



Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Display Produk terhadap Keputusan Pembelian Jam Tangan dan Tas di Store Urban Icon Mall AEON BSD Tangerang

Erik Kurniawan¹, Wahyu Nurul Faroh², Horas Djulius³

Program Manajemen¹, Universitas Pamulang², Universitas Pasundan³

Erik.kurniawan.ek86@gmail.com, dosen01061@unpam.ac.id, horasdjulius@unpas.ac.id

Dikirim 7 Februari 2025 | Direvisi 15 Maret 2025 | Diterima 30 Mei 2025

*Korespondensi Penulis

Abstrak

The purpose of this study was to determine the effect of quality of Service and Product Display on the purchase decision of watches and bags in the store Urban Icon Mall AEON BSD Tangerang partially and simultaneously. The research method used is a quantitative method with an associative approach. Sampling technique using slovin formula with margin of error 10%. The number of samples obtained amounted to 100 people and data collection was carried out using questionnaires with reference to the likert scale. Data analysis techniques using data instrument test, classical assumption test, quantitative test and hypothesis test with SPSS 29. Partial hypothesis test of service quality is obtained by the value of T table (t table 15.763 t table 1.660) or the value of GIS (<0.001 t table 0.05) then H₀ is rejected and H₁ is accepted, which means that the service quality variables partially significant effect on purchasing decisions. Partial hypothesis test of product display obtained by the value of Ttable (ttabel 14.596 ttabel 1.660 ttabel) or the value of GIS (<0.001 ttable 0.05) then H₀ rejected and H₂ accepted, which means that the product display variables partially significant effect on purchasing decisions. Quality of Service (X₁) and product display (X₂) simultaneously have a positive and significant effect on the purchase decision (Y) as evidenced by the results of the multiple linear regression equation $Y = 0.034 + 0.420 (X_1) + 0.559 (X_2) + ie$ and the value of $F_{calculate} \geq F_{table}$ (167.686 \geq 3.090) with significance value < 0.05 (<0.001 < 0.05), then H₀ is rejected and accepted H₃, the value of the coefficient of determination (R Square) of 0.776 while the remainder of (100% - 77,6% = 22,4%) influenced by other factors.

Keywords: Service Quality; Product Display; Purchase Decision

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Display Produk Terhadap Keputusan Pembelian jam tangan dan tas di store Urban Icon Mall AEON BSD Tangerang secara parsial dan simultan. Metode penelitian yang digunakan ialah metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Teknik sampling menggunakan rumus slovin dengan margin error 10%. Jumlah sampel yang diperoleh berjumlah 100 orang dan pengumpulan data dilakukan menggunakan kuisioner dengan mengacu pada skala likert. Teknik analisis data menggunakan uji instrumen data, uji asumsi klasik, uji kuantitatif dan uji hipotesis dengan SPSS 29. Uji hipotesis parsial kualitas pelayanan diperoleh nilai $T_{hitung} \geq T_{tabel}$ (t_{hitung} 15,763 \geq t_{tabel} 1,660) atau nilai Sig (<0,001 \leq 0,05) maka H₀ ditolak dan H₁ diterima, yang artinya variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Uji hipotesis parsial display produk diperoleh nilai $T_{hitung} \geq T_{tabel}$ (t_{hitung} 14,596 \geq t_{tabel} 1,660) atau nilai Sig (<0,001 \leq 0,05) maka H₀ ditolak dan H₂ diterima, yang artinya variabel display produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas Pelayanan (X₁) dan display produk (X₂) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

keputusan pembelian (Y) yang dibuktikan dari hasil persamaan regresi linier berganda $Y = 0.034 + 0.420(X1) + 0.559(X2) + ie$ dan nilai $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ ($167,686 \geq 3,090$) dengan nilai signifikansi $< 0,05$ ($< .001^b < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,776 sedangkan sisanya sebesar (100% - 77,6% = 22,4%) dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Display Produk, dan Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Di Era globalisasi seperti sekarang ini, tidak menutup kemungkinan bahwa banyaknya produk impor yang masuk ke Indonesia, sehingga konsumen memiliki banyak pilihan produk dalam memutuskan untuk membeli suatu barang, baik itu produk impor ataupun produk dalam negeri. Di Indonesia perkembangan fashion telah berpengaruh kepada masyarakat luas, khususnya para konsumen jam tangan dan tas. Hal ini terlihat dari bagaimana cara sehari-hari mengikuti trend mode secara up to date lihat dari sosial media baik meniru style selegram hingga kalangan artis. Salah satu produk fashion yang dimaksud tidak terkecuali adalah produk jam tangan dan tas. Proses pengambilan keputusan pembelian melewati seleksi, maka Kualitas Pelayanan dan Display Produk juga mengambil peran dalam proses mempengaruhi keputusan pembelian. Tidak sedikit hasil penelitian yang menjelaskan adanya pengaruh secara signifikan Kualitas Pelayanan dan Display Produk terhadap keputusan pembelian. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Pelayanan adalah sebagai suatu usaha untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang lain. Menurut (Tjiptono dalam Meithiana Indrasari, 2019:61) kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.

Menurut Kotler dan Keller (2019) Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan suatu layanan yang diterima oleh pelanggan, yang diukur berdasarkan dimensi-dimensi seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan wujud. Dari para ahli diatas penulis menyimpulkan Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan. Tujuannya adalah untuk memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan juga merupakan tingkat keunggulan suatu layanan yang dirasakan pelanggan, diukur berdasarkan dimensi-dimensi seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan wujud. pelayanan yang baik akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dan hasil yang akan didapatkan oleh sebuah perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik merupakan suatu yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan konsumen terutama dalam hal bukti langsung, keandalan, ketanggapan, jaminan, empati. Dalam penelitian penulis menggunakan variable kualitas pelayanan dan indicator Menurut Lupiyoadi dan Hamdani dalam Menthiana Indrasari, 2019:63 Kualitas pelayanan mempunyai lima indikator yaitu : Keandalan (Reliability), b) Daya tanggap (Responsiveness), c) Jaminan (Assurance), d) Empati (Empathy), e) Bukti Fisik (Tangibles).

Kualitas Pelayanan Urban Icon AEON Mall BSD Kondisi kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Urban Icon, masih terdapat beberapa masalah seperti yang ditampilkan pada tabel di atas, memperlihatkan bahwa masih banyaknya konsumen yang tidak mendapatkan penanganan yang tepat. Tidak ada kesediaan kotak saran dimana konsumen tidak dapat menyampaikan keluhannya dan memberikan kesan positif, pelayanan kasir dan pelayanan sehingga konsumen harus menunggu antrian, dan tidak ada kursi untuk menunggu, Berdasarkan data prasurvei yang di lakukan terdapat point – point yang menyatakan “Tidak” (ketidakpuasan konsumen) 68% masih tinggi dari pada “Iya” 38% (kepuasan konsumen). Hal demikaina berpengaruh pada keputusan konsumen store Urabn Icon AEON Mall BSD.

Display merupakan salah satu aspek penting untuk menarik konsumen pada toko dan barang dan dapat

mendorong keinginan konsumen yang pada saat datang ke toko untuk membeli suatu produk melalui daya tarik penglihatan langsung pada suatu produk. Toko harus melakukan menciptakan daya tarik penataan ruang dan penyusunan produk sehingga konsumen atau pelanggan merasakan betah dan nyaman dalam berbelanja, pelaksanaan display (penataan) yang efektif akan meningkatkan penjualan dan dapat merangsang keputusan pembelian konsumen secara seketika display dapat merubah suasana toko lebih menarik. Menurut Kotler dan Keller (2019) Display produk adalah cara menata dan memajang produk di toko untuk menarik perhatian pembeli dan meningkatkan penjualan. Display produk yang efektif dapat membantu meningkatkan brand awareness, memperkuat citra perusahaan, dan mendorong impulse buying. Penataan barang yang menjadi objek dalam kegiatan bisnis dengan baik dan menarik serta unik adalah sangat penting untuk tujuan agar konsumen menjadi tertarik setelah memperhatikan menjadi target utama dalam mendesain display produk sebagaimana disampaikan (M et al., 2021). Dari kedua para ahli diatas penulis menyimpulkan teknik penataan barang di toko yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan citra merek melalui daya tarik visual dan penataan yang unik untuk menarik minat konsumen. Dalam penelitian ini penulis meneliti berdasarkan Indikator Display Produk Menurut Kotler (2019) : a) visibilitas produk, b) kemudahan aksesibilitas produk, c) kesesuaian display dengan target pasar, d) kejelasan dan kemudahan membaca informasi produk. e) keterampilan staf toko dalam display produk.

Untuk memudahkan dalam menganalisa permasalahan diatas maka perlu dirumuskan surat masalah yang akan diteliti, yaitu Bagaimanakah pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian produk Di Urban Icon Mall Aeron BSD Tangerang? ,Bagaimanakah pengaruh Display Produk terhadap keputusan pembelian produk Di Urban Icon Mall Aeron BSD Tangerang?, Bagaimanakah pengaruh Kualitas Pelayanan dan Display Produk terhadap keputusan pembelian produk pada Urban

METODE

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian dengan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2020: 16) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai 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, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian kuantitatif dapat dijabarkan sebagai metode penelitian yang bertujuan untuk memverifikasi suatu teori atau kebenaran, membangun fakta, menunjukkan deskripsi statistik, serta menganalisa hasilnya dengan prosedur yang sistematis dengan data berupa numerikal, angka, atau grafik. Dalam penelitian ini terdapat dua jenis Variabel yaitu Variabel bebas (Independen) dan Variabel terikat (Dependen), Variabel bebas adalah Kualitas pelayanan (X1), Display Produk (X2) sedangkan untuk Variabel terikat adalah Keputusan Pembelian (Y). berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, Lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengembangan Hipotesis : X1 Diduga Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian jam tangan dan tas di store Urban icon Mall AEON BSD Tangerang secara parsial .X2 Diduga Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Display produk dengan keputusan pembelian jam tangan dan tas di store Urban icon Mall AEON BSD Tangerang secara parsial., Y Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas Pelayanan dan Display Produk secara simultan terhadap keputusan pembelian jam tangan dan tas di store Urban icon Mall AEON BSD Tangerang secara simultan.

HASIL dan PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai persamaan regresi $Y = 3,900 + 0,875 X_1$, nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,854 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,729 atau 72,9% sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 72,9\% = 27,1\%)$ dipengaruhi oleh faktor lain.. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau $(15,763 > 1,660)$ Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai ρ value $<$ Sig.0,05 atau $(<0,001 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian di Urban Icon Mall Aeon BSD-Tangerang.

Dengan demikian hasil penelitian ini berhasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan dampak positif dan signifikan pada Urban Icon Aeon Mall BSD Tangerang. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Madureto Widowati dan Agus Budi Purwanto (2014) Vol. 9 No. 1 Juni 2014 : 65 – 80 yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Visual Merchandising Sebagai Variabel Moderating Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, Lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Display Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai persamaan regresi $Y = 0,399 + 0,976 X_2$, nilai koefisien korelasi sebesar 0,862 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,743 atau sebesar 74,3% sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 74,3\% = 25,7\%)$ dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau $(14,596 > 1,660)$. Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai ρ value $<$ Sig.0,05 atau $(<0,001 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara display produk terhadap keputusan pembelian di Urban Icon Mall Aeron BSD-Tangerang.

Dengan demikian hasil penelitian ini berhasil menunjukkan bahwa display produk memberikan dampak positif dan signifikan pada urban Icon Aeron Mall BSD-Tangerang. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Herfry Wika Kusuma Wardhana dan Ainur Rochmaniah, 2012 KANAL, Vol. 1, No. 1, September 2012, Hal. 1-101 yang berjudul Pengaruh Display Product Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT. Acer hardware Sidoarjo Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Variabel Display produk berpengaruh Terhadap Keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Display Produk (X2) Terhadap Keputusan pembelian (Y).

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan (X1) dan display produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan diperoleh persamaan regresi $Y = 0,034 + 0,420 (X_1) + 0,559 (X_2)$. Nilai koefisien korelasi atau tingkat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat diperoleh sebesar 0,881 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,800-1,000 artinya variabel kualitas pelayanan dan Display Produk memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat. dengan keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruhnya secara simultan sebesar 0,776 atau 77,6% sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 77,6\% = 22,4\%)$ dipengaruhi oleh faktor lain.. Uji hipotesis diperoleh nilai F hitung $\geq F$ tabel $(167,686 \geq 3,090)$ dengan nilai signifikansi $<$ 0,05 ($<0,001 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan H_a diterima dan H_0 ditolak yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan dan display produk secara simultan.

Dengan demikian hasil penelitian ini berhasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan Display produk memberikan dampak positif dan signifikan pada Urban Icon Aeron Mall BSD Tangerang. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Burdi Haryoko, Saharuddin Ita Jimf (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma) April 2019(3) yang berjudul Pengaruh Display dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di CV. Bernica citra prima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa display yang baik akan meningkatkan keputusan pembelian artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara display terhadap keputusan pembelian.

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

SIMPULAN

Berdasarkan data yang didapatkan dan pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($15,763 > 1,660$) Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai p value $<$ Sig.0,05 atau ($<0,001 < 0,05$). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian pada store Urban Icon Mall AEON BSD Tangerang. nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,729 . maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel keputusan Pembelian sebesar 72,9% sedangkan sisanya sebesar ($100\% - 72,9\% = 27,1\%$) dipengaruhi oleh faktor lain. Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($14,596 > 1,660$). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai p value $<$ Sig.0,05 atau ($<0,001 < 0,05$). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara display produk terhadap keputusan pembelian pada store Urban Icon Mall AEON BSD Tangerang. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,743. maka dapat disimpulkan bahwa variabel Display Produk berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian sebesar 74,3% sedangkan sisanya sebesar ($100\% - 74,3\% = 25,7\%$) dipengaruhi oleh faktor lain.

DAFTAR PUSAKA

- Abdiguna, S., & Faroh, W. N. (2023, Desember). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT MOB Tangerang. *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen*, 3(4), 779-792.
- Abubakar, Rusydi. (2018) Manajemen pemasaran. Bandung: Alfabeta.
- Afandi, N.M. (2018). Administrasi publik untuk pelayanan publik. Bandung: Alfabeta.
- Alma, B. (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- Ardane, N., Wijaya, N.S.W., Dewi, L.G.L.K. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas kualitas pelayanan pada scoot fast cruises di bali. *Jurnal IPTA*, 5(1), 1-13
- Cintya Aryati¹, Ikhbal Akhmad, Sulistyandari, Pengaruh Display Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Frozen Food Anita. *Jurnal : Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, Vol.2, No. 1, Maret 2023
- Faroji, R., & Rifuddin, B. (2021). Pengaruh Display Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Bina Agramulya Di Cimone. *Jurnal : Tadbir Peradaban*, 1(1), 42–47.
- Hefry Wika Kusuma Wardhana dan Ainur Rochmaniah, 2012, pengaruh display product terhadap keputusan pembelian konsumen pt. ace hardware sidoarjo. *Jurnal : KANAL*, Vol. 1, No. 1, September 2012, Hal. 1-101
- Jacklin, R. P. M., Mandey, S., & Tampenawas, J. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Matahari Departmen Store Mega Mall Manado. *EMBA*, 7(1), 431–440.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevine Lane. 2016. *Marketing Management 15th Edition*. United State of America: Pearson Education Limited.
- Lupiyoadi dan Hamdani dalam Menthiana Indrasari, Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen, *Jurnal : Lembaga kita* 2019:63
- M. Zainal Arifin dan Pikri Azhari (2017), Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Alfamart Kota Palangka Raya, *Jurnal : Al Qardh*, Volume V, Nomor 2, Desember 2017
- Madureto Widowati dan Agus Budi Purwanto (2014), Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Visual Merchandising Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal : Vol. 9 No. 1 Juni 2014 : 65 – 80*

- Minkhatul Wafiroh1, dalam Yuliati, Pengaruh Display Produk, Kualitas Informasi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Facebook Di Kota Semarang. Jurnal : Prosiding Seminar Nasional UNIMUS, Volume 4, 2021
- Putri, J. A., & Faroh, W. N. (2023, September). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Shopee (Studi Kasus Toko Online Bobby Bakery). Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen, 3(3), 637-650.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Manajemen. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Pengertian Hipotesis. In I. M. P., & I. Cahyaningrum, Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Deepublish.
- Suwarga Abdiguna, dalam Wahyu Nurul Faroh, Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT MOB Tangerang. Jurnal : Ilmiah Swara MaNajemen, Vol 3 (4) Desember 2023: 779-792
- Tri Adella Ananda , dalam Ela Hulasoh, Pengaruh Display dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Outlet Pakaian Collection di Mall Poin Square Lebak Bulus Jakarta Jurnal : Disrupsi Bisnis Vol. 5 No. 6 (2022):
- Ugeng Budi Haryoko, dalam Saharuddin Ita, pengaruh display dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di cv. Benvica citra prima. JIMF (JURNAL ILMIAH MANAJEMEN FORKAMMA) April 2019(3)