



LAPORAN PENELITIAN

JUDUL:

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konveksi Sablon Kaos Raxgacloth

Oleh:

Muhammad Fitroh Afrizal Priadi	(2012010210)
Dr.M. Bambang Agus Sumantri, M.M.	(0730088001)
Poniran Yudho Leksono, M.M.	(0704047306)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
JUNI 2024**

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konveksi Sablon Kaos Raxgacloth
2. Ketua
 - a. Nama Lengkap : Muhammad Fitroh Afrizal Priadi
 - b. NPM : 2012010210
 - c. Fak/Prodi : FEB/Manajemen
 - d. Alamat Rumah : Ds. Warujayeng, Kec. Tanjunganom, Kab. Nganjuk
 - e. Telp./HP : 0881026693107
 - f. Email : muhfitrohafrizalp@gmail.com
3. Anggota 1
 - a. Nama : Dr.M. Bambang Agus Sumantri, M.M.
 - b. NIDN : 0730088001
 - c. Prodi/Fakultas : FEB/Manajemen
4. Anggota 2
 - a. Nama : Poniran Yudho Leksono, M.M.
 - b. NIDN : 0704047306
 - c. Prodi/Fakultas : FEB/Manajemen
5. Jangka waktu Penelitian : 2 bulan
6. Pembiayaan
 - a. Diajukan ke YPLP-PT PGRI Kediri :-
 - b. Sumber Lain : Rp 15.000.000
 - Jumlah Seluruhnya : Rp 15.000.000

Mengetahui,
Kaprosdi Manajemen



Restin Melina, M.M.
NIDN.0721058605

Kediri, 11 Juli 2024
Ketua,



Muhammad Fitroh Afrizal Priadi
NPM. 2012010210

Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Amin Cahari, M.Si.
NIDN.0715078102

KATA PENGANTAR

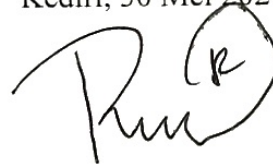
Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, oleh karena rahmad anugerah-Nya penulis dapat menyelesaikan Laporan Penelitian. Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa sejak awal hingga terselesainya penyusunan Laporan Penelitian ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, dan sebagainya dan tentunya tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dari bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Zainal Affandi, M.Pd., selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri karena telah memberikan motivasi kepada mahasiswa untuk menyelesaikan laporan penelitian ini.
2. Dr. Amin Tohari, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri karena telah memberikan motivasi kepada mahasiswa.
3. Restin Meilina, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri karena telah memberikan semangat kepada mahasiswa untuk tidak pernah lelah dalam mengerjakan laporan penelitian ini.
4. Dr.M. Bambang Agus Sumantri, M.M., selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah rela meluangkan waktu dan bimbingan kepada penulis dalam proses penyusunan laporan penelitian ini.
5. Poniran Yudho Leksono, M.M., selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah rela meluangkan waktu dan bimbingan kepada penulis dalam proses penyusunan laporan penelitian ini.

6. Bayu Adi Pratama., selaku salah satu pemilik konveksi kaos sablon Raxgacloth yang sudah memberikan izinkan kepada saya untuk melaksanakan penelitian di konveksi kaos sablon Raxgacloth.
7. Orang tua dan keluarga penulis selalu memberikan semangat, motivasi, memberi bantuan materil serta doa yang tak terhingga.
8. Almamaterku Universitas Nusantara PGRI Kediri, teman-temanku serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penyelesaian laporan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa Laporan Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran serta kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Demikian semoga seminar manajemen ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak yang berkepentingan.

Kediri, 30 Mei 2024



Muhammad Fitroh Afrizal Priadi

RINGKASAN

Muhammad Fitroh Afrizal Priadi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konveksi Sablon Kaos Raxgacloth, Laporan Penelitian, Manajemen, FEB UNP Kediri 2024

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

Screen printing atau sablon adalah salah satu teknik cetak yang telah dikembangkan dan dimanfaatkan dalam industri kecil, menengah dan besar. Secara teknis, sablon juga dapat dilakukan dengan alat sederhana, tidak memerlukan mesin yang kompleks, dan bahkan dapat mendesain mesin secara fleksibel sesuai kebutuhan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada konveksi kaos sablon Raxgacloth, baik secara parsial maupun simultan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, jenis penelitian kausal, teknik pengambilan sampel yang digunakan sebanyak 40 responden, dan teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif, uji asumsi klasik, linier berganda. Regresi, koefisien determinasi, dan uji hipotesis dengan alat bantu SPSSv25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan, persepsi harga dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR ISI

LAPORAN PENELITIAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
RINGKASAN	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan Penelitian.....	7
BAB II : KAJIAN TEORI	9
A. Keputusan Pembelian	9
1. Pengertian Keputusan Pembelian	9
2. Indikator Keputusan Pembelian.....	10
B. Kualitas Pelayanan	11
1. Pengertian Kualitas Pelayanan	11
2. Indikator Kualitas Pelayanan.....	12
C. Persepsi Harga.....	13
1. Pengertian Persepsi Harga.....	13
2. Indikator Persepsi Harga	14
D. Promosi	14
1. Pengertian Promosi	14
2. Indikator Promosi	15

BAB III : METODE PENELITIAN	16
A. Deskripsi Metode Penelitian	16
B. Rincian Proses Pengumpulan Data	16
C. Sasaran Penelitian	18
D. Instrumen Penelitian.....	19
1. Pengembangan Instrumen.....	19
2. Validitas dan Reabilitas Instrumen.....	26
E. Prosedur Analisis Data	30
1. Analisis Deskriptif.....	30
2. Uji Asumsi Klasik	31
3. Analisis Regresi Linear Berganda	33
4. Uji Koefisien Determinasi	33
5. Uji Hipotesis	34
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
A. Hasil Penelitian	36
1. Analisis Deskriptif.....	36
2. Uji Asumsi Klasik	40
3. Regresi Linear Berganda	43
4. Koefisien Determinasi	44
5. Uji Parsial	45
6. Uji Simultan.....	46
B. Pembahasan.....	46
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	46
2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	47
3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	47
4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	48

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	49
A. Kesimpulan.....	49
B. Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN-LAMPIRAN	56

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penjualan konveksi sablon kaos Raxgacloth Desember 2022 – November 2023	3
Tabel 3. 1 Kisi-Kisi Intrumen.....	20
Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert	26
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas	28
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas	29
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	36
Tabel 4. 2 Karakteristik responden nerdasarkan usia	37
Tabel 4. 3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	38
Tabel 4. 4 Hasil Uji Multikolinearitas	41
Tabel 4. 5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	43
Tabel 4. 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi	44
Tabel 4. 7 Hasil Uji Parsial.....	45
Tabel 4. 8 Hasil Uji Simultan	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas	40
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Permohonan Penelitian.....	57
Lampiran 2 Surat Balasan Permohonan Penelitian	58
Lampiran 3 Instrumen Penelitian	59
Lampiran 4 Tabulasi Angket / Trankripsi	63
Lampiran 5 Dokumentasi	71
Lampiran 6 Artikel Yang Di Publikasikan.....	74

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bentuk usaha yang sangat kompetitif yaitu konveksi. Bisnis konveksi sablon juga akan menghadapi persaingan yang semakin ketat seiring dengan bertambahnya jumlah perusahaan konveksi. Pelaku usaha harus memperhatikan perubahan perilaku pelanggan. Oleh karena itu, inovasi sangat penting dilakukan untuk menciptakan produk sablon yang menarik dan memenuhi kebutuhan pasar. Industri sablon atau percetakan harus menggunakan strategi pemasaran yang tepat untuk bersaing dalam meningkatkan keputusan pembelian dengan perusahaan lain dalam industri yang sama. Setiap proses produksi konveksi kini semakin mudah berkat kemajuan teknologi. Hal ini memudahkan produsen dalam proses produksi (Rahmola et al., 2022).

Screen printing atau sablon adalah salah satu teknik cetak yang telah dikembangkan dan dimanfaatkan dalam industri kecil, menengah dan besar. Secara teknis, sablon juga dapat dilakukan dengan alat sederhana, tidak memerlukan mesin yang kompleks, dan bahkan dapat mendesain mesin secara fleksibel sesuai kebutuhan. Sablon dapat dicetak di hampir semua jenis permukaan, termasuk kertas, kain, kayu, karet, kaca, vinyl, porselen, logam, kain, kulit, batu (Prakasa, 2020).

Di Kabupaten Nganjuk, bisnis konveksi rumahan seperti membuat kaos sablon, kemeja, jaket, dan lain-lain sangat dibutuhkan oleh banyak orang karena produknya merupakan kebutuhan yang saat ini disukai oleh remaja hingga berbagai komunitas maupun industri. Akibatnya, persaingan akan muncul di antara para produsen konveksi sablon dan bordir karena produknya mudah dilirik atau diminati oleh jumlah usia produktif penduduk. Raxgacloth berada di Pulorejo, Kedungrejo, Kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk, dan merupakan salah satu usaha kecil menengah konveksi di Kabupaten Nganjuk yang memproduksi pakaian sablon dan bordir. Bayu Adi Pratama, pendiri dan pemilik Raxgacloth, mendirikan Raxgacloth pada tahun 2022. Usaha Raxgacloth ini membuat pakaian seperti kaos, kemeja, boxer, kaos polo, dan jaket. Karena rumah konveksi memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk memilih selera atau desain produk yang mereka inginkan, semua produk yang dibuat dapat disesuaikan dengan permintaan pelanggan.

Tabel 1. 1
Penjualan konveksi sablon kaos Raxgacloth Desember 2022 – November
2023

BULAN	TOTAL
DESEMBER	530
JANUARI	402
FEBRUARI	759
MARET	410
APRIL	330
MEI	346
JUNI	710
JULI	464
AGUSTUS	624
SEPTEMBER	515
OKTOBER	802
NOVEMBER	513
TOTAL	6.423

Sumber : Data diolah 2023

Melihat perbandingan data dari tabel 1.1. Pada bulan Desember 2022, penjualan konveksi sablon kaos Raxgacloth mencapai angka 530. Angka penjualan terus meningkat pada bulan Januari 2023 sebesar 402, dan puncaknya terjadi pada bulan Oktober 2023 dengan penjualan mencapai 802. Bulan Februari 2023 juga mencatat angka yang tinggi, yaitu 759, menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Meskipun terjadi penurunan pada bulan April 2023 dengan penjualan sebanyak 330, namun konveksi ini kembali mengalami peningkatan pada bulan Mei dan Juni 2023 dengan angka penjualan masing-masing 346 dan 710. Bulan Juli 2023 mencatat angka penjualan sebanyak 464, menunjukkan ketahanan konveksi dalam menjaga performa bisnisnya.

Bulan Agustus dan September 2023 mencatat penjualan berturut-turut sebesar 624 dan 515, menunjukkan konsistensi dalam kinerja penjualan konveksi tersebut. Pada bulan November 2023, meskipun terjadi sedikit penurunan dibandingkan Oktober 2023, namun angka penjualan masih tetap tinggi, yaitu 513. Secara keseluruhan, konveksi sablon kaos Raxgacloth mengalami variasi penjualan setiap bulannya, namun berhasil mempertahankan performa bisnisnya secara keseluruhan.

Keputusan pembelian merupakan aspek penting dalam perilaku konsumen secara umum dan menjadi titik awal dari keseluruhan pola konsumsi mereka. Keputusan pembelian dibuat melalui pertimbangan berbagai alternatif pilihan, sehingga ketika alternatif pilihan tidak ada, itu bukanlah suatu keputusan pembelian (Anwar & Sumantri, 2021). Keputusan pembelian merupakan pilihan antara dua ataupun lebih opsi, yang berarti bahwa individu wajib memiliki pilihan atau cara lain yang tersedia waktu membuat keputusan (Indrasari, 2019). Sebaliknya, dalam kasus di mana pelanggan dipaksa untuk melakukan pembelian karena tidak ada pilihan lain, keadaan seperti itu tidak memenuhi syarat sebagai keputusan. Proses dimana pelanggan menemukan masalah adalah bagian dari proses pengambilan keputusan pembelian, mencari data mengenai produk ataupun merek tertentu, dan di akhirnya memutuskan apakah akan membeli produk tadi atau tidak (Gunawan, 2022).

Memberikan kualitas pelayanan yang baik adalah proses menghadapi persaingan. Kualitas pelayanan meliputi segala ataupun aktivitas yang diberikan dari satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan (Sholihat, 2018). Kualitas pelayanan, intinya berfokus pada terpenuhinya kebutuhan para pelanggan yang bisa dirasakan sang pelanggan itu sendiri dan bisa membandingkan kenyataan menggunakan yang diperlukan para pelanggan di pelayanan yang di bisa dari konveksi itu (Febriani & Sumantri, 2020).

Kemungkinan pembelian ulang dapat dipengaruhi oleh persepsi harga. Harga merupakan sejumlah uang ataupun media ukur yang lain (seperti halnya barang ataupun jasa) yang ditukar agar para konsumen dapat memiliki ataupun menggunakan barang dan jasa tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Permatasari et al., 2022). Promosi juga dapat berpengaruh, melalui promosi yang menarik kita dapat memperluas cakrawala minat pelanggan dengan berbagai strategi kreatif yang bukan hanya menarik perhatian, tetapi juga memberikan kesempatan untuk pertumbuhan dan perkembangan pengetahuan tentang pemasaran yang mendalam dan berkelanjutan (Sumantri et al., 2023). Promosi yaitu jenis kegiatan pemasaran yang bertujuan buat menyebarkan informasi wacana perusahaan dan produknya dengan tujuan untuk menghipnotis, membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran (Nurrahma et al., 2023). Persaingan akan muncul diantara produsen konveksi sablon dan bordir karena produk mereka mudah diperhatikan atau dicari oleh penduduk

usia produktif. Raxgacloth yang berlokasi di Pulorejo, Kedungrejo, Kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk, yaitu suatu usaha konveksi yang masih merintis dan sedang berkembang di Kabupaten Nganjuk yang memproduksi pakaian sablon. Bayu Adi Pratama adalah pemilik sekaligus pendiri konveksi kaos sablon Raxgacloth yang dirintis sejak tahun 2022.

Penulis memilih penelitian ini berdasarkan penelitian ilmiah dari berbagai penelitian terdahulu, diantaranya yang berjudul "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sablon Broden," yang memperlihatkan bahwa segi kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Suprianto et al., 2021). Penelitian yang berjudul "Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Aplikasi Shopee di Wilayah Jakarta Timur" menyatakan bahwa persepsi harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Darmansah & Yosepha, 2020). Penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian" yang memperlihatkan bahwa promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Sari & Harti, 2021). Sedangkan penelitian saya memilih objek penelitian pada konveksi kaos sablon Raxgacloth yang berlokasi di Kecamatan Tanjunganom untuk membahas tentang kualitas pelayanan, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian.

Hasil studi menunjukkan sistem manajemen proses bisnis, mengembangkan pengetahuan pemasaran, menggabungkan pengetahuan internal dan eksternal berada dalam kategori rendah (Sumantri et al., 2023). Penelitian ini memberikan wawasan yang lebih dalam, sehingga memungkinkan pelaku industri mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan relevan. Tujuan penelitian ini merupakan buat mengukur apakah ada pengaruh simultan dan parsial antara kualitas pelayanan, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada sablon kaos Raxgacloth oleh sebab itu, penelitian ini menggunakan judul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konveksi Sablon Kaos Raxgacloth**".

B. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mencapai hal-hal berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada konveksi sablon kaos Raxgacloth di Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada konveksi sablon kaos Raxgacloth di Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada konveksi sablon kaos Raxgacloth di Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk.

4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konveksi sablon kaos Raxgacloth di Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, M., & Sumantri, B. A. (2021). Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Crf 150L Pada Komunitas Kracker Nganjuk Berdasarkan Pertimbangan Kualitas Produk *Seminar Nasional Manajemen ...*, 37–42. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/729%0Ahttps://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/download/729/750>
- Azwar. (2020). *good governce dalam perspektif kualitas pelayanan*.
- Buchari, A. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Cahyadi, & Ngurah, I. G. (2020). Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembeli pada air minum dalam kemasan fotaqua di badung bali. *Values*, 1(4), 152–159. <http://e-journal.unmas.ac.id/index.php/value/article/view/1444>
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsuraya*, 1(1), 15–30. <https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/2>
- Didik Gunawan. (2022). *keputusan pembelian konsumen marketplace shopee berbasis sosial media marketing*. PT. Inovasi Pratama Internasional 2022.
- Febriani, E. N. A., & Sumantri, B. A. (2020). Kepuasan pelanggan berkaitan kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan pada restoran bu eko kediri. *Bambang Evira*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamirul, A. (2020). *Good Governance Dalam Perspektif Kualitas Pelayanan Publik*. Malang: CV. Pustaka Learning Center.
- Indrasari M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi13 ed.). Jakarta:Erlangga.

- Nurrahma, A., Samari, & Sardanto, R. (2023). Pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada cv nagma asmara. *Simposium Manajemen dan Bisnis II*, 2(E-ISSN: 2962-2050), 151–159.
- Pakpahan, M. (2016). *Manajemen Pemasaran Dalam Kompetensi Global*. Bandung: Citapustaka Media.
- Permatasari, V. D., Oktini, D. R., & Mahani, S. A. E. (2022). Pengaruh Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Hijab Ansanika. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 2(2), 881–887. <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v2i2.2647>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen Dan Marketing Strategi*. Salemba Empat. Jakarta.
- Prakasa, F. (2020). Peran Komunitas Sablon Kaos Solo (Sablon Kota Solo) Pada Usaha sablon di Surakarta (Studi Kasus di Krea Kaos Tahun 2020). In *skripsi*. Surakarta : FKIP UMS.
- Rahmola, M., Juanna, A., & Abdussamad, Z. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo. *Jambura*, 5(1), 2022. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Sari, I. R., & Harti. (2021). Pengaruh kualitas produk , harga dan promosi terhadap keputusan pembelian. *Akuntabel*, 18(3), 444–451. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL/article/view/9714/1403>
- Sholihat, A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Krema Koffie. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 5(1), 1–15. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/34362/32290>
- Siagian, J. M. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah pada BPR Artha Prima Perkasa*. 7.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*. Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.)). ALFABETA, cv.

- Sumantri, B. A., Suliyanto, & Darmawati, D. (2023). the Competitive Strategy of the Village Unit Cooperative: Capability and Innovation Performance Towards Competitive Advantage. *Corporate and Business Strategy Review*, 4(4 Special Issue), 206–217. <https://doi.org/10.22495/cbsrv4i4siart1>
- Sumantri, B. A., Suliyanto, S., & Darmawati, D. (2023). Village Unit Cooperatives on Dynamic Capability and Creative Capability Adaptation to Innovation Performance: The Role of Competitive Advantage. *Qubahan Academic Journal*, 3, 245–261.
- Suprianto, A., Widodo, M. W., & Kusumaningtyas, D. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Broden Screen Printing. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, 6(1), 853–861.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Jasa* (4 ed.). Andi: Yogyakarta.
- Tolan, M. S., Pelleng, F., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Productivity*, 2(5), 360–364.
- Waluyo, C. L. (2020). *Good Governce Dalam Perspektif Kualitas Pelayanan*.