
PENGARUH PENETAPAN HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA PENGIRIMAN BARANG PADA PT. UNITED GRAND EXPRESS CABANG MEDAN

Annicha Aulia¹, Muhammad Amri Nasution², Al Firah³

^{1,2,3}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharmawangsa, Indonesia

Email : alfirah41@dharmawangsa.ac.id

Article History:

Received: 21 April 2024

Revised: 30 April 2024

Accepted: 25 Juni 2024

Keywords: Penetapan Harga, Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penetapan harga dan kualitas layanan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa pengiriman barang pada PT. United Grand Express Cabang Medan. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan yang melakukan pembelian periode 2021 sebanyak 218 pelanggan. Teknik sampel slovin sebanyak 141 sampel. Hasil uji t variabel penetapan harga senilai $t_{hitung}(2,936) > t_{tabel}(1,977)$ dengan tingkat signifikan $0,004 < 0,05$ sehingga terdapat pengaruh negatif yang signifikan secara parsial antara penetapan harga terhadap keputusan menggunakan jasa. Hasil uji t variabel kualitas layanan senilai $t_{hitung}(9,230) > t_{tabel}(1,977)$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara kualitas layanan terhadap keputusan menggunakan jasa. Hasil uji F senilai $F_{hitung}(61,773) > F_{tabel}(3,06)$ dengan signifikansi $0,00 < 0,05$ sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara Penetapan Harga dan Kualitas Layanan secara simultan terhadap Keputusan Menggunakan Jasa pada PT. United Grand Express cabang Medan.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Banyaknya pengusaha yang mendirikan bidang usaha pengangkutan inipada akhirnya membuat tingkat persaingan semakin lama semakin tinggi. Keputusan Pembelian merupakan sebuah kegiatan atau aktivitas pemecahan masalah yang dilakukan seseorang individu dalam melakukan pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui berbagai tahapan proses pengambilan keputusan.

PT. United Grand Express merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa ekspedisi dan beralamatkan di jalan Kol. Yos Sudarso No.2, Tj.Mulia,Kec.Medan. Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan, PT. United Grand Express untuk saat ini sedang mengalami permasalahan dimana hal ini tentunya berkaitan dengan penjualan jasanya dimana keputusan konsumen menggunakan jasa perusahaan semakin tahun semakin mengalami penurunan berhubung banyaknya jasa pengiriman yang beroperasi di kota Medan yang membuat tingkat persaingan semakin lama semakin tinggi. Hal tersebut pada akhirnya membuat konsumen memiliki banyak alternatif tempat untuk menggunakan jasa sejenis dan juga perilaku konsumen yang sering membanding-bandingkan jasa perusahaan dengan perusahaan lain.

Pada observasi awal yang dilakukan, peneliti mendapatkan bahwa penurunan konsumen menggunakan jasa perusahaan dinilai akibat adanya pengaruh dari penetapan harga dari perusahaan dan kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan dimana dalam hal ini, perusahaan menetapkan harga yang lebih tinggi daripada perusahaan lainnya sehingga menyebabkan harga dari perusahaan lebih mahal dan membuat konsumen menjadi mencoba menggunakan jasa dari perusahaan lainnya. Selain itu, kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan masih dinilai kurang baik sehingga membuat konsumen sering merasa kecewa dengan layanan tersebut dan pada akhirnya beralih ke perusahaan lainnya.

Adapun identifikasi masalah penelitian ini adalah perusahaan menetapkan harga yang lebih tinggi daripada perusahaan lainnya sehingga menyebabkan harga dari perusahaan lebih mahal dan membuat konsumen menjadi mencoba menggunakan jasa dari perusahaan lainnya, kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan masih dinilai kurang baik sehingga membuat konsumen sering merasa kecewa dengan layanan tersebut dan pada akhirnya beralih ke perusahaan lainnya, dan keputusan konsumen menggunakan jasa perusahaan semakin tahun semakin mengalami penurunan berhubung banyaknya jasa pengiriman yang beroperasi di kota Medan yang membuat tingkat persaingan semakin lama semakin tinggi.

LANDASAN TEORITIS

Penerapan Harga

Ramdhani, dkk. (2020:36), Harga adalah komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan dan menjadi sebuah nilai atas sebuah barang atau jasa yang memiliki peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli. Kurniawan (2018:22), Harga adalah suatu nilai tukar yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan barang atau jasa yang mempunyai nilai guna beserta pelayanannya dimana harga suatu produk menentukan tingkat keuntungan yang akan diperoleh oleh perusahaan.

Supriatna, dkk. (2019:56), tingkat harga yang terjadi dipengaruhi beberapa faktor adalah keadaan perekonomian, penawaran dan permintaan, elastisitas permintaan, persaingan, biaya, tujuan, pengawasan pemerintah. Jusnidar, dkk. (2020:65), indikator harga adalah kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat

Kualitas Pelayanan

Ismainar (2015:130), Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Sudarso (2016:57), Kualitas pelayanan merupakan hasil perbandingan antara harapan konsumen dengan kinerja aktual pelayanan dan juga salah satu elemen terpenting yang menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk.

Tjiptono dan Chandra (2019:99), indikator kualitas pelayanan yaitu :

1. Reliabilitas, kemampuan melayani yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
2. Responsivitas, kesediaan karyawan membantu konsumen dan memberikan layanan dengan tanggap
3. Jaminan, mencakup hal seperti pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan dan bebas dari bahaya fisik, risiko atau keraguan.
4. Empati, kemudah dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para konsumen.
5. Bukti fisik, mencakup fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi dari perusahaan untuk konsumen.

Keputusan Pembelian

Bancin (2019:22), Keputusan Pembelian merupakan suatu tindakan akhir yang dilakukan konsumen sebagai bentuk jawab atas kebutuhan konsumen melalui serangkaian proses evaluasi beberapa alternatif yang ada. Hartini (2021:38), Keputusan Pembelian merupakan sebuah proses pengambilan keputusan yang diawali dengan pengenalan masalah kemudian mengevaluasinya dan memutuskan produk yang paling sesuai dengan kebutuhan. Firmansyah (2018:37), struktur keputusan membeli penting karena sesudah menentukan kebutuhan dan mempunyai keinginan akan produk tertentu, konsumen diharapkan untuk memunculkan keputusan untuk membeli. Ada delapan struktur keputusan membeli yang mempengaruhi konsumen adalah keputusan tentang jenis produk, karakteristik produk, merek,

penjualan, jumlah produk, waktu pembelian, cara pembayaran, dan pelayanan Firmansyah (2019:93), ada 5 indikator yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu:

1. Rangsangan Pemasaran (Marketing Stimulation)
2. Rangsangan Lain (Other Stimulation)
3. Karakteristik Pembeli (Buyer Characteristics)
4. Proses Keputusan Membeli (Buying Decision Process)
5. Keputusan Pembelian (Buyer Decision)

METODE

Penelitian dilakukan di PT. United Grand Express yang beralamat di jalan Jl. Kol. Yos Sudarso No.2, Tj. Mulia, Kec. Medan Deli, Kota Medan. Waktu penelitian dari bulan September 2022 sampai dengan April 2023. Populasi penelitian seluruh pelanggan yang melakukan pembelian selama periode 2021 sebanyak 218 pelanggan. Sumber data (sumber data primer (kuesioner) dan data sekunder (studi dokumentasi dan pustaka). Teknik pengambilan sampel adalah dengan menggunakan accidental sampling dimana pelanggan yang ditemui terlebih dahulu secara kebetulan akan dijadikan sebagai sampel. Teknik Analisis Data : uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi, klasik, (uji normalitas, uji multikolinieritas), pengujian hipotesis (register linier berganda, uji t, uji f, uji detriminasi).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Karakteristik Responden

		Jumlah	%
Jenis Kelamin	Laki-laki	98	70%
	Wanita	43	30%
	Total	141	100%
Frekuensi Memakai Jasa	1-3 Kali Sebulan	86	61%
	3-5 Kali Sebulan	37	26%
	>5 Kali Sebulan	18	13%
	Total	141	100%
Lama Berlangganan	<5 Tahun	119	84%
	>5 Tahun	22	16%
	Total	141	100%

Sumber: Data Diolah (2023)

Tabel 2. Uji Validitas Variabel Penetapan Harga (X1)

Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Ket
X _{1.1}	0.801	0.361	Valid
X _{1.2}	0.943	0.361	Valid
X _{1.3}	0.925	0.361	Valid

X _{1,4}	0.867	0.361	Valid
X _{1,5}	0.925	0.361	Valid
X _{1,6}	0.926	0.361	Valid

Sumber:DataDiolah(2023)

Berdasarkan tabel di atas, nilai r_{tabel} yang digunakan dapat diketahui dengan mencari nilai $df = n - 2$, yaitu $141 - 2 = 139$ sehingga diperoleh nilai $r_{tabel} 0,316$ maka seluruh pernyataan variable **PenetapanHarga (X1)** dinyatakan valid karena memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 3. Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan(X2)

Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Ket
X _{2,1}	0.853	0.361	Valid
X _{2,2}	0.834	0.361	Valid
X _{2,3}	0.828	0.361	Valid
X _{2,4}	0.922	0.361	Valid
X _{2,5}	0.786	0.361	Valid
X _{2,6}	0.659	0.361	Valid

Sumber:DataDiolah(2023)

Berdasarkan tabel di atas, nilai r_{tabel} yang digunakan dapat diketahui dengan mencari nilai $df = n - 2$, yaitu $141 - 2 = 139$ sehingga diperoleh nilai $r_{tabel} 0,316$ maka seluruh pernyataan variable **KualitasLayanan(X2)** dinyatakan valid karena memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 4. Uji Validitas Variabel Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa (Y)

Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Ket
Y _{1,1}	0.749	0.361	Valid
Y _{1,2}	0.582	0.361	Valid
Y _{1,3}	0.696	0.361	Valid
Y _{1,4}	0.636	0.361	Valid
Y _{1,5}	0.635	0.361	Valid
Y _{1,6}	0.584	0.361	Valid

Sumber:DataDiolah(2023)

Berdasarkan tabel di atas, nilai r_{tabel} yang digunakan dapat diketahui dengan mencari nilai $df = n - 2$, yaitu $141 - 2 = 139$ sehingga diperoleh nilai $r_{tabel} 0,316$ maka seluruh pernyataan variable **Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa (Y)** dinyatakan valid karena memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 5. Uji Realibitas

Variabel	Cronbach Alpha	Batas Kritis	Ket
Penetapan Harga (X1)	0,950	0.60	Reliabel
KualitasLayanan (X2)	0,896		Reliabel
Keputusan Konsumen (Y)	0,722		Reliabel

Sumber:DataDiolah(2023)

Nilai Cronbach Alpha pada tabel di atas adalah Penetapan Harga (0,950), Kualitas Layanan (0,896), Keputusan Menggunakan Jasa (0,722) > 0,6 dapat dikatakan data telah reliabel.

Tabel 6. Uji Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Unstd Coeff			Std Coeff	T	Sig.	Coll Statistics		
Model	B	Std. Error	Beta			Tol	VIF	
1	(Constant)	12.000	1.985		6.046	.000		
	Penetapan Harga	-.161	.055	-.191	-2.936	.004	.899	1.113
	Kualitas Layanan	.625	.068	.602	9.230	.000	.899	1.113

Dependent Variabel : Keputusan Menggunakan Jasa

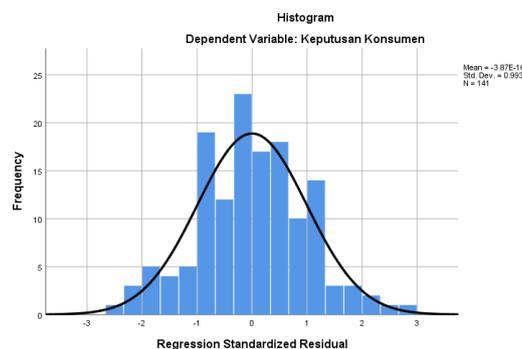
Sumber: Data Diolah (2023)

Pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu:

$$Y = 12,000 - 0,161 X_1 + 0,625 X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan di atas maka dapat diuraikan penjelasan sebagai berikut :

1. Konstanta (α) = 12,000 menunjukkan nilai konstanta
2. Koefisien X_1 (b_1) = 0,161 menunjukkan bahwa variabel Penetapan Harga (X_1) berpengaruh negatif terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa sebesar 0,161.
3. Koefisien X_2 (b_2) = 0,625 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X_2) berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa sebesar 0,625.
4. Pada Tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai korelasi untuk variabel Penetapan Harga dan Kualitas Layanan mempunyai nilai *tolerance* (0,899) > 0,10 dan nilai VIF (1,113) < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Penetapan Harga dan Kualitas Layanan tidak terdapat adanya gejala multikolinieritas.



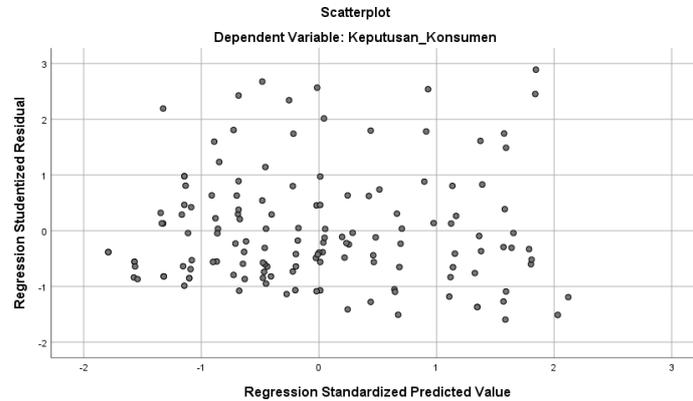
Gambar 1. Grafik Histogram

Sumber: Data Diolah (2023)

Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadiketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnyadimana model yang regresiyang baik adalah tidak terjadiheteroskedastisitas.



Gambar 2. Grafik Scatterplot

Sumber: DataDiolah(2023)

Pada Gambar diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik grafik *Scatterplot* menyebar secara acak (*random*) serta tersebar di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk suatu pola tertentu. Hal ini dapat disimpulkanbahwatidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1396.672	2	698.336	61.773	.000 ^b
	Residual	1560.066	138	11.305		
	Total	2956.738	140			

- a. Dependent Variable: Keputusan Pelanggan
- b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Penetapan Harga

Sumber: DataDiolah(2023)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai Fhitung(61,773) > Ftabel(3,06) dengan signifikansi 0,00 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara penetapan harga dan kualitas layanan secara simultan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa pada PT. United Grand Express cabang Medan.

Koefisien Determinasi**Model Summary^b**

Model	R	RSquare	AdjustedRSquare	Std. Error of the Estimate
1	.687 ^a	.472	.465	3.362

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Penetapan Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

Sumber: Data Diolah (2023)

Berdasarkan tabel hasil pengujian koefisien determinan di atas, dapat dilihat Nilai RSquare (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,465 artinya variabel Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa dapat dijelaskan oleh variabel Penetapan Harga dan Kualitas Layanan sebesar 46,5% sedangkan sisanya 53,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti loyalitas, kepuasan pelanggan, kepercayaan, komunikasi dan berbagai variabel lainnya.

PEMBAHASAN**Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa nilai thitung (2,936) > ttabel (1,977) dengan tingkat signifikansi $0,004 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh negatif yang signifikan secara parsial antara Penetapan Harga terhadap Keputusan Menggunakan Jasa pada PT. United Grand Express cabang Medan. Koefisien $X_1(b_1) = 0,161$ menunjukkan bahwa variabel Penetapan Harga (X_1) berpengaruh negatif terhadap Keputusan Menggunakan Jasa sebesar 0,161. Artinya setiap peningkatan Penetapan Harga (X_1) sebesar 1 satuan, maka Keputusan Menggunakan Jasa akan menurun sebesar 16,1%. Penetapan harga pada jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dirasakan lebih tinggi dari pada perusahaan lainnya. Hal tersebut membuat konsumen sedikit merasa kerugian karena jika konsumen beralih kepada perusahaan lain, konsumen juga dapat menghemat biaya yang harus mereka keluarkan untuk memperoleh jasa. Terlebih lagi, harga yang ditetapkan untuk jasa yang ditawarkan juga dirasa kurang sesuai dengan daya beli konsumen yang membutuhkannya sehingga banyak konsumen mencari perusahaan yang dapat memberikan harga lebih murah.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa variabel nilai thitung (9,230) > ttabel (1,977) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Kualitas Layanan terhadap Keputusan Menggunakan Jasa pada PT. United Grand Express cabang Medan. Koefisien $X_2(b_2) = 0,625$ menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X_2) berpengaruh positif terhadap Keputusan Menggunakan Jasa sebesar

0,625. Artinya setiap peningkatan Kualitas Layanan (X2) sebesar 1 satuan, maka Keputusan Menggunakan Jasa akan meningkat sebesar 62,5%. Kualitas pelayanan dari karyawan perusahaan kurang baik sehingga membuat konsumen menjadi kurang puas. Konsumen juga menilai bahwa karyawan kurang dapat diandalkan dalam memberikan pelayanan yang baik. Selain itu, fasilitas yang ditawarkan oleh perusahaan juga masih kurang dan daya tanggap karyawan dalam memberikan respon kepada konsumen juga masih lambat sehingga konsumen menilai bahwa karyawan menjadi acuh tidak acuh pada dirinya karena konsumen belum tentu jadi melakukan pembelian.

Pengaruh Penetapan Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji-F, diketahui bahwa nilai $F_{hitung} (61,773) > F_{tabel}(3,06)$ dengan signifikansi $0,00 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Penetapan Harga dan Kualitas Layanan secara simultan terhadap Keputusan Menggunakan Jasa pada PT. United Grand Express cabang Medan. Nilai R Square (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,465 artinya variabel Keputusan Menggunakan Jasa dapat dijelaskan oleh variabel Penetapan Harga dan Kualitas Layanan sebesar 46,5% sedangkan sisanya 53,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti loyalitas, kepuasan pelanggan, kepercayaan, komunikasi dan berbagai variabel lainnya.

Keputusan konsumen menggunakan jasa perusahaan semakin tahun semakin mengalami penurunan berhubung banyaknya jasa pengiriman yang beroperasi di kota Medan yang membuat tingkat persaingan semakin lama semakin tinggi. Hal tersebut pada akhirnya membuat konsumen memiliki banyak alternatif tempat untuk menggunakan jasa sejenis dan juga perilaku konsumen yang sering membandingkan jasa perusahaan dengan perusahaan lain. Penurunan konsumen menggunakan jasa perusahaan akibat adanya pengaruh dari penetapan harga dari perusahaan dan kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan dimana dalam hal ini, perusahaan menetapkan harga yang lebih tinggi daripada perusahaan lainnya sehingga menyebabkan harga dari perusahaan lebih mahal dan membuat konsumen menjadi mencoba menggunakan jasa dari perusahaan lainnya. Selain itu, kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan masih dinilai kurang baik sehingga membuat konsumen sering merasa kecewa dengan layanan tersebut dan pada akhirnya beralih ke perusahaan lainnya.

KESIMPULAN

Variabel Penetapan Harga (X1) nilai $t_{hitung}(2,936) > t_{tabel} (1,977)$ dengan tingkat signifikansi $0,004 < 0,05$ sehingga terdapat pengaruh negatif yang signifikan secara parsial antara Penetapan Harga terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa pada PT. United Grand Express cabang Medan. Variabel Kualitas Layanan (X2) nilai $t_{hitung}(9,230)$

>ttabel(1,977) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Kualitas Layanan terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa pada PT. United Grand Express cabang Medan. Nilai Fhitung (61,773) > Ftabel (3,06) dengan signifikansi $0,00 < 0,05$ sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara Penetapan Harga dan Kualitas Layanan secara simultan terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa pada PT. United Grand Express cabang Medan.

DAFTAR REFERENSI

- Banchin, J.B. (2021). Citra Merek dan Word of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina). Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Darmis. (2021). Hal-Hal Yang Mempengaruhi Harga Kamar. Solo: Yayasan Lembaga Gumun.
- Dharmawati, M. (2016). Kewirausahaan. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada Depok.
- Firmansyah, Anang. (2018). Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). Penerbit Deepublish Publisher, Yogyakarta.
- Firmansyah, Anang. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). Penerbit Deepublish Publisher, Yogyakarta.
- Gunawan, Ce. (2020). Mahir Menguasai SPSS (Mudah Mengolah Data Dengan IBM SPSS Statistic 25). Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Ismainar, H. (2015). Keselamatan Pasien di Rumah Sakit. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Penerbit Thema Publishing, Yogyakarta.