

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Biaya terhadap Minat Melanjutkan Pendidikan di STIKES

Rendri Purwandi Putra¹, Franciskus Antonius Alijoyo²

^{1,2} STMIK LIKMI Bandung

¹ Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Sukabumi

e-mail: 1rendripurwandi@stikesmi.ac.id, 2franciskus.antonius.alijoyo63@gmail.com

Abstrak

Di era perubahan cepat, peningkatan kualitas pelayanan pendidikan kesehatan, promosi program, dan pemahaman biaya pendidikan berperan besar dalam memotivasi individu untuk melanjutkan pendidikan di bidang kesehatan. Faktor-faktor ini saling terkait dan memengaruhi keputusan siswa dan calon mahasiswa dalam melanjutkan pendidikan mereka. Memahami kompleksitas hubungan antara ketiga faktor ini dapat membantu lembaga pendidikan kesehatan dalam merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan minat dan partisipasi dalam pendidikan kesehatan. Dengan demikian, penelitian ini menjadi penting dalam merumuskan solusi yang relevan dan berkelanjutan dalam pengembangan pendidikan kesehatan. Penelitian ini akan dilakukan di STIKES Kota Sukabumi dengan mengolah informasi atau data dari hasil penyebaran kuisioner yang dilakukan pada 104 mahasiswa baru. Terdapat 22 indikator pertanyaan yang dijadikan referensi untuk pengolahan data menggunakan SPSS. Hasilnya dari variabel independen dan dependen yang diuji memenuhi standar reliabel dengan nilai 0,714 untuk variabel kualitas pelayanan, 0,698 untuk variabel promosi, 0,732 untuk variabel biaya dan 0,778 untuk variabel minat, sementara hasil dari uji validitas untuk 22 indikator pertanyaan yang diajukan semua indikator dinyatakan valid karena Rhitungnya lebih besar dari Rtabel yaitu: 0,192. Berdasarkan hasil perhitungan masing-masing variabel tersebut, diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan, promosi dan biaya sama-sama berpengaruh secara simultan terhadap variabel minat.

Kata kunci: kualitas pelayanan, promosi, persepsi biaya, minat

Abstract

In an era of rapid change, improving the quality of health education services, program promotion, and understanding the costs of education play a major role in motivating individuals to continue their education in the health sector. These factors are interrelated and influence students' and prospective students' decisions in continuing their education. Understanding the complexity of the relationship between these three factors can help health education institutions design more effective strategies to increase interest and participation in health education. Thus, this research is important in formulating relevant and sustainable solutions in the development of health education. This research will be carried out at STIKES Sukabumi City by processing information or data from the results of distributing questionnaires to 104 new students. There are 22 question indicators which are used as references for data processing using SPSS. The results of the independent and dependent variables tested met reliable standards with a value of 0.714 for the service quality variable, 0.698 for the promotion variable, 0.732 for the cost variable and 0.778 for the interest variable, while the results of the validity test for the 22 question indicators asked were all declared valid because The Rcount is greater than the Rtable, namely: 0.192. Based on the calculation results for each of these variables, it is known that the variables of service quality, promotion and costs both simultaneously influence the variables of interest.

Keywords: service quality, promotion, cost perception, interest

1. Pendahuluan

Pendidikan memiliki peran penting dalam membentuk karakter dan kepribadian seseorang, sebagai upaya peningkatan kualitas pendidikan nasional, maka setiap orang wajib menempuh pendidikan sampai jenjang perguruan tinggi (Saputro & Putri, 2022). Upaya tersebut tidak lepas dari segi kualitas pelayanan yang diberikan suatu lembaga pendidikan karena hal tersebut akan berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk melanjutkan pendidikannya ke jenjang yang lebih tinggi (Sudarman, 2023)

Minat adalah kecenderungan untuk melakukan atau memilih sesuatu yang berasal dari fakta dan interpretasi tentang apa yang dilihat, didengar, dan dirasakan sehingga muncul sensasi kegembiraan dan bukan senang sebagai pernyataan perbuatan baik secara umum akan diselesaikan secara konsisten sengaja atau tidak sengaja (Efendi & Muhsin, 2019).

Berbagai hal dapat mendorong adanya minat masyarakat untuk mengambil keputusan, salah satunya yaitu dengan adanya media promosi (Hasfh, 2020). Promosi merupakan suatu kegiatan pemasaran yang memberikan informasi yang bersifat mempengaruhi, membujuk dan meyakinkan pada suatu produk yang di tawarkan oleh perusahaan (Anggraini & Budiarti, 2020). Promosi dapat dilakukan melalui brosur, media online, pamflet, dan jaringan sosial (Oktaria et al, 2023)

Selain promosi, lembaga pendidikan memiliki tujuan memberikan layanan pendidikan kepada masyarakat, dan biaya tergapai oleh semua kalangan masyarakat. baik masyarakat ekonomi kebawah atau pun menengah keatas (Saputro & Putri, 2022)

Erinawati, dkk. (2021) menyatakan bahwa biaya adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut Rahayu (2021) mengemukakan persepsi biaya merupakan penilaian konsumen dan bentuk emosional yang terasosiasi mengenai apakah biaya yang ditawarkan dengan fasilitas yang diberikan.

STIKES Kota Sukabumi merupakan salah satu sekolah tinggi bidang kesehatan yang ada di Kota Sukabumi. Saat ini minat masyarakat masih

tinggi dalam memilih bidang kesehatan sebagai sekolah lanjutan setelah lulus menengah atas. Banyak beragam persepsi mengenai mengapa masyarakat memilih STIKES Kota Sukabumi. Pada penelitian ini akan membahas mengenai persepsi tersebut secara lebih detail, hanya saja dengan variabel yang sudah ditentukan, yaitu kualitas pelayanan, promosi dan persepsi biaya. Data yang diambil berdasarkan hasil pengolahan kuisisioner yang telah disebar sebelumnya kepada responden berdasarkan tabel skala likert, untuk kemudian dilakukan pengujian menggunakan SPSS menggunakan indikator, seperti uji validitas, reliabilitas, koefisien determinasi dan uji regresi linier berganda.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini, yaitu:

2.1. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi yang digunakan pada penelitian ini merupakan mahasiswa STIKES Kota Sukabumi yang baru masuk di tahun akademik yang baru. Sampel diambil secara random dengan jumlah 104 sampel. Sampel tersebut terdiri dari laki-laki dan perempuan dengan range usia tertentu untuk mendapatkan hasil jawaban kuisisioner yang diinginkan.

2.2. Teknik Pengumpulan Data

Pada tahap ini dilakukan survey langsung ke lapangan. Data yang diolah nantinya berdasarkan hasil pengolahan kuisisioner yang telah diisi sebelumnya oleh responden. Pengisian data dilakukan oleh masing-masing responden dengan melibatkan skala likert pada setiap item-item pernyataan dalam kuisisioner, yang memiliki rentang skala satu sampai dengan lima dengan nilai sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju.

2.3. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu kualitas pelayanan, promosi dan biaya sebagai variabel independen, dan minat sebagai variabel dependen.

Kualitas Pelayanan disusun berdasarkan definisi operasional sebanyak 18 pernyataan seperti "Informasi yang diberikan STIKES cukup jelas"

Promosi disusun berdasarkan definisi operasional sebanyak 22 pernyataan seperti "Media promosi yang digunakan STIKES Kota Sukabumi cukup menarik"

Biaya disusun berdasarkan definisi operasional sebanyak 18 pernyataan seperti "Biaya pendidikan cukup terjangkau"

dan Minat disusun berdasarkan definisi operasional sebanyak 18 pernyataan seperti "Program Studi sesuai dengan kebutuhan masyarakat"

Masing-masing instrumen tersebut dijabarkan pada pernyataan dalam kuisiонер yang memfasilitasi responden untuk menjawab sesuai dengan fakta kesesuaian yang ada. Berdasarkan instrumen penelitian yang telah disusun ini dapat memberikan informasi lebih terkait pernyataan dan variabel mana yang nantinya akan berpengaruh terhadap variabel yang dituju.

2.4. Analisis Data

Pada tahap analisis data dilakukan berdasarkan beberapa referensi temuan penelitian yang ada sebelumnya,

Penelitian yang dilakukan oleh Punawati et Al (2020) yang membahas mengenai "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang di Bandung Collection Kecamatan Kuta Utara". Hasilnya variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat beli ulang, variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli ulang dan variabel harga berpengaruh negatif terhadap minat beli ulang.

Penelitian yang dilakukan oleh Majhaf (2020) yang membahas mengenai "Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Muamalat Palu Sulawesi Tengah". Hasilnya variabel promosi dan kualitas pelayanan masing-masing berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat.

Penelitian yang dilakukan oleh Antonius F. (2023) yang membahas mengenai "Pengaruh Pengalaman Merek Terhadap Kepercayaan Merek Produk Pendaatang Baru". Penelitian mengolah kuisiонер dari 87 responden. Hasilnya variabel pengalaman merek berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan merek produk pendaatang baru.

Penelitian yang dilakukan oleh Agung Hudaya et Al, (2021), tentang "THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND

PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION THAT IMPLICATIONS ON REPURCHASE INTEREST" yang membahas mengenai Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan pada 120 pelanggan, hasilnya variabel kualitas pelayanan, kualitas produk berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rizal Qudus dan Nita Sri Amalia (2020) tentang "The Influence of Product Quality, Service Quality, and Prices on Consumer Repurchase Intention at Bang Dava Chicken Restaurant" yang melakukan analisa kepada 200 customer Dafa Fried Chicken mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap pembelian kembali (berulang) oleh customer. Hasilnya terdapat 55,23% yang menyatakan bahwa adanya pengaruh secara signifikan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap pembelian kembali (berulang).

Berdasarkan beberapa penelitian tersebut berkaitan dengan minat sebagai variabel independen yang dipengaruhi secara positif atau negatif dari variabel lainnya. Adanya keterkaitan tersebut, yang melatarbelakangi penelitian ini, hanya saja pada penelitian ini akan membahas mengenai 3 variabel X dan 1 variabel Y, yaitu tentang pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan persepsi harga terhadap minat masyarakat melanjutkan pendidikan di bidang kesehatan. Hasil yang diharapkan adalah adanya pengaruh dan tidaknya masing-masing variabel tersebut terhadap variabel dependen berdasarkan hasil pengolahan kuisiонер dari 104 responden yang diolah menggunakan SPSS.

Pengujian dilakukan beberapa tahapan mulai dari pengolahan hasil kuisiонер menggunakan skala liker, kemudian pengujian validitas variabel kualitas pelayanan, promosi, biaya dan minta, serta pengujian reliabilitas ketiga variabel tersebut untuk menentukan nilai signifikan yang ada, dan terakhir akan dilakukan pengujian koefisien determinasi serta regresi linier berganda yang bisa menyimpulkan hasil keseluruhan pengujian yang dilakukan pada penelitian ini.

3. Pembahasan

Pada tahap ini dilakukan pengolahan data menggunakan SPSS

berdasarkan hasil rekapitulasi pengolahan data kuesioner yang sudah di olah

3.1. Karakteristik Responden

Pada penelitian ini, subjek penelitian yang digunakan adalah STIKES Kota Sukabumi dengan jumlah sampel sebanyak 104 orang yang merupakan mahasiswa baru yang mendaftar di STIKES Kota Sukabumi tahun akademik 2023/2024. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dan usia. Berikut penjelasannya:

Tabel 1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden
1	Laki-laki	36
2	Perempuan	68

Sumber: Data Penelitian, 2023

Berdasarkan data pada tabel III.1 dapat diketahui bahwa jumlah responden berdasarkan karakteristik jenis kelamin di dominasi oleh perempuan sebanyak 68 orang, sisanya laki-laki sebanyak 36 orang.

Tabel 2. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah Responden
1	<20 - 25	89
2	>25 - 30	13
3	>30	2

Sumber: Data Penelitian, 2013

Berdasarkan data pada tabel 2 dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan usia diketahui sebanyak 89 orang memiliki usia kurang dari 20 tahun sampai dengan 25 tahun. Selanjutnya pada rentan usia lebih dari 25 tahun sampai dengan 30 tahun sejumlah 13 orang dan terakhir diatas 30 tahun hanya 2 orang.

Terdapat 22 butir pertanyaan dalam kuesioner. Pertanyaan tersebut berdasarkan indikator atau variabel yang sudah ditentukan, yaitu variabel minat sebagai variabel independen (variabel Y), dan variabel kualitas pelayanan, promosi dan persepsi biaya sebagai variabel dependen (X). Adapun skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert yang dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Skala Likert

Skala	Keterangan
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Ragu-ragu

2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

Pada tabel 3 dapat dilihat bahwa pengujian pernyataan pada kuisisioner menggunakan aspek penilaian dengan range satu sampai dengan lima, yaitu sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju, yang nantinya dari 22 butir pernyataan yang diisi oleh responden dapat melihat bahwa mana pernyataan yang lebih berkaitan atau yang memiliki pengaruh besar terhadap variabel lainnya.

3.2. Hasil Analisis Validitas dan Reliabilitas

Data penelitian diperoleh berdasarkan hasil rekap kuisisioner yang ditelaha disebar ke 104 mahasiswa baru STIKES Kota Sukabumi, yang selanjutnya akan dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas. Pengujian dilakukan dua tahapan, yakni pengujian masing-masing variabel terlebih dahulu untuk melihat tingkat validitasnya berdasarkan rTabel yang ada, kemudian apabila semua variabel dinyatakan valid, maka pengujian bisa dilanjutkan ke tahap berikutnya berupa reliabilitas semua variabel berdasarkan nilai Cronbach (r alpha), sehingga jika kedua pengujian tersebut terpenuhi, penelitian yang dilakukan dapat dibuktikan.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji apakah data penelitian yang didapat valid atau tidak, pengujian dilakukan menggunakan SPSS dengan melihat hasil skor dari 22 indikator. Hasilnya sudah dirangkum pada tabel 4. berikut ini:

Tabel 4. Hasil Pengujian Validitas

No.	Indikator	Rhitung	Rtabel	Ket
1	Kualitas Pelayanan (X1)		0,192	
	X1.1	0,254		Valid
	X1.2	0,368		Valid
	X1.3	0,432		Valid
	X1.4	0,377		Valid
	X1.5	0,342		Valid
2	Promosi (X2)		0,192	
	X2.1	0,290		Valid
	X2.2	0,215		Valid
	X2.3	0,362		Valid
	X2.4	0,326		Valid
	X2.5	0,344		Valid
	X2.6	0,339		Valid

	X2.7	0,462		Valid
3	Persepsi Biaya (X3)		0,192	
	X3.1	0,534		Valid
	X3.2	0,218		Valid
	X3.3	0,226		Valid
	X3.4	0,259		Valid
	X3.5	0,243		Valid
4	Minat (Y)		0,192	
	Y.1	0,397		Valid
	Y.2	0,433		Valid
	Y.3	0,282		Valid
	Y.4	0,211		Valid
	Y.5	0,217		Valid

Sumber: Data Hasil Olahan, 2023

Dari setiap item pernyataan diperoleh Rhitung lebih besar dari $R_{tabel} = 0,192$ (nilai r tabel untuk $N = 104$), maka item pernyataan pada penelitian di atas adalah valid dan dengan pemikiran data yang diperoleh layak digunakan untuk analisis selanjutnya, menggunakan analisis regresi.

Uji Reliabilitas

Analisis reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu instrumen dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih. Metode yang digunakan dalam analisis reliabilitas ini adalah metode Alpha-Cronbach (r alpha), dimana nilai masing-masing instrumen $< 0,6$. Adapun hasil pengolahan SPSSnya sudah dirangkum pada tabel III.4.

Tabel 5. Uji Reliabilitas Butir-butir Pernyataan

Butir Pernyataan	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan	0,714	Reliabel
Promosi	0,698	Reliabel
Persepsi Biaya	0,732	Reliabel
Minat	0,776	Reliabel

Sumber: Data Hasil Olahan, 2023

Berdasarkan tabel 5 diatas, hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Cronbach Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur variabel dari kuesioner adalah reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam

penelitian ini merupakan kuesioner yang handal. Secara keseluruhan butir-butir pernyataan dari tiap variabel dapat digunakan dan dapat didistribusikan kepada seluruh responden (104 orang), karena tiap tiap butir menunjukkan hasil yang valid dan reliabel.

Koefisien Determinasi
Tabel 6. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.942 ^a	.887	.883	.96960

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2
Sumber: Data Hasil Olahan, 2023

Berdasarkan tabel 6. dapat dilihat bahwa Koefisien Determinasi atau Adjusted R Square model penelitian ini sebesar 0,883 yang artinya bahwa kualitas pelayanan, promosi dan persepsi biaya berpengaruh terhadap minat pendidikan kesehatan di STIKES Kota Sukabumi sebesar 88% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya sebanyak 12%.

3.3. Uji Regresi Linier Berganda

Pengujian ini dilakukan untuk mengukur adanya perubahan variabel minat sebagai akibat adanya variabel kualitas pelayanan, promosi dan persepsi biaya. Selengkapnya dapat dilihat pada tabel 7 dan 8 berikut ini:

Tabel 7. Uji Regresi Linier Berganda

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	727.394	3	242.465	257.908	.000 ^b
Total	1454.788	102			
Error	157.394	99	1.574		

Residual	93.072	99	.940		
Total	820.466	102			

- a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber: Data Hasil Olahan, 2023

		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Standard Error		
Model		B	Beta			
1 (Constant)		.502		.158	3.179	.004
	X1	.179	-.158	.074	-2.134	.033
	X2	.152	.194	.063	2.389	.019
	X3	.986	.904	.075	13.061	<.001

- a. Dependent Variable: Y
Sumber: Data Hasil Olahan, 2023

Berdasarkan tabel 8, maka persamaan garis regresi untuk variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini yaitu: $Y = 0,502 + 0,179X1 + 0,152X2 + 0,986X3$.

Dari persamaan tersebut dapat dikatakan bahwa koefisien kualitas pelayanan, promosi dan persepsi biaya memiliki pengaruh positif terhadap minat.

Selain itu, nilai signifikan masing-masing variabel adalah: 0,043 , 0,019 dan 0,000 yang mana lebih kecil dari 0,050 yang artinya setiap variabel X memiliki pengaruh positif terhadap variabel Y.

Penutup

Penelitian ini membahas mengenai Pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan persepsi biaya terhadap minat melanjutkan pendidikan di STIKES Kota Sukabumi. Data yang didapat berdasarkan hasil kuisioner yang disebar ke 104 responden dengan sampel mahasiswa baru tahun akademik 2023/2024 STIKES Kota Sukabumi. Pengolahan data menggunakan SPSS. Terdapat 22 butir pertanyaan dari masing-masing variabel. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, masing-masing variabel dikatakan valid dan reliabel sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan, promosi dan biaya sama-sama berpengaruh secara simultan terhadap variabel minat. Berdasarkan nilai koefisien determinasi, penelitian ini memiliki nilai 0,883 artinya kualitas pelayanan, promosi dan persepsi biaya berpengaruh secara signifikan terhadap minat sebanyak 88% sisanya 12% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Selanjutnya variabel X1, X2 dan X3 berpengaruh positif terhadap variabel Y, hal ini didapat berdasarkan persamaan regresi linier berganda dimana $Y = 0,502 + 0,179X1 + 0,152X2 + 0,986X3$ dengan nilai signifikan masing-masing variabel adalah: 0,043 , 0,019 dan 0,000 yang mana lebih kecil dari 0,050, artinya ketiga variabel tersebut signifikan dalam penelitian ini.

Referensi

- Alijoyo, F. Antonius & Farisa N. Putri. (2023). The Influence of Brand Experience Toward Brand Trust on New Entry Sport Product. *Jurnal of Word Science* Vol. 2, No. 8 Tahun 2023.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Mediasi Kepuasan Pelanggan pada Konsumen Gojek. *Jurnal*

- Pendidikan Ekonomi (JUPE) Vol. 8, No. 1 Hal. 86-94.
- Ashari, Fikri, Z.M. Siregar, Abd. Halim. (2022). The Influence of Service Quality, Taste, and Perceived Price on Customer Loyalty by Mediating Customer Satisfaction. *Journal Internasional Bussines of Education* Vol. 8, No. 1.
- Azkiyah, Zahratul, Ari Kartiko & M.M. Mitra Zuana. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik dan Promosi Terhadap Minat Siswa Baru di Madrasah. *Jurnal Nidhomul Haq* Vol. 5, No. 2 Tahun 2020. ISSN: 2503-1481
- Efendi, M. N., & Muhsin, M. (2019). Citra, Kualitas Lulusan, Promosi, Biaya Terhadap Minat Belajar Siswa. *Economic Education Analysis Journal* Vol. 8, No. 2 Hal. 834-840
- Erinawati, F., dan Syafarudin, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi terhadap Keputusan. *Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan* Vol. 1, No. 1 Hal. 130-146.
- Hasfh, Militina. Achmad. (2020). Effect Of Customer Value And Customer Experience On Customer Satisfaction And Loyalty Pt Meratus Samarinda. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed – International Journal* Vol. 4, No. 1, E-ISSN: 2614-1280 P-ISSN 2622-4771.
- Hudaya, Agung, Djumarno & Djubaedah. (2021). THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION THAT IMPLICATIONS ON REPURCHASE INTEREST. *Dinasti Internasional Journal of Management* Vol. 3, No. 1.
- Majhaf, Sitti Aisya. 2020. Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Muamalat Palu Sulawesi Tengah. *Al-Kharaj: Jurnal of Islamic and Bussines* Vol. 2, No. 1
- Oktaria, E.T, Kharudian, Riki Setiawan. (2023). Promosi dan Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Jumlah Penerimaan Siswa Baru di Lembaga Kursus Bahasa Inggris Bandarlampung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* Vol. 14, No. 1.
- Purnawati, N.L.A, N.W Eka Mitariani & N.P. Nita Anggraeni. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang di Bandung Collection Kecamatan Kuta Utara. *Jurnal Values* Vol. 1, No. 3 Agustus 2020. ISSN: 2721-6810
- Qudus, M.R & Nita Sri Amalia. (2022). The Influence of Product Quality, Service Quality, and Prices on Consumer Repurchase Intention at Bang Dava Chicken Restaurant. *Internasional Journal Administration Bussines of Organization* Vol. 3, No.2
- Rahayu, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas yang Dimediasi Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Pelanggan Myrepublic Cabang Jakarta). *Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.*
- Saputro, Guntur Milu Ibnu Dwi Saputro dan Putri Maisara. (2022). Pengaruh Kualitas Sekolah, Promosi dan Biaya terhadap Minat Belajar di STIE Surakarta. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi* Vol. 1, No. 6 Maret 2022. ISSN: 2798-6489
- Sudarman, Enjang. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Pembelajaran dan Kinerja Guru terhadap Kepuasan Peserta Didik di SMKN 1 Karawang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* Vol. 6, No. 1 Februari 2023. 2598-4837.