uji F.....	52
Tabel 4.16 Hasil R ²	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian.....	62
Lampiran II Tabulasi Data Validitas dan Reliabilitas	67
Lampiran III Tabulasi Data	69
Lampiran IV Hasil uji Validitas dan Reliabilitas.....	72
Lampiran IV 1 Hasil Validitas	72
Lampiran IV 2 Hasil Reliabilitas.....	76
Lampiran V Hasil Uji Asumsi Klasik.....	77
Lampiran V 1 Uji Normalitas.....	77
Lampiran V 2 Uji Multikolinearitas	77
Lampiran V 3 Uji Heteroskedastisitas	78
Lampiran VI Uji Regresi.....	79
Lampiran VI 1 Uji Regresi Linear Berganda.....	79
Lampiran VI 2 Uji T.....	79
Lampiran VI 3 Uji F.....	79
Lampiran V 4 Uji R ²	79



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital yang terus berkembang dengan pesat saat ini memasuki revolusi industri 5.0 yang mengandalkan *internet* dalam kehidupan sehari-hari. *Internet* juga menjadi salah satu kebutuhan pokok bagi individu maupun perusahaan untuk berbagai keperluan. Salah satunya dengan adanya *website* yang digunakan untuk kegiatan personal hingga bisnis. Hal ini mendorong pertumbuhan industri *hosting*, dimana perusahaan menyediakan layanan penyimpanan dan akses data untuk *website*. Dalam mendukung eksistensi *website*, *hosting* memainkan peran krusial sebagai infrastuktur teknologi yang memungkinkan situs web untuk dapat diakses secara *online*. Pertumbuhan industri *hosting* web di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir ini. Salah satu perusahaan yang menyediakan layanan *hosting* dan kebutuhan *internet* lainnya yaitu PT Cloud Hosting Indonesia atau yang lebih di kenal sebagai IDCloudHost.

PT Cloud Hosting Indonesia (IDCloudHost) hadir sebagai salah satu penyedia layanan *hosting* terkemuka di Indonesia yang memiliki tagar *#1 Best Cloud VPS and Web Hosting* di Indonesia. IDCloudHost juga menawarkan berbagai paket *hosting* dengan beragam jenis dan harga. Adapun jenis layanan *hosting* di tawarkan oleh IDCloudHost yaitu *Cloud Hosting*, *Cloud VPS (Virtual Private Server)*, *Bare Metal Server*, *Colocation Server*, *Dedicated Server*, *Domain* dan layanan lainnya. Berdasarkan jenis-jenis produk tersebut yang memiliki keragaman harga sesuai dengan kebutuhan dari pelanggan itu sendiri. Seperti pada produk web *hosting* yang memiliki perbedaan jenis paket sesuai kebutuhan *hosting website* pelanggan. Layanan web *hosting* dengan teknologi *Cloud Hosting* di Indonesia didukung teknologi *Non-Volatile Memory Express* (NVMe) untuk performa tinggi dengan konfigurasi dan proses yang mudah, cepat dan praktik. Harga yang ditawarkan cukup menarik pelanggan yang akan menggunakan web *hosting* tersebut. Berikut daftar harga web *hosting* yang ada di IDCloudHost dengan manfaat yang sesuai dengan harga :

Table 1.1 : Daftar Harga Web Hosting

Jenis Hosting	Paket	Storage Space	Harga
Personal & UKM	Starter Pro	512 MB	Rp 15.000/bln
	Basic Pro	3 GB	Rp 30.000/bln
	Entrepreneur Pro	7 GB	Rp 50.000/bln
	Business Pro	13 GB	Rp 95.000/bln
	Elite Pro	25 GB	Rp 185.000/bln
	Advanced Pro	35 GB	Rp 245.0000/bln
Corporate	Prime Pro	40 GB	Rp 300.000/bln
	Ultimate Pro	60 GB	Rp 400.000/bln
	Maximum Pro	120 GB	Rp 700.000/bln
	Ultra Maximum	150 GB	Rp 1.500.000/bln
	Hyper Maximum	200 GB	Rp 3.000.000
Plesk Panel	Starter Onyx	2 GB	Rp 30.000/bulan
	Basic Onyx	5 GB	Rp 50.000/bln
	Entrepreneur Onyx	10 GB	Rp 85.000/bln
	Business Onyx	20 GB	Rp 170.000/bln
	Elite Onyx	30 GB	Rp 230.000/bln
	Advance Onyx	40 GB	Rp 300.000/bln
Include cPanel	Latte	15 GB	Rp 50.000/bln
	Caramel	50 GB	Rp 95.000/bln
	Machiato	100GB	Rp 150.000/bln
Non Panel	Small	1 GB	Rp 15.000/bln
	Medium	10 GB	Rp 40.000/bln
	Grande	20GB	Rp 50.000/bln
	Single Shot	50GB	Rp 75.000/bln
	Double Shot	75GB	Rp 175.000/bln
	Triple Shot	100GB	Rp 199.000/bln

Sumber : IDCloudHost Pricing

Dalam pelayanan yang diberikan perusahaan wajib untuk memberikan kualitas layanan dan harga yang berkualitas agar pelanggan merasa tepat dalam pemilihan produk yang digunakan untuk keperluan pelanggan tersebut. Dengan

memberikan kualitas layanan yang dapat memuaskan pelanggan akan menciptakan citra perusahaan semakin meningkat di kalangan masyarakat, selain itu dengan penilaian pelanggan yang positif dapat membuat perusahaan semakin dikenal oleh masyarakat luas bahkan dunia (Syahwi and Pantawis 2021).

Salah satu faktor yang menentukan pelanggan dalam transaksi pembelian yaitu dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan. Pelayanan merupakan evaluasi konsumen terhadap kualitas layanan yang berikan oleh perusahaan atau karyawan. Semakin baik pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula penilaian pelanggan terhadap kualitas layanan tersebut, dimana pada akhirnya memengaruhi keputusan pembelian pelanggan (Zuamma UI Khanisa 2021). Dengan adanya layanan *hosting* yang memiliki peran penting dalam kelancaran dan kualitas *website* memiliki manfaat yang sangat penting seperti penyimpanan data, aksesibilitas, performa serta keamanan dari *hosting* itu sendiri.

Berdasarkan hal tersebut pelanggan dalam mencari produk *hosting* yang dibutuhkan akan mempertimbangkan beberapa aspek dalam kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan. Oleh karena itu, IDCloudHost memiliki nilai tambah yang menjadikan pembeda dari perusahaan kompetitor lainnya. Seperti keandalan server yang memiliki reputasi baik, karena IDCloudHost menggunakan teknologi terkini dan infrastruktur yang baik sehingga terus memastikan situs web pelanggan tetap *online* dan dapat diakses dengan cepat setiap saat. Kemudian dalam dukungan pelanggan yang dikenal dengan layanan yang responsif dan berkualitas, terdapat tim yang ditugaskan secara khusus untuk membantu para pelanggan menyelesaikan masalahnya melalui saluran komunikasi *live chat*, *email*, telepon dan yang terbaru menggunakan *WhatsApp*. Selain itu juga pendukung lainnya yang menjadi pertimbangan pelanggan dalam kualitas layanan yaitu terdapat banyak jenis pilihan *hosting* itu sendiri dan yang terakhir berdasarkan reputasi yang baik di masyarakat.

Sedangkan faktor selanjutnya yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian pelanggan adalah harga. Selain itu menurut Runtunuwu et al dalam (Hardianti 2018), harga itu mencakup seluruh biaya yang harus ditanggung oleh konsumen untuk memperoleh dan memiliki suatu produk. Dalam pengambilan keputusan, harga menjadi pertimbangan penting bagi pelanggan karena pelanggan mengharapkan bahwa nilai uang yang mereka keluarkan harus sebanding dengan

manfaat yang akan mereka peroleh. Karena hal ini juga harga berdampak nyata terhadap kemampuan setiap pelanggan untuk mengubah pilihan pembelian mereka. Hal ini sesuai yang disampaikan oleh Hasan dalam (Mudfarikah and Dwijayanti 2022) harga merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan oleh pelanggan dalam mencapai sejumlah barang yang memiliki manfaat dan nilai yang diperoleh. Di sisi lain para pelaku usaha juga harus menentukan harga jual untuk produk yang dimilikinya. Oleh sebab itu, dalam menentukan harga jual pedagang tidak sembarangan menentukan harga dari suatu produk tetapi harus memperhatikan perhitungan dalam pembelian bahan baku, keuntungan yang diperoleh serta menganalisis dari harga pesaing atau kompetitor. Selanjutnya menurut (Dr.Lili Suryati, SE, M.M. 2015) harga merupakan suatu alat pemasaran yang dipergunakan oleh suatu organisasi. Strategi harga merupakan aspek penting dalam pemasaran suatu produk. Apabila harga terlalu tinggi maka produk tersebut akan kesulitan dalam menjualnya atau tidak dapat dijangkau dengan target pasar dan minat konsumen juga menurun. Faktor lainnya apabila harga yang ditetapkan terlalu rendah maka perusahaan akan menghadapi kesulitan dalam mencapai keuntungan. Selain itu juga konsumen akan meragukan kualitas dari produk tersebut. Sedangkan menurut (Tjiptono 2019) Harga adalah nilai moneter atau metrik lainnya yang digunakan untuk pertukaran hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

Dalam penjualan produknya pemilik perusahaan harus mendapatkan kepercayaan konsumen, seperti dengan melakukan penawaran produk yang menarik dengan kualitas dan harga yang murah, kemudian memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen yang menjadikan nilai tambah untuk perusahaan itu sendiri. Disisi lain dalam mendapatkan konsumen untuk kembali membeli produk yang sama atau produk yang lain yang dimiliki perusahaan, harus menciptakan kesan yang baik pula untuk konsumen. Konsumen dapat menentukan dalam pembelian sebuah produk didukung oleh salah satu faktor yaitu dengan melihat harga dari produk tersebut.

Pada penentuan pembelian web *hosting* pilihan pelanggan dari faktor harga, pelanggan tentunya memilih berbagai pertimbangan dalam mencari akses yang mudah untuk berbagai kalangan pengguna. Kemudian melihat dari transparansi

harga yang menyediakan informasi secara lengkap tentang biaya dan fitur yang termasuk dalam setiap paket *hosting*, sehingga memudahkan pelanggan dalam mengambil keputusan yang tepat sesuai dengan kebutuhan dan anggaran yang dimiliki. Seperti yang dilakukan oleh IDCloudHost dengan menampilkan harga pada laman web perusahaan yang terpampang dengan jelas dan mudah untuk diakses dimanapun. Selanjutnya pertimbangan dari promo dan diskon yang dimiliki, IDCloudHost seringkali menawarkan promo dan diskon menarik bagi pelanggan baru maupun pelanggan setia. Berbagai macam promo yang ditawarkan pada periode tertentu yang pastinya dapat menguntungkan pelanggan karena mendapatkan harga *hosting* yang lebih terjangkau. Selain itu, kemudahan dalam pembayaran yang memiliki berbagai pilihan pembayaran yang fleksibel, termasuk pembayaran secara bulanan, tahunan, bahkan pembayaran dengan jangka waktu tertentu sehingga mendapatkan diskon khusus. Meskipun IDCloudHost menawarkan harga yang terjangkau, tetapi perusahaan tersebut tetap mematikan kualitas layanan yang tinggi. Dan yang terakhir pertimbangan dari harga yaitu setelah melakukan perbandingan dengan perusahaan lain yang memiliki produk yang sama dimana biasanya calon pelanggan sering membandingkan satu produk di perusahaan satu dengan perusahaan lainnya. IDCloudHost dapat memberikan harga terbaik yang diberikan untuk pelanggan.

Dengan demikian faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian *hosting* yaitu dengan memperhatikan dari faktor harga, kemudian fitur *hosting* itu sendiri yang meliputi penyimpanan, *bandwidth* dan *email*, selanjutnya yaitu pertimbangan dari segi keamanan data *website* yang paling penting dan performa atau kecepatan serta kestabilan dari *website* tersebut serta yang terakhir berdasarkan *review* dari pelanggan yang telah menggunakannya dan juga memperhatikan *brand image* dari perusahaan tersebut. Karena hal tersebut sebelum menentukan keputusan pembelian konsumen yaitu dilihat dari faktor yang terakhir citra merek atau *brand image* dari perusahaan itu sendiri. Menurut (disastra and Novita 2022) dengan memiliki citra merek dan kepercayaan merek di masyarakat menciptakan perusahaan yang dapat bertahan di dalam persaingan. Selain itu dengan memiliki citra merek meskipun terdapat jenis perusahaan yang memiliki produk yang sama konsumen yang sudah percaya pada merek perusahaan dapat membedakannya dan

mempercayai kembali perusahaan tersebut. Dalam hal ini juga citra merek dapat menguntungkan perusahaan sehingga mempersempit persaingan bisnis. Menurut (Dr.Lili Suryati, SE, M.M. 2015) mengatakan bahwa *brand image* (citra merek) didefinisikan sebagai gambaran atau kesan yang ditimbulkan oleh suatu merek dalam benak pelanggan. Dalam penempatan citra merek di benak konsumen harus dilakukan secara terus-menerus agar citra merek yang tercipta tetap kuat dan dapat diterima secara positif. Ketika sebuah merek memiliki citra yang kuat dan positif di benak konsumen maka merek tersebut akan selalu diingat dan kemungkinan konsumen untuk membeli merek yang bersangkutan. Citra merek menjadi sebuah panduan bagi konsumen untuk menilai produk ketika pengetahuan konsumen mengenai suatu produk terbatas. Hal ini menyebabkan kecenderungan bagi konsumen untuk memilih produk yang sudah terbukti baik, baik melalui pengalaman langsung maupun berdasarkan informasi dari berbagai sumber (Laksono and Dr. Nanang Suryadi, SE. 2020). Sebelum membuat keputusan pembelian, konsumen akan mempertimbangkan beberapa faktor. Jika konsumen sudah mengenali dan memahami merek suatu *brand*, maka konsumen akan cenderung untuk membuat keputusan pembelian secara lebih cepat terhadap produk tersebut (Kotler 2009). Dengan kekuatan citra merek yang dimiliki oleh IDCloudHost.

IDCloudHost masuk kedalam rekomendasi layanan web *hosting* terbaik di Indonesia berdasarkan (Jemadu 2022) dengan memiliki persentase *uptime* sebanyak 99.95% IDCloudHost mampu bersaing dengan berbagai perusahaan yang memiliki produk yang sama meskipun tergolong perusahaan baru. Dengan persaingan harga pasar yang terjangkau mampu menarik para pelanggan untuk memilih kebutuhan mereka di perusahaan IDCloudHost. Selain itu juga IDCloudHost menawarkan *hosting* dengan cPanel dan juga hosting yang menggunakan control panel Plesk. Berdasarkan hal tersebut yang didukung oleh reputasi yang baik, pengalaman pelanggan yang positif, *branding* yang menarik, komitmen terhadap pelanggan serta selalu melakukan inovasi produk *brand image* yang dimiliki perusahaan menjadi salah satu faktor penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian *hosting* oleh pelanggan.

Sehingga dengan adanya ketiga faktor tersebut dapat menentukan keputusan pembelian yang tepat. Menurut kotler dan keller dalam (Hardianti 2018), keputusan pembelian merupakan tindakan konsumen dalam memutuskan membeli produk, dimana sebelumnya mereka akan melakukan berbagai pertimbangan terkait produk tersebut. Keputusan pembelian ada karena adanya kebutuhan, ketertarikan serta manfaat dari produk tersebut. Dalam persaingan yang semakin ketat di industri *hosting*, faktor-faktor seperti kualitas layanan dan harga menjadi sangat penting bagi perusahaan IT yang menyediakan produk tersebut untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar mereka. Dengan kualitas layanan yang baik, harga yang kompetitif dan *brand image* atau citra merek yang baik di masyarakat dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan dalam memilih layanan *hosting* yang tepat untuk kebutuhan pelanggan. Namun, perkembangan teknologi dan perubahan perilaku pelanggan, perusahaan yang menyediakan hosting seperti IDCloudHost perlu memahami dengan lebih baik bagaimana faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang diatas peneliti ingin mengetahui lebih lanjut mengenai “**Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Hosting di PT Cloud Hosting Indonesia (IDCloudHost)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan, pada penelitian ini akan berfokus pada rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian *hosting* di IDCloudHost?
2. Bagaimana pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian *hosting* di IDCloudHost?
3. Bagaimana pengaruh signifikan *brand image* terhadap keputusan pembelian *hosting* di IDCloudHost ?
4. Bagaimana pengaruh signifikan antara kualitas layanan, harga dan *brand image* terhadap keputusan pembelian *hosting* di IDCloudHost ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan yang telah dijelaskan sebelumnya, tujuan penulis dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian *hosting* di IDCloudHost.
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian *hosting* di IDCloudHost.
3. Untuk mengetahui pengaruh signifikan *brand image* terhadap keputusan pembelian *hosting* di IDCloudHost.
4. Untuk mengetahui penyebab hubungan antara kualitas layanan, harga dan *brand image* dalam mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan pembelian *hosting* di IDCloudHost.

1.4 Batasan Masalah

Penelitian ini hanya akan berfokus pada pengaruh kualitas layanan, harga dan *brand image* terhadap keputusan pembelian *hosting* di IDCloudHost. Faktor lainnya yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian tidak akan dibahas dalam penelitian ini.



1.5 Manfaat Penelitian

Dengan demikian dalam melakukan penelitian ini manfaat yang diperoleh yaitu sebagai berikut :

1. Memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian *hosting* di IDCloudHost.
2. Memberikan masukan kepada manajemen IDCloudHost untuk meningkatkan kualitas layanan dan strategi penetapan harga guna meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Menjadi sumber referensi bagi peneliti di bidang pemasaran untuk memahami perilaku konsumen di industri hosting.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini secara ringkasnya terbagi menjadi beberapa bab, yaitu:

1. Bab I Pendahuluan

Pada penulisan Bab I ini menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah serta tujuan dan manfaat dari melakukan penelitian ini.

2. Bab II Tinjauan Pustaka

Pada penulisan Bab II ini menjelaskan mengenai penelitian terkait, kemudian teori dari kualitas layanan, harga dan keputusan pembelian serta penjelasan mengenai kerangka pemikiran.

3. Bab III Metodologi Penelitian

Pada penulisan di Bab III yaitu penjelasan mengenai tahapan penelitian, proses pengumpulan data dan lain sebagainya yang berhubungan dengan metode penelitian.

4. Bab IV Hasil dan Pembahasan

Pada Bab IV yaitu penjelasan mengenai hasil yang dilakukan dan proses pengolahan data dari data yang telah dikumpulkan. Kemudian, dilakukan penjelasan secara rinci dari hasil data tersebut.

5. Bab V Penutup

Dalam penutup ini yaitu menjelaskan mengenai kesimpulan yang diambil setelah melakukan uji penelitian yang dilakukan kemudian memberikan saran yang relevan terhadap hasil uji .



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh kualitas layanan, harga dan *brand image* terhadap keputusan pembelian hosting di PT Cloud Hosting Indonesia, penulis memperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel Kualitas Layanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan memiliki kualitas yang baik yang dapat mempengaruhi pelanggan, pelanggan akan merasa puas dan senang apabila kualitas yang diberikan dari perusahaan itu baik seperti dengan memberikan informasi terbaru mengenai layanan menjadikan nilai tambah bagi perusahaan itu sendiri.
2. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dapat menunjukkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *hosting* di IDCloudHost. Hal ini disebabkan dengan adanya keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat itu tidak mempengaruhi keputusan pembelian oleh pelanggan.
3. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan mendapatkan hasil bahwa variabel *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *hosting* di IDCloudHost. Hal ini didukung oleh reputasi yang dimiliki IDCloudHost itu baik sehingga pelanggan akan tertuju ke IDCloudHost untuk melakukan pembelian *hosting* yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
4. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan secara simultan diperoleh hasil bahwa variabel kualitas layanan, harga dan *brand image* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *hosting* di IDCloudHost. Pada pengujian ini dapat diartikan juga bahwa dengan kualitas yang diberikan seperti pelayanan yang ramah, responsif, harga dengan kualitas yang baik, reputasi yang dimiliki perusahaan baik atau positif serta kemudahan dalam

melakukan pembelian ini mempengaruhi pelanggan dalam keputusan pembelian karena pelanggan merasa tepat dalam memilih produk.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, berikut adalah beberapa saran dapat diberikan untuk perusahaan serta penelitian selanjutnya. Saran-saran ini diharapkan dapat membantu meningkatkan kinerja perusahaan dan memberikan panduan untuk penelitian-penelitian berikutnya yang sejenis.

1. Saran untuk PT Cloud Hosting Indonesia (**IDCloudHost**)

Adapun saran yang dapat diberikan untuk perusahaan yaitu sebagai berikut:

- a. Perusahaan perlu meningkatkan kualitas layanan agar pelanggan merasa puas, seperti dengan terus memberikan informasi produk melalui berbagai media untuk pelanggan, dan pelayanan yang cepat dan juga responsif menjadikan nilai tambah perusahaan.
- b. Melakukan riset kembali mengenai harga yang diberikan, apakah terdapat kesesuaian antar harga dengan kualitas atau tidak. Sehingga apabila harga yang diberikan sesuai pelanggan merasa tepat untuk melakukan pembelian.
- c. Membangun *brand image* yang kuat dikarenakan faktor ini yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Dengan meningkatkan kepercayaan atau reputasi yang baik di khalayak umum meningkatkan pula citra merek yang dibangun oleh perusahaan sehingga hal ini dapat menjadi pertimbangan pelanggan untuk melakukan pembelian.

2. Saran untuk Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat dijadikan dasar untuk penelitian selanjutnya :

- a. Menggunakan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian dan menambah variabel
- b. Menggunakan metode penelitian yang berbeda
- c. Populasi dan sampel yang berbeda
- d. Studi kasus pada perusahaan penyedia layanan hosting lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adyanto, Brian Cahyo, and Suryono Budi Santosa. 2018. “Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image , Harga Dan Kepercayaan ProdukTerhadap Keputusan Pembelian (Studi Layanan E-Commerce Berrybenka.Com).” *Diponegoro Journal of Management* 7(1): 1–20. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php>.
- Anna Baroroh, Badik, and JE Sutanto. 2022. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Peralatan Pernikahan Muslim.” *ETNIK: Jurnal Ekonomi dan Teknik* 1(6): 455–62.
- Damayanti, Akmila Farida, and Farida Indriani. 2021. “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Terhadap Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Jasa (Studi Pada Pengguna Layanan Pengiriman Barang J&T Express).” *Diponegoro Journal Of Management* 10(3): 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- disastra, Dwiky, and Dian Novita. 2022. “Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Pengguna Sepeda Motor Di Bandar Lampung).” *Jurnal Manajemen* 2(1): 55–66. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/smart/issue/archive>.
- Dr.Lili Suryati, SE, M.M., CITA. 2015. “Manajemen Pemasaran ‘Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan.’” In deepublish, 29.
- Fandy, T. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi III. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Fansurizal, Kartin Aprianti. 2022. “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Manajemen* 14(2): 487–94.
- Firmansyah, Ilham. 2019. “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kober Mie Setan Di Kota Malang.” *Management and Business Review* 3(2): 116–23.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 25. 9th ed. Badan Penerbit UNDIP.
- Haqiqi, Fabtaghun, and Khuzaini. 2020. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Atmosfir Toko Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 9(4): 2–20. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3031>.

- Hardani. 2020. 5 Revista Brasileira de Linguística Aplicada *Buku Metode Penelitian Kualitatif*.
- Hardianti, Paramitha. 2018. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batagor Cak Salim.” *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 3(4).
- Jemadu, Liberty. 2022. “Review 9 Layanan Web Hosting Terbaik Di Indonesia.” *suara.com*. <https://www.suara.com/tekno/2022/09/10/142440/review-9-layanan-web-hosting-terbaik-di-indonesia?page=all> (April 1, 2024).
- John W. Cresweell. 2017. *Research Design Pendekatan Kualitatif Kuantitatif Dan Mixed*. Pustaka Pelajar.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2018. *Marketing Management*. 12th ed. Prentice Hall.
- Kotler, P., dan Keller, K. 2016. *Marketing Management*. 14e ed. Global Edition: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Kller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. 13th ed. ed. MM Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.
- Laksono, Andrian Wahyu, and MM. Dr. Nanang Suryadi, SE. 2020. “PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA PELANGGAN GEPREK BENSU DI KOTA MALANG.” *Holistic Journal of Management Research* 1.
- Melpiana, Evi, and Ajat Sudarajat. 2022. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow Beauty.” *Management and Accounting Expose* 5(1): 106–18.
- Mirna Ayu Novia, Baharuddin Semmaila, Imaduddin. 2020. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Widya Manajemen* 7(2): 21–39. <http://pasca.umi.ac.id/index.php/tata/article/view/174>.
- Mudfarikah, Rizky, and Renny Dwijayanti. 2022. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang.” *Jurnal Manajemen* 13(4): 654–61.
- MUKTI, ABDUL, and Kartin Aprianti. 2021. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kirani Coffee.” *Jurnal Bina Manajemen* 10(1): 229–46.
- Philip Kotler dan Kevin Lane. 2008. “Manajemen Pemasaran.” In *Penerbit*

- Erlangga*, ed. adi maulana dan wibi hardani. Bob Sabran, 134.
- Putri, Prisma Miardi, and R.A Marljen. 2022. “Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Online.” *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 5(1): 25–36.
- Rahman, Muhammad Fikri, and Farida Yulianti. 2020. “Analisis Strategi Harga Dan Kualitas Produksi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Kue Hj. Enong Bakery Di Martapura.” *Dinamika Ekonomi : Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 13(2): 311–22.
- Sahrur Cahya Ramadhan, Ignatius Teodore Teddy Saputra. 2022. “Pengaruh Harga Brand Image Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Konsumen Artfresh.” 7.
- Sopiyah, Pipih. 2022. “Pen . Garuh Digital Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.” 13(2): 249–58.
- Sugiyono. 2013. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. 19th ed. ALFABETA.
- 
- Suharlina. 2023. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rumah Makan.” *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen* 2(1): 113–25.
- Sukanteri, Ni Putu. 2022. *Brand Marketing: The Art if Branding Sistem Identitas Merek*.
- Syahwi, Muhammad, and Setyo Pantawis. 2021. “PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, CITRA PERUSAHAAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME (Studi Kasus Pada PT.Telkom Di Kota Semarang).” *ECONBANK: Journal of Economics and Banking* 3.
- Tjiptono, Fandy. 2019. “Strategi Pemasaran Edisi Ke Empat.” In Yogyakarta: CV Andy Offset, 290.
- Twin Matsni Atussa'dyah, and Lativa Hartaningtyas. 2022. “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Kemasan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.” *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora* 1(5): 498–511.
- Willie, Coaker. 2021. *Branding With Images: The Ultimate Guide to Grow Your Business with Images: How to Build a Strong Brand Image*. New York:

- Independently published.
- Winasis, Caroline Lystia Rut, Halimah Sandra Widianti, and Baruna Hadibrata. 2022. “Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran).” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 3(4): 452–62.
- Woen, Nathaza Gayatry, and Singgih Santoso. 2021. “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, Dan Harga Normal Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen.” *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship* 10(2): 146.
- Zuamma Ul Khanisa. 2021. “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MATA AIR SWALAYAN PULAU PUNJUNG KABUPATEN DHARMASRAYA.” : 6.

