

Pengaruh Kualitas Pekerjaan, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Jasa Perbaikan Kapal Pada Perusahaan Galangan Pt. Karya Delka Maritim

Jeny Cornelia Simbolon¹, Yahya Tanjung²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Potensi Utama Medan

ARTICLE INFO

Article history:

Received Oct 01, 2026

Revised Oct 14, 2026

Accepted Oct 22, 2026

Keywords:

Decision to Use Services;
Price;
Service Quality;
Ship Repair Services;
Work Quality.

ABSTRAK

This study aims to analyze the effect of Work Quality, Price, and Service Quality on the Decision to Use Ship Repair Services at PT. Karya Delka Maritim, both partially and simultaneously. This research employed a quantitative approach using multiple linear regression analysis. Hypothesis testing was conducted using the t-test, F-test, and coefficient of determination (R^2). The results showed that Work Quality had a positive and significant effect on the Decision to Use Services, with a t-value of 5.494 > t-table value of 2.018 and a significance value of $0.000 < 0.05$. Price also had a positive and significant effect on the Decision to Use Services, with a t-value of 7.652 > t-table value of 2.018 and a significance value of $0.000 < 0.05$. Furthermore, Service Quality had a positive and significant effect on the Decision to Use Services, with a t-value of 5.730 > t-table value of 2.018 and a significance value of $0.000 < 0.05$. Simultaneously, Work Quality, Price, and Service Quality had a positive and significant effect on the Decision to Use Services, as indicated by an F-value of 81.687 > F-table value of 2.83 and a significance value of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination (R^2) of 0.854 indicates that the three independent variables explain 85.4% of the variation in the Decision to Use Services, while the remaining 14.6% is explained by other factors outside the scope of this study. Therefore, improving work quality, setting appropriate prices, and enhancing service quality simultaneously are important factors in increasing customers' decisions to use ship repair services at PT. Karya Delka Maritim.



Corresponding Author:

Jeny Cornelia Simbolon

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Potensi Utama Medan

JL. KL. Yos Sudarso Km. 6,5 No. 3-A, Tanjung Mulia, Sumatera Utara 20241. Indonesia

Email: jencycornelia9@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Keputusan penggunaan jasa merupakan bagian dari perilaku konsumen dalam menentukan pilihan terhadap suatu layanan yang dianggap mampu memenuhi kebutuhan dan harapannya. Menurut Kotler dan Keller (2022), keputusan pembelian jasa adalah proses yang dilalui konsumen dalam mengenali kebutuhan, mencari informasi, mengevaluasi berbagai alternatif, hingga akhirnya memutuskan untuk menggunakan suatu jasa tertentu. Dalam konteks jasa perbaikan kapal, keputusan tersebut dilakukan oleh pemilik kapal atau perusahaan pelayaran dengan mempertimbangkan berbagai faktor seperti kualitas pelayanan, keahlian teknis, fasilitas perbaikan, biaya, serta ketepatan waktu penyelesaian pekerjaan.

Sementara itu, menurut Tjiptono (2022) keputusan penggunaan jasa merupakan tindakan konsumen dalam memilih dan menggunakan layanan tertentu setelah melalui proses pertimbangan

yang melibatkan persepsi terhadap kualitas layanan, kepercayaan, serta pengalaman sebelumnya. Dalam bidang jasa perbaikan kapal, keputusan ini menjadi sangat penting karena berkaitan langsung dengan keselamatan operasional kapal dan efisiensi kegiatan pelayaran. Oleh karena itu, pemilik kapal akan cenderung memilih perusahaan jasa perbaikan kapal yang memiliki reputasi baik, kualitas layanan yang tinggi, serta mampu memberikan jaminan terhadap hasil perbaikan yang dilakukan.

Berdasarkan penelitian ini pendapatan jasa perbaikan kapal, dapat diketahui bahwa pada tahun 2023 perusahaan memperoleh total pendapatan sebesar Rp3.000.000.000. Pada awal tahun, yaitu bulan Januari dan Februari, jumlah kapal yang melakukan perbaikan sebanyak 3 kapal dengan total pendapatan Rp450.000.000 setiap bulan. Selanjutnya pada bulan Maret hingga Juli jumlah kapal yang diperbaiki sebanyak 2 kapal dengan total pendapatan Rp300.000.000 per bulan. Memasuki bulan Agustus hingga November jumlah kapal yang melakukan perbaikan menurun menjadi 1 kapal dengan total pendapatan Rp150.000.000 setiap bulan, sedangkan pada bulan Desember tidak terdapat kapal yang melakukan perbaikan sehingga tidak ada pendapatan yang diperoleh. Pada tahun 2024 terlihat adanya penurunan pendapatan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Total pendapatan yang diperoleh perusahaan pada tahun 2024 adalah sebesar Rp2.400.000.000. Pada bulan Januari hingga Mei jumlah kapal yang melakukan perbaikan masih sebanyak 2 kapal dengan total pendapatan Rp300.000.000 setiap bulan. Namun mulai bulan Juni hingga November jumlah kapal yang melakukan perbaikan menurun menjadi 1 kapal dengan total pendapatan Rp150.000.000 per bulan. Sama seperti tahun sebelumnya, pada bulan Desember tidak terdapat kapal yang melakukan perbaikan. Sementara itu, pada tahun 2025 penurunan pendapatan terlihat semakin signifikan. Total pendapatan perusahaan pada tahun tersebut hanya sebesar Rp1.500.000.000. Pada bulan Januari jumlah kapal yang diperbaiki sebanyak 2 kapal dengan total pendapatan Rp300.000.000, sedangkan pada bulan Februari hingga September hanya terdapat 1 kapal yang melakukan perbaikan dengan pendapatan Rp150.000.000 setiap bulan. Bahkan pada bulan Oktober hingga Desember tidak terdapat kapal yang melakukan perbaikan sama sekali. Hal ini menunjukkan adanya penurunan jumlah kapal yang menggunakan jasa perbaikan sehingga berdampak pada menurunnya pendapatan perusahaan dari tahun ke tahun.

Kualitas pekerjaan merupakan ukuran seberapa baik suatu pekerjaan atau layanan dilakukan sesuai dengan standar, spesifikasi, dan harapan pelanggan. Menurut Tjiptono (2022), kualitas pekerjaan adalah kemampuan suatu produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan ekspektasi konsumen secara konsisten, baik dari segi teknis, estetika, maupun fungsionalitas. Dalam konteks jasa perbaikan kapal, kualitas pekerjaan mencakup ketepatan pengerjaan, keandalan perbaikan, kerapian hasil kerja, serta kesesuaian dengan prosedur keselamatan dan standar perawatan kapal yang berlaku.

Harga merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih suatu produk atau jasa. Menurut Kotler dan Keller (2022), harga adalah jumlah uang yang dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau nilai dari produk atau jasa yang ditawarkan, sehingga harga yang wajar dan sesuai dengan persepsi nilai akan mendorong keputusan pembelian. Sementara itu, Tjiptono (2022) menyatakan bahwa harga tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk memperoleh keuntungan bagi perusahaan, tetapi juga sebagai indikator kualitas dan daya saing suatu jasa di mata konsumen. Dalam konteks jasa perbaikan kapal, harga menjadi pertimbangan penting bagi pemilik kapal karena memengaruhi biaya operasional dan pemeliharaan armada. Penentuan harga yang kompetitif dan seimbang dengan kualitas layanan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan memengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan kembali jasa perbaikan kapal pada perusahaan tertentu, termasuk PT. Karya Delka Maritim.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pelanggan dalam menggunakan jasa, termasuk pada jasa perbaikan kapal yang menuntut ketepatan, keandalan, dan profesionalisme tinggi. Dalam industri maritim, pengguna jasa tidak hanya mempertimbangkan hasil akhir perbaikan, tetapi juga proses pelayanan seperti kecepatan pengerjaan, ketepatan waktu, komunikasi, serta kemampuan teknis tenaga kerja. Pelayanan yang berkualitas akan menimbulkan rasa percaya dan kepuasan, sehingga mendorong pelanggan untuk mengambil keputusan menggunakan jasa tersebut, bahkan berpotensi menjadi pelanggan tetap.

Sebaliknya, apabila kualitas pelayanan yang diberikan rendah, seperti keterlambatan pengerjaan, kurangnya responsivitas, atau hasil yang tidak sesuai harapan, maka hal tersebut dapat menurunkan minat pelanggan dalam menggunakan jasa kembali. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan oleh penyedia jasa perbaikan kapal agar dapat meningkatkan keputusan penggunaan jasa serta memenangkan persaingan di pasar.

2. METODE

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik guna menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan Sugiyono (2021).

Populasi

Populasi yang akan digunakan sebagai penelitian adalah pelanggan PT. Karya Delka Maritim sebanyak 46 perusahaan yang melakukan perbaikan kapal.

Sampel

Menurut Sugiyono (2022:71) "sampel adalah bagian dari populasi dan biasa mewakili keseluruhan populasi." Teknik pengambilan sampel jenuh adalah metode penentuan sampel di mana seluruh anggota populasi digunakan sebagai sampel penelitian tanpa pengecualian Adapun sampel perusahaan yang melakukan perbaikan kapal di PT. Karya Delka Maritim sebanyak 46 perusahaan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Tabel 1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		46
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	3,18726328
Most Extreme Differences	Absolute	0,082
	Positive	0,053
	Negative	-0,082
Test Statistic		0,082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan hasil pada tabel di atas menunjukkan bahwa hasil data ujिनormalitas tersebut terdistribusi secara normal, karena pada tabel di atas menunjukkan nilai signifikan 0,200 yang artinya lebih besar dari 0,05 sehingga model terdistribusi secara normal.

b) Uji Multikolineritas

Tabel 2. Uji Multikolineritas

Coefficients ^a										
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-14,300	2,820		-5,072	0,000					
Kualitas Pekerjaan	0,387	0,070	0,357	5,494	0,000	0,639	0,647	0,324	0,827	1,209
Harga	0,550	0,072	0,518	7,652	0,000	0,787	0,763	0,452	0,760	1,316
Kualitas Pelayanan	0,355	0,062	0,360	5,730	0,000	0,605	0,662	0,338	0,881	1,135

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Jasa

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan hasil tabel di atas dapat diketahui bahwa semua nilai varince inflation factor (VIF) variabel bebas di bawah 10,00 dan nilai tolerance diatas 0,10 maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa model regresi tidak terjadi multikolineritas.

c) Uji Heterokedastisitas

Tabel 3. Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	1,308	1,634		0,801	0,428
	Kualitas Pekerjaan	-0,029	0,041	-0,115	-0,704	0,485
	Harga	0,068	0,042	0,280	1,640	0,108
	Kualitas Pelayanan	0,008	0,036	0,034	0,214	0,832

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa data tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas karena pada tabel menunjukkan semua nilai sig > 0,05 artinya tidak terdapat heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a											
		Unstandardize d Coefficients		Standardize d Coefficients		Correlations				Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Zero - order	Partia l	Part	Toleranc e	VIF
1	(Constant)	-14,300	2,820		-5,072	0,000					
	Kualitas Pekerjaan	0,387	0,070	0,357	5,494	0,000	0,639	0,647	0,324	0,827	1,209
	Harga	0,550	0,072	0,518	7,652	0,000	0,787	0,763	0,452	0,760	1,316
	Kualitas Pelayanan	0,355	0,062	0,360	5,730	0,000	0,605	0,662	0,338	0,881	1,135

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Jasa

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji regresi pada tabel 5 diatas dapat dibuat sebuah persamaan sebagai berikut:

$$Y = -14,300 + 0,387X_1 + 0,550X_2 + 0,355X_3$$

Keterangan:

Selanjutnya, nilai signifikansi ketiga variabel, yaitu $0,000 < 0,05$, menunjukkan bahwa Kualitas Pekerjaan, Harga, dan Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa. Dari ketiga variabel tersebut, Harga memiliki pengaruh paling dominan, karena memiliki nilai koefisien Beta terbesar yaitu 0,518, dibandingkan Kualitas Pelayanan sebesar 0,360 dan Kualitas Pekerjaan sebesar 0,357.

3. Uji Hipotesis

a) Uji Parsial (Uji t)

Tabel 5. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a										
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Correlations					Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-14,300	2,820		-5,072	0,000					
Kualitas Pekerjaan	0,387	0,070	0,357	5,494	0,000	0,639	0,647	0,324	0,827	1,209
Harga	0,550	0,072	0,518	7,652	0,000	0,787	0,763	0,452	0,760	1,316
Kualitas Pelayanan	0,355	0,062	0,360	5,730	0,000	0,605	0,662	0,338	0,881	1,135

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Jasa

Sumber: Data Diolah (2026)

1. Pengaruh Kualitas Kerja terhadap Keputusan Penggunaan Jasa
Berdasarkan hasil uji parsial, variabel Kualitas Pekerjaan memperoleh nilai t hitung sebesar 5,494 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai t hitung $5,494 > t$ tabel 2,018 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pekerjaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Penggunaan Jasa. Artinya, semakin baik kualitas pekerjaan yang diberikan, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk menggunakan jasa.
2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Penggunaan Jasa
Berdasarkan hasil uji parsial, variabel Harga memperoleh nilai t hitung sebesar 7,652 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai t hitung $7,652 > t$ tabel 2,018 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Penggunaan Jasa. Artinya, semakin sesuai harga yang ditawarkan dengan manfaat dan kualitas jasa yang diterima, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk menggunakan jasa.
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa
Berdasarkan hasil uji parsial, variabel Kualitas Pelayanan memperoleh nilai t hitung sebesar 5,730 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai t hitung $5,730 > t$ tabel 2,018 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Penggunaan Jasa. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk menggunakan jasa.

b) Uji Simultan (Uji F)

Tabel 6. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2667,317	3	889,106	81,687	.000 ^b
Residual	457,139	42	10,884		
Total	3124,457	45			

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Jasa

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Pekerjaan, Harga.

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) pada tabel ANOVA, diperoleh nilai F hitung sebesar 81,687 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Diketahui nilai F tabel sebesar 2,83, sehingga dapat dibandingkan bahwa F hitung $81,687 > F$ tabel 2,83 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel Kualitas Pekerjaan, Harga, dan Kualitas Pelayanan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ketiga variabel independen secara bersama-sama memiliki peranan dalam meningkatkan Keputusan Penggunaan Jasa, sehingga model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk menjelaskan pengaruh Kualitas Pekerjaan, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa.

c) Koefisien Determinasi (R Square)

Tabel 7. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.924 ^a	0,854	0,843	3,299	1,879

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Pekerjaan, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Jasa

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel Model Summary, diketahui nilai R Square sebesar 0,854. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pekerjaan, Harga, dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama mampu menjelaskan atau memberikan kontribusi terhadap variabel Keputusan Penggunaan Jasa sebesar 85,4%. Sedangkan sisanya sebesar 14,6% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini yang tidak diteliti. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,843 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen dan ukuran sampel, kemampuan model dalam menjelaskan Keputusan Penggunaan Jasa adalah sebesar 84,3%. Sementara itu, nilai R sebesar 0,924 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara Kualitas Pekerjaan, Harga, dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap Keputusan Penggunaan Jasa. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang sangat baik dalam menjelaskan variasi Keputusan Penggunaan Jasa.

4. KESIMPULAN

Kualitas Pekerjaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbaikan Kapal Pada PT. Karya Delka Maritim. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar $5,494 > t$ tabel sebesar 2,018, serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbaikan Kapal Pada PT. Karya Delka Maritim. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar $7,652 > t$ tabel sebesar 2,018 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbaikan Kapal Pada PT. Karya Delka Maritim. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar $5,730 > t$ tabel sebesar 2,018 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Kualitas Pekerjaan, Harga, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbaikan Kapal Pada PT. Karya Delka Maritim. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar $81,687 > F$ tabel sebesar 2,83 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,854 menunjukkan bahwa Kualitas Pekerjaan, Harga, dan Kualitas Pelayanan mampu menjelaskan sebesar 85,4% variasi Keputusan Penggunaan Jasa, sedangkan sisanya sebesar 14,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti. Dengan demikian, peningkatan kualitas pekerjaan, penetapan harga yang sesuai, serta peningkatan kualitas pelayanan secara bersama-sama menjadi faktor penting dalam meningkatkan keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa perbaikan kapal.

DAFTAR PUSTAKA

- Arman Hakim Nasution. 2022. Manajemen Pemasaran Untuk Engineering
Ibnu Ismail. (November 2022). Accurate. Diambil kembali dari Marketing & Manajemen: <https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertiandokumentasi/>
- Danang Sunyoto, (2022). Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Fandy Tjiptono., (2022). Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan. Edisi 1., Yogyakarta: CV. Andi
- Ghozali, I. (2022). Aplikasi Analisis Multivariate (10th Ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gronroos, Christian. 2023. Service Management and Marketing: Customer Management in Service. Third Edition, John Wiley & Sons
- Hendrayani, E., & Siwiyaniti, L. (2021). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Samudra Biru.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (15th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education
- Peter, J. Paul and Donnelly, H. James. 2021. *Marketing Management*. Fourteenth Edition. McGraw-Hill International Edition.
- Priangani, A. (2023). Memperkuat manajemen pemasaran dalam konteks persaingan global. *Jurnal kebangsaan*, 2(4), 1-9.
- SastroAtmodjo, S. (2021). *Manajemen Pemasaran (Marketing)* (R. R. Rerung (ed.)). Media Sains Indonesia.
- Setiadi, Nugroho J. 2022. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&B* (Ed. 2 ; Ce). Alfabeta
- Tanjung, Y. T. Gandhioda, (2024). Pengaruh *Celebrity Endorsement*, dan *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Management, Accounting Islamic Banking and Islamic Economic Journal* Vol. 2 No. 1 Halaman 16-27 Tahun 2024