

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. DIPO INTERNASIONAL PAHALA OTOMOTIF PEKANBARU

Rachmad Afriansyah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning

Jln. Yos Sudarso KM 8 Rumbai Pekanbaru

E-mail : rachmadafriansyah7@gmail.com

diterima: 9/06/2023; direvisi: 6/07/2023; diterbitkan: 31/08/2023

Abstract: This research aims to determine the influence of service quality and price on purchasing decisions at PT Dipo Internasional Pahala Automotive Pekanbaru. Population was all customers of PT Dipo Internasional Pekanbaru automotive reward, which were recorded as 1,220 people. and the population members taken as samples were 92 people. The type of data used is quantitative descriptive data. Data collection in this research was by questionnaire via Google Form which was distributed via social media. Data management and analysis uses multiple linear regression analysis with the SPSS version 22 program. The data tests used are validity test, reliability test, normality test, heteroscedasticity test, multicollinearity test, autocorrelation test, multiple linear regression analysis test (t test, f test, determination test). The results of this research show that service quality has an influence on purchasing decisions, price has an influence on purchasing decisions. The hypothesis from the results of this research also shows that service quality and price have a positive and significant effect on purchasing decisions. Simultaneously, it also proves that the value of service quality and price have a significant influence on purchasing decisions at PT Dipo Internasional Bapahal Automotive Pekanbaru with a significant value of $0.000 < 0.05$. The Adjusted R Square value shows a result of 0.611, which means that 61.10% of the company value is influenced by service quality, price and purchasing decisions., remaining 38.9% was influenced by other variables that were not studied or outside this research

Keywords: *The Influence Of Service, Price, Purchasing Decisions*

PENDAHULUAN

Dikutip dari buku tahunan Badan Pusat Statistik Indonesia (2023) kebutuhan mobil di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Perkembangan pasar otomotif yang semakin besar di Indonesia menyebabkan perusahaan otomotif di Indonesia berpacu membuat inovasi, memaksimalkan produk serta menciptakan relasi dengan pembeli dengan memberikan kualitas layanan yang maksimal.

PT DIPO adalah dealer resmi kendaraan bermerek Mitsubishi yang paling besar se Indonesia yang menyediakan kendaraan roda empat beserta pelayanan after sales, termasuk penjualan sparepart asli, pelayanan bengkel serta servis body mobil yang berlokasi di kota Pekanbaru. Selama menjalankan bisnisnya PT. Dipo

Pekanbaru memiliki permasalahan sendiri yaitu tidak tercapainya target penjualan tahunan. Hal ini dapat dilihat dari penjualan kendaraan Mitsubishi di PT. Dipo periode 2018 – 2022 dapat ditunjukkan oleh tabel berikut ini:

Tabel 1 Data Penjualan Mobil PT. Dipo Periode 2018-2022

No	Tahun	Target	Realisasi	Persentase
1	2018	450	273	60,66 %
2	2019	490	257	52,67 %
3	2020	450	179	39,77 %
4	2021	400	263	65,75 %
5	2022	430	248	57,67 %

Source : PT. Dipo Internasional Pahala Otomitif Pekanbaru, (2023)

Berdasarkan tabel data penjualan tersebut, diketahui di 2018 persentase kendaraan terjual sebanyak 60,66 %, tahun 2019 persentase penjualan turun menjadi 52,67 %. Selanjutnya pada tahun 2020 dimana pandemi virus covid 19 melanda penjualan turun semakin drastis di angka 39,77 %. Penjualan kembali mengalami kenaikan pada tahun 2021 yaitu sebesar 65,75% dan sedikit menurun menjadi 57,67 %. Agar mengetahui sebab penurunan penjualan tahunan, organisasi harus melakukan investigasi untuk menemukan masalahnya.

Disadur dari Ade Syarif Maulana (2016:116) pembeli pada dasarnya melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhannya. Faktor utama yang dipertimbangkan pembeli dalam membeli produk ialah pelayanannya. Sehingga pembeli dapat menentukan pembelian produk melalui faktor yang berhubungan dengan layanan yang memadai.

Menurut Subihaiani dalam Rasyid (2017:7) layanan adalah perwujudan kepuasan pembeli pada pelayanan yang diharapkan pembeli. Efek baik dengan adanya layanan yang memadai adalah tercapainya rasa puas dan loyalitas pembeli sehingga ingin melakukan pembelian kembali (*rebuying*), yang mana hal ini dapat memaksimalkan pemasukan perusahaan.

Untuk mampu bertahan serta terus mengembangkan kualitas maka organisasi harus dapat memahami apa yang diinginkan pembeli melalui kualitas layanan yg maksimal. Dari data yang dihimpun PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Pekanbaru dari fitur kotak saran yang ada masih ditemukan beberapa keluhan pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa sektor kualitas pelayanan masih dapat ditingkatkan lebih baik lagi. Adapun data keluhan pelanggan PT. DIPO tertera pada tabel dibawah:

Tabel 2 Data Keluhan Pelanggan PT. DIPO Pekanbaru Periode 2018-2022

No	Keluhan Pelanggan	Banyaknya keluhan
1	Surat – surat mobil keluarnya lama	4
2	Lamanya prosedur pembelian kredit	2
3	Sales kurang informatif	1
4	Indent produk cukup lama	1
5	Promo kurang menarik	1

Sumber: PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Pekanbaru, (2023)

Harga merupakan faktor lain yang bisa berdampak pada kepuasan dan keputusan pembelian. Menurut Lupiyadi (2013:127) peran harga penting sebab penentuan harga berkaitan dengan pemasukan perusahaan. Harga juga mempengaruhi penilaian pembeli. Adapun perbedaan harga net mobil Mitsubishi motor DI PT. DIPO Pekanbaru pada 2022 dan 2023 dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3 Harga Net Mobil Mitsubishi Motor Di PT. DIPO Pekanbaru pada 2022 dan 2023

No	Xpander Type	Kode	Net Price	
			2022	2023
1	Cross Plus CVT	NI21	336,500,000	342,500,000
2	Cross Plus CVT P	NI21	338,500,000	344,000,000
3	Cross CVT AT	NJ21	326,500,000	332,000,000
4	Cross CVT AT P	NJ21	327,500,000	333,500,000
5	Cross MT	NK21	312,500,000	318,500,000
6	Cross MT P	NK21	314,000,000	320,000,000
7	New Cross Plus CVT	NI51	345,500,000	351,500,000
8	New Cross Plus CVT P	NI51	347,500,000	353,000,000
9	New Cross MT	NK51	322,000,000	328,000,000
10	New Cross MT P	NK51	323,500,000	329,500,000
11	ULT CVT	NA51	318,500,000	324,500,000
12	ULT CVT P	NA51	320,000,000	326,000,000
13	Sport AT CVT	NB51	316,000,000	322,000,000
14	Sport AT CVT P	NB51	317,500,000	323,500,000
15	Sport MT	NH51	302,500,000	308,500,000
16	Sport MT P	NH51	303,750,000	309,750,000
17	GLS AT CVT	NE51	276,500,000	282,500,000
18	GLS AT CVT P	NE51	278,000,000	284,000,000
20	GLS MT	NF51	266,500,000	272,500,000
21	GLS MT P	NF51	268,000,000	274,000,000

No	Triton Type	Kode	Net Price	
			2022	2023
1	EXC AT CVT	NC51	289,000,000	295,000,000
2	EXC AT CVT P	NC51	290,500,000	296,500,000
3	EXC MT	ND51	280,500,000	286,500,000
4	EXC MT P	ND51	282,000,000	288,000,000

No	Pajero Type	Kode	Net Price	
			2022	2023
1	PJR EXCEED AT	QE51	564,000,000	576,000,000
2	PJR EXCEED MT	QF41	549,000,000	561,000,000
3	PJR DAKAR 4x2 AT	QD41	622,000,000	634,000,000
4	PJR DAKAR ULT 4x4 AT	QA41	726,000,000	738,000,000
5	PJR DAKAR ULT 4x2 AT	QC43	666,000,000	678,000,000
6	PJR GLX 4x4 MT	QB41	572,000,000	584,000,000

Sumber: PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Pekanbaru 2023

Pembeli yang puas akan melakukan pembelian ulang pada Kertajaya dalam Elrado (2014:2). Wajibnya menciptakan layanan maksimal diharapkan dapat mendapatkan pembeli yang puas dan setia pada produk yang diproduksi. Sehingga berdasarkan hal diatas, maka PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Pekanbaru wajib bisa menjalankan usaha untuk memberikan satndar layanan yang maksimal dan penentuan harga yang baik untuk setiap konsumennya supaya bisa bersaing di dunia saing usaha di bagian otomotif/kendaraan.

Dari pemaparan diatas, rumusan masalah pada riset yaitu : apakah kualitas pelayanan dan harga memberikan dampak besar pada keputusan pembelian mobil Mitsubishi pada PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Pekanbaru.

Tujuan pada riset ini yaitu agar mengetahui dampak kualitas pelayanan dan harga kepada keputusan pembelian mobil Mitsubishi pada PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Pekanbaru.

Manfaat dari penelitian ini adalah bagi organisasi, agar dapat dijadikan referensi dalam membuat kebijakan-kebijakan usaha pada periode berikutnya.

Bagi akademik, agar dapat menyumbangkan ilmu dan masukan untuk melakukan riset dan penulisan jurnal ilmiah yang berhubungan pada kualitas layanan dan analisis harga terhadap pembelian. Bagi Penulis, menjadi masukan

untuk riset yang akan datang, berkaitan bidang pelayanan.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut Rudani (2020) Manajemen adalah seni menyelesaikan pekerjaan dengan merencanakan, mengorganisir, menempatkan, mengarahkan, serta mengendalikan pegawai agar tujuan organisasi dapat dicapai.

B. Pelayanan

Menurut Moenir (2014;16), Pelayanan merupakan kumpulan proses, dikarenakan alur layanan akan berjalan dengan konsisten mengikuti aktifitas perusahaan. Kegiatan bermaksud sebagai upaya pemenuhan permintaan serta penyediaan layanan.

Menurut Bunyamin (2021:69) kualitas pelayanan adalah keadaan yang berkaitan dengan jasa/produk, serta kegiatan lingkungan yang mencukupi kebutuhan dan keinginan.

Menurut Tjiptono (2014:282-284), dimensi kualitas layana antara lain :

1. *Tangibels* (Bukti fisik)
2. *Reliabilitas* (Kehandalan)
3. *Responsiveness* (Daya Tanggap)
4. *Emphaty* (Empati)
5. *Assurance* (Jaminan)

C. Harga

Harga merupakan jumlah nominal yang diberikan pada produk atau nominal yang diberi konsumen untuk manfaat yang didapat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut Kotler dan Armstrong (2013;151),.

Faktor – faktor yang mempengaruhi harga Achmad Rizal (2020: 92-95) yaitu :

1. Biaya produksi
2. Permintaan
3. Persaingan
4. Pengalaman
5. Persepsi pelanggan
6. Lokasi usaha
7. Tujuan penetapan harga

Ada beberapa indikator yang menandakan harga, Philip dan Amstrong (2016) dalam Marida (2021:122) yaitu ::

1. Harga yang terjangkau konsumen
2. Kesebandingan harga dengan kualitas produk
3. Perbandingan harga dengan manfaat yang diberikan produk
4. Harga bersaing

D. Keputusan Pembelian

Assael pada Munas (2014:27), mengungkapkan pengambilan keputusan pembelian merupakan rangkaian menilai serta memilih dari beragam produk serupa sesuai kebutuhan yang diperlukan dengan menentukan pilihan yang paling sesuai.

Keputusan pembelian memiliki beberapa faktor, Assael dama Muanas (2014:31), yaitu:

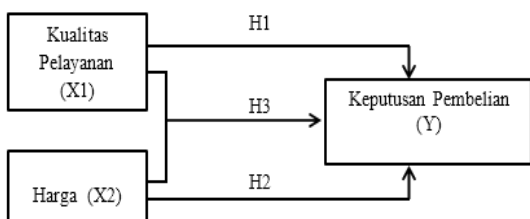
1. Faktor dalam
2. Faktor luar
3. Strategi pemasaran

Kotler dalam Yosef Tonce dkk (2020:11) menyatakan beberapa indikator keputusan pembelian, yaitu:

1. Keyakinan pada sebuah produk
2. Kebiasaan memilih sebuah barang/jasa
3. Merekomendasikan ke orang lain
4. Pembelian berulang

E. Kerangka Pemikiran

Dari hubungan antar variabel bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga maka kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Penulis, 2023

Keterangan :

H1: Kualitas layanan berdampak terhadap keputusan pembelian

H2: Harga berdampak terhadap keputusan pembelian

H3: Kualitas layanan dan harga berdampak terhadap keputusan pembelian.

METODE PENELITIAN

Riset ini menggunakan metode analisis Kuantitatif. Bentuk serta cara menganalisa data dengan melakukan pendekatan analisis regresi linier berganda. Uji kualitas instrumen dilakukan sebelum melakukan analisis linier berganda.

Riset ini dilaksanakan di Mitsubishi pada PT. DIPO Pekanbaru yang beralamat di jalan Jendral Sudirman No. 230 Pekanbaru, Riau.

Teknik pengumpulan data dalam riset ini adalah : Observasi (Pengamatan), adalah cara mengumpulkan data melalui pengamatan langsung objek penelitian. Interview, adalah cara mengumpulkan data melalui komunikasi mengajukan pertanyaan kepada yang bersangkutan dengan objek penelitian. Kuesioner, adalah cara mengumpulkan data melalui daftar pertanyaan yang berkaitan dengan objek penelitian, disebarkan keseluruh responden yang berkaitan pada penelitian.

Library Reaearch yaitu riset yang ditujukan agar mendapatkan data sekunder yaitu data penunjang yang bersifat teoritis kepustakaan. Online Research cara mengumpulkan data yang didapat melalui internet yang berkaitan dengan bermacam informasi yang diperlukan dalam penelitian.

Dan skala ukur pada riset ini memakai Likert *Scale*. Skala likert dipakai agar mengetahui sikap, pendapat serta sudut pandang orang atau kelompok yang berkaitan dengan keadaan sosial.

HASIL PENELITIAN

A. Kualitas Pelayanan (X₁)

Tabel 4 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel kualitas pelayanan (X₁)

No.	Pernyataan	Frekuensi					Total Skor	Rata-rata	Kategori
		SS	S	KS	TS	STS			
1.	Penampilan petugas pelayanan PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Pekanbaru dalam melayani para pelanggan sudah baik sesuai dengan aturan.	14	68	10	0	0	92	4,04	setuju
		70	272	30	0	0	372		
2.	Pelayanan yang diberikan oleh PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Pekanbaru kepada pelanggan cepat	17	49	26	0	0	92	3,90	setuju
		85	196	78	0	0	359		
3.	PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Pekanbaru menjamin pelayanan yang tepat waktu dalam melayani pelanggan	13	30	45	4	0	92	3,56	setuju
		65	120	135	8	0	328		
4.	PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Pekanbaru melayani pelanggan dengan sikap sopan dan santun.	6	62	20	4	0	92	3,76	setuju
		30	248	60	8	0	346		
5.	Dalam memberikan pelayanan petugas PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Pekanbaru melayani dengan cermat atau hati-hati.	14	52	23	3	0	92	3,83	Setuju
		70	208	69	6	0	353		
Jumlah Frekuensi		64	261	124	11	-	460		
Skor		320	1044	372	22	-	1.758	3,82	setuju

Sumber : Olahan Data 2023

Melalui data rekapitulasi respon responden tentang kualitas pelayanan, diketahui rata-rata tanggapan yang diperoleh adalah sebesar 3,82 yaitu dalam rentang skala 'setuju'. Hal ini berarti kualitas pelayanan berdampak pada keputusan pembelian. Dari tabel terlihat bahwa penampilan petugas pelayanan memiliki akumulasi rata-rata paling tinggi sejumlah 4,04 di skala 'setuju', penampilan pegawai dapat menjadi penarik pembeli untuk melakukan pembelian. Dimana penampilan yang baik memberikan tanggapan positif dari konsumen.

Serta jumlah rata rata paling rendah sejumlah 3,56 hasil tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan PT. DIPO dimana adanya kualitas layanan yang maksimal akan berdampak pada penerimaan untuk membeli mobil. Kendala-kendala pada bagian penjualan memiliki kaitan kuat pada produk yang

ditawarkan, pembeli serta keuntungan. Pembeli hanya bisa terpengaruh namun tidak bisa di kontrol dan keuntungan adalah tujuan utama yang dihasilkan melalui kegiatan penjualan.

Harga (X₂)

Tabel 5 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Harga (X₂)

No	Pernyataan	Frekuensi					Total Skor	Rata-rata	kategori
		SS	S	KS	TS	STS			
1.	Harga mobil Mitsubishi yang ditawarkan relatif terjangkau oleh pembeli.	19	63	10	0	0	92	4,09	setuju
		95	252	30	0	0	377		
2.	Harga mobil Mitsubishi yang ditawarkan PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Pekanbaru, sesuai dengan pelayanannya	10	64	16	2	0	92	3,84	setuju
		50	256	48	4	0	354		
3.	Harga Mobil Mitsubishi di PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Pekanbaru sangat bersaing dengan perusahaan competitor	17	55	20	0	0	92	3,96	setuju
		85	220	60	0	0	365		
4.	Harga mobil Mitsubishi yang ditawarkan PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Pekanbaru sesuai dengan kualitas yang diterima pembeli.	23	59	10	0	0	92	4,14	setuju
		115	236	30	0	0	381		
Jumlah Frekuensi		69	243	56	2	0	368	4,02	setuju
Skor		345	972	168	4	0	1.489		

Sumber : Olahan Data 2023

Melalui data diatas, rekapitulasi respon responden mengenai perungkapan harga dapat dilihat rata-rata tanggapan yang diperoleh adalah sebesar 4,02 yaitu dalam rentang skala 'setuju'. Hal ini berarti variabel Harga mempengaruhi seseorang untuk melakukan keputusan pembelian.

Dari tabel terlihat bahwa harga mobil yang ditawarkan sesuai dengan kualitas memiliki nilai tertinggi sejumlah 4,14 dalam skala 'setuju' serta jumlah rata-rata terendah sejumlah 3,84 hasil tanggapan responden mengenai harga mobil di PT. DIPO Internasional Pahala Otomotif Pekanbaru.

Harga adalah komponen utama yang menentukan pada proses memilih merek yang berhubungan dengan keputusan pembelian. Saat menentukan antara merek-merek yang tersedia, pembeli akan menganalisis harga dengan teliti namun melalui cara membandingkan rata-rata harga jual pada umumnya.

B. Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 6 Data Rekap Tanggapan Responden Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Frekuensi					Total Skor	Rata-rata	Kategori
		SS	S	KS	TS	STS			
1.	Pelanggan sudah mantap dengan pilihan membeli Mobil Mitsubishi pada PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Pekanbaru	10	70	12	0	0	92	3,97	setuju
		50	280	36	0	0	366		
2.	Pelanggan membeli Mobil Mitsubishi pada PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Pekanbaru karena tahu Kualitas mobil pada PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Pekanbaru	16	71	5	0	0	92	4,11	setuju
		80	284	15	0	0	379		
3.	Pelanggan yang membeli mobil pada PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Pekanbaru karena banyak tipe mobil tersedia PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Pekanbaru	15	65	12	0	0	92	4,03	setuju
		75	260	36	0	0	371		
4.	Pelanggan melakukan pembelian mobil Mitsubishi pada PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Pekanbaru karena Puas dengan pelayanan pesawari	23	59	10	0	0	92	4,14	setuju
		115	236	30	0	0	381		
Jumlah Frekuensi		64	265	39	0	0	368	4,04	setuju
Skor		320	1060	117	0	0	1.489		

Sumber: Data Olahan, 2023

Berdasarkan data rekap respon responden mengenai keputusan pembelian di PT. DIPO, menunjukkan bahwa rata-rata tanggapan yang diperoleh adalah sebesar 4,04 yaitu dalam rentang skala ‘setuju’. Dari tabel terlihat bahwa Kepuasan Pelayanan pegawai memiliki nilai standar tertinggi sejumlah 4,14 dalam skala ‘setuju’ serta skor rata-rata terendah sejumlah 3,97 Hasil tanggapan responden mengenai pelanggan sudah mantap dalam menentukan mobil pilihannya di PT. DIPO.

Berdasarkan hasil respon mengenai keputusan pembelian menunjukkan adanya Sikap Pembeli Yang beragam di Beberapa kondisi pembelian ditandai dengan keikutsertaan pembeli yang minim namun perbedaan antar produk sangat berpengaruh. Pada kondisi tersebut pembeli selalu beralih merek, namun hal ini berlangsung sebab pembeli berupaya mencari keragaman dan bukan akibat ketidakpuasan.

PEMBAHASAN

Melalui riset ini bisa diketahui kualitas pelayanan dan harga memiliki dampak kepada keputusan membeli kendaraan di PT. DIPO Internasional Pahala Otomotif Pekanbaru. Namun apabila kendaraan serta harga mumpuni maka pembeli akan melakukan pembelian sehingga keputusan membeli produk mendapat peningkatan. Tapi apabila kualitas layanan kurang maksimal tingkat keputusan pembelian pada PT. DIPO Internasional Pahala Otomotif Pekanbaru akan relatif minim. Ini terjadi akibat kualitas pelayanan adalah komponen utama dalam memberi pengaruh kepada pembeli untuk membeli produk.

Tingkat pelayanan serta harga bisa juga menjadi motivasi pembeli untuk membeli mobil di PT. DIPO Internasional Pahala Otomotif Pekanbaru Sebelum menentukan untuk membeli pembeli akan mengamati apakah kualitas mobil dan nominal yang ditawarkan mempengaruhi keputusan untuk membeli produk yang ditawarkan bisa memuaskan pembeli, organisasi yang mampu mempertahankan kualitas produknya akan mampu bersaing.

Hasil penelitian ini didukung oleh pendapat Berliana Juniscahyanti Zebua dan Melkyory Andronicus (2021) yang meneliti variabel yang sama. Hasil riset menunjukkan Variabel bebas Promosi, Kualitas layanan, dan harga berdampak pada keputusan menabung Nasabah di Bank Sumut.

Hipotesis “Diduga kualitas pelayanan dan harga berdampak besar pada keputusan membeli mobil Mitsubishi pada PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif”. Melalui hasil riset yang sudah dipaparkan pada uji Hipotesis menunjukkan secara simultan kualitas layanan dan harga memiliki pengaruh besar pada keputusan pembelian di PT. DIPO.

Dengan demikian, berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu Hipotesis yang disampaikan pada riset ini bisa diterima yang mana “Kualitas layanan dan Harga berdampak besar pada keputusan membeli mobil Mitsubishi di PT. DIPO”.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil riset yang sudah diselesaikan kesimpulan yang dapat ditarik pada riset ini yaitu:

1. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di PT. DIPO Pekanbaru.
2. Terdapat dampak harga terhadap keputusan pembelian di PT. DIPO Pekanbaru.

Terdapat pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap keputusan pembelian di PT. DIPO Pekanbaru.

Saran

1. Kepada pihak PT. DIPO untuk mempertahankan serta meningkatkan kualitas pelayanan dalam memberikan pelayanan yang tepat waktu dalam melayani pelanggan.
2. Kepada PT. DIPO agar dapat meningkatkan mutu pelayanan untuk melayani pelanggan dengan sikap sopan dan santun.

Perusahaan yakni PT. DIPO Internasional Pahala Otomotif Pekanbaru berupaya untuk mendorong karyawan dalam mencapai target perusahaan dengan peningkatan kualitas pelayanan publik dan pemberian harga yang menarik kepada konsumen sehingga kedepannya mereka tertarik untuk membeli mobil yang ada dan ditawarkan kepada konsumen tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrian, dkk, 2022, *Perilaku Konsumen*, Malang, Rena Cipta Mandiri
- Arfah, Yeni, 2022, *Keputusan Pembelian Produk*, Jakarta, PT Inovasi Pratama Internasional.
- Assauri, Sofjan, 2015, *Manajemen Pemasaran*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Berliana Juniscahyanti Zebua dan Melkyory Andronicus, 2021,

Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Sumut, Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima, Vol.3, No. 1, Hal 1-15. ISSN : 2685 – 984X

Effendi, Nur Eka dkk, 2022, *Strategi Pemasaran*, Jakarta, Global Eksekutif Teknologi

Fajrillah dkk, 2022, *Dasar – Dasar Manajemen Internasional*, Jakarta, Yayasan Kita Menulis

Imam, ghozali 2016, *Appl Analisis Multivariante Menggunakan Program SSPSS*, Sameareng, UNDI.

Lupiyoadi, 2013, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi, Edisi 3*, Jakarta, Salemba Empat.

Marida, dkk, 2021, *Strategi Pemasaran*, Jakarta, Yayasan Kita Menulis

Nurmansyah, 2020, *Manajemen Mutu*, Pekanbaru, Unilak Press.

Rizal, 2020, *Manajemen Pemasaran Di Masa Masyarakat Industri 4.0*, Jakarta, Deepublish.

Sugiyono, 2015, *Metode Penelitian Administrasi*, Edisi Revisi, Penerbit Alfabet, Bandung.

Yamit, Z, 2013, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Yogyakarta, Ekonisia