

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Author:

*Apri Susan Tampubolon¹
Arwin Arwin²

Affiliation:

^{1,2}Program Studi Pemasaran
Inernasional, Politeknik Cendana,
Medan, Indonesia,

Corresponding email

¹tampubolonapril65@gmail.com

²arwin.my@live.com

Histori Naskah:

Submit: 17-04-2025

Accepted: 01-05-2025

Published: 17-07-2025

Abstrak:

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Alfa Scorpii. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 80 orang konsumen, teknik pengambilan sampel menggunakan *sampling* jenuh dimana keseluruhan anggota populasi dipilih sebagai sampel penelitian. Analisis data menggunakan uji regresi berganda. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT. Alfa Scorpii, ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Alfa Scorpii, dan ada pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Alfa Scorpii.

Kata kunci: Produk, Pelayanan, Pembelian, Pengaruh, Kualitas .



This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Pendahuluan

Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif saat ini, perusahaan-perusahaan harus memperhatikan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dua faktor penting yang sering diteliti adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Produk yang berkualitas tinggi akan memberikan kepuasan yang lebih besar bagi konsumen. Konsumen cenderung memilih produk yang memiliki kualitas terbaik sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Oleh karena itu, pemberian informasi mengenai kualitas produk yang unggul kepada konsumen akan mendorong keputusan pembelian konsumen.

Di sisi lain, kualitas pelayanan juga memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Kualitas pelayanan yang baik, seperti respon yang cepat, kemudahan dalam proses pembelian, serta keramahan dan perhatian dari karyawan, akan menciptakan pengalaman positif bagi konsumen. Pengalaman positif ini akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian dan menjadi pelanggan yang loyal.

Penelitian-penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara terpisah maupun secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Namun, masih terdapat perbedaan hasil penelitian mengenai seberapa besar pengaruh masing-masing faktor tersebut.

Dibandingkan dengan cabang-cabang lainnya saat ini di Pt.alfa scorpil marelan terjadi penurunan penjualan yang signifikan dibanding beberapa bulan sebelumnya. Oleh karena itu, penelitian mengenai hubungan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian konsumen di pt alfa scorpil marelan perlu dilakukan. Dengan memahami pengaruh kedua faktor tersebut, perusahaan dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen di pt alfa scorpil marelan.

Menurut Indrasari Penelitian yang dilakukan oleh (Fathanul, 2022) keputusan pembelian merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih, dengan kata lain pilihan/alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Sebaliknya, jika konsumen tidak mempunyai alternatif untuk memilih dan benar-benar terpaksa melakukan pembelian, maka keadaan tersebut bukan merupakan suatu keputusan.

Menurut Buchari Alma penelitian yang dilakukan oleh (Ramadanti et al., 2024)mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people, process. Sehingga membentuk sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli.

Menurut Kotler dan Keller penelitian yang dilakukan oleh (Azizah, 2021) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk bisa membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan dan akan mempengaruhi pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut.

Wijaya penelitian yang dilakukan oleh (Rupantra, 2021) kualitas produk merupakan “keseluruhan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa produksi dan pemeliharaan yang membuat produk tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen”.

Manengal penelitian yang dilakukan oleh (Laksana, 2019) menyatakan bahwa 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. Dzakra (2020) juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu sistem yang strategis melibatkan seluruh satuan kerja atau satuan organisasi dari mulai pimpinan sampai pegawai sehingga memenuhi kebutuhan yang diharapkan oleh konsumen, kemudian Putri (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan standar pelayanan yang telah dibakukan sebagai pedoman dalam memberikan layanan.

Studi Literatur

Kualitas Produk

(Lay, 2019) Kualitas produk adalah kondisi fisik, fungsi dan sifat suatu produk baik barang atau jasa berdasarkan tingkat mutu yang di harapkan seperti durabilitas, rellabilitas, ketepatan kemudahan pengoprasian, reparasi produk serta atribut produk lainnya dengan tujuan memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen atau pelanggan. Kualitas produk merupakan salah satu kunci persaingan diantara pelaku usaha yang ditawarkan kepada konsumen. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang di bayar, walaupun terdapat yang berpendapat bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas.

(Yessika Ronauli Sitanggung, 2021) menyatakan bahwa “kualitas produk adalah sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk”.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dalam jurnal penelitian (Wibowati, 2021) Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Menurut Lianardi & Chandra dalam penelitian (Yessika Ronauli Sitanggang, 2021) mengartikan kualitas pelayanan sebagai sebuah karakteristik dari barang maupun jasa yang memiliki kemampuan guna bisa mencukupi kebutuhan konsumennya, baik yang terlihat jelas ataupun yang tersembunyi.

Keputusan Pembelian

Menurut Indrasari penelitian yang dilakukan oleh (Rivaldy & Rulirianto, 2021) keputusan pembelian merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih, dengan kata lain pilihan/alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Sebaliknya, jika konsumen tidak mempunyai alternatif untuk memilih dan benar-benar terpaksa melakukan pembelian, maka keadaan tersebut bukan merupakan suatu keputusan.

Menurut Sofjan Assauri dalam penelitian (Trisnawati et al., 2020) Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan- kegiatan sebelumnya. Pengertian Keputusan Pembelian pada dasarnya ialah suatu tindakan atau perilaku konsumen jadi atau tidaknya melakukan suatu pembelian atau transaksi, banyak tidaknya jumlah konsumen dalam mengambil keputusan menjadi salah satu penentu tercapai atau tidaknya tujuan perusahaan

Metode Penelitian

Metode penelitian ini adalah kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data numerik dan analisis statistik untuk memahami fenomena atau masalah. Pendekatan ini berfokus pada pengukuran objektif, data terstruktur, dan generalisasi hasil penelitian ke populasi yang lebih luas. penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan asosiatif.

Hasil Analisis Data Penelitian

Hasil Uji Validitas

Hasil pengujian data

Tabel 1
Hasil Uji Validitas X1

No butir soal	Rhitung	rtabel	Keterangan
1	0,686	0,219	Valid
2	0,703	0,219	Valid
3	0,838	0,219	Valid
4	0,896	0,219	Valid
5	0,880	0,219	Valid
6	0,764	0,219	Valid
7	0,644	0,219	Valid
8	0,650	0,219	Valid
9	0,888	0,219	Valid
10	0,638	0,219	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data 2024

Tabel 1 menunjukkan bahwa masing-masing pertanyaan untuk variabel *Kualitas Produk* memiliki nilai rhitung > rtabel (0,219). Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada variabel *Kualitas Produk* (X1) dinyatakan valid.

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

No butir soal	Rhitung	rtabel	Keterangan
1	0,767	0,219	Valid

2	0,774	0,219	Valid
3	0.810	0,219	Valid
4	0,870	0,219	Valid
5	0,800	0,219	Valid
6	0,900	0,219	Valid
7	0,840	0,219	Valid
8	0,794	0,219	Valid
9	0,836	0,219	Valid
10	0,820	0,219	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data 2024

Tabel 2 menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan untuk variabel *Kualitas Pelayanan* memiliki nilai rhitung > rtabel (0.219). Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada variabel *Kualitas Pelayanan* (X2) dinyatakan valid.

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

No butir soal	Rhitung	rtabel	Keterangan
1	0.804	0,219	Valid
2	0.693	0,219	Valid
3	0.819	0,219	Valid
4	0.780	0,219	Valid
5	0.777	0,219	Valid
6	0.746	0,219	Valid
7	0.753	0,219	Valid
8	0.581	0,219	Valid
9	0.891	0,219	Valid
10	0.850	0,219	Valid

Sumber: hasil olahan data 2024

Tabel 3 menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan untuk variabel *keputusan pembelian* memiliki nilai rhitung > rtabel (0.219). Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada variabel *keputusan pembelian* (Y) dinyatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Berikut hasil pengujian reliabilitas terhadap variabel Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di PT.Alf Scorpii yaitu sebagai berikut :

Tabel 4
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of item
0.917	10

Sumber: Data diolah 2024

Tabel 4 diatas menunjukkan variabel *Kualitas Produk* memiliki *Cronbach's Alpha* (0,917)>.10 maka dapat dinyatakan seluruh variabel *Kualitas Produk* reliabilitasnya dapat diterima.

Tabel 5
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of item
0.944	10

Sumber: Data diolah 2024

Tabel 5 diatas menunjukkan variabel *Kualitas Pelayanan* memiliki *Cronbach's Alpha* (0,944)>10 maka dapat dinyatakan seluruh variabel *Kualitas Pelayanan* reliabilitasnya dapat diterima.

Tabel 6
Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

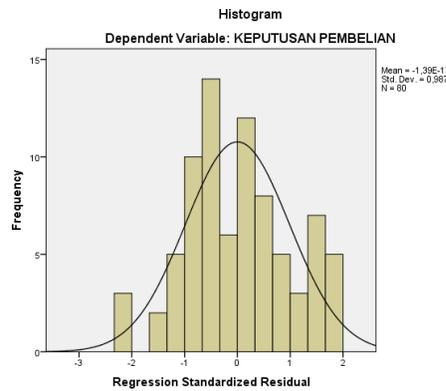
<i>Cronbach's Alpha</i>	N of item
0.921	10

Sumber: Data diolah 2024

Tabel 6 diatas menunjukkan variabel *Keputusan Pembelian* memiliki *Cronbach's Alpha* (0,921)>10 maka dapat dinyatakan seluruh variabel *Keputusan Pembelian* reliabilitasnya dapat diterima.

Hasil Uji Normalitas

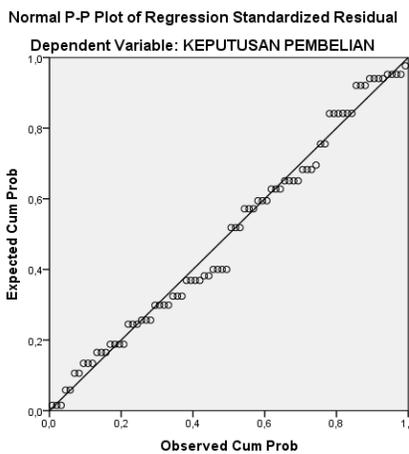
Gambar 1: Histogram Normality Test



Sumber: Data diolah dengan SPSS (2024)

Berdasarkan gambar 4.2 dapat diketahui bahwa grafik hisogram membentuk sebuah lonceng yang simetris dan tidak melenceng, maka dapat disimpulkan bahwa data yang di uji berdistribusi normal. Grafik *Normalitas P-P Plot*, terlihat data penyebar disekitar garis diagonal dan data menyebar sebagian besar mendekati garis diagonal sehingga dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Gambar 2 : Probality Plot



Sumber: Data diolah dengan spss (2024)

Berdasarkan gambar 4.3 dapat di ketahui bahwa pada grafik *Probability Plot* menunjukkan penyebaran titik-titik yang mendekati garis diagonal, sehingga dapat di simpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

Pengujian normalitas dengan metode *Kolmogorov-Smirnov* diperoleh nilai sebagai berikut:

Tabel 7
Hasil Uji Normalitas (K-S)

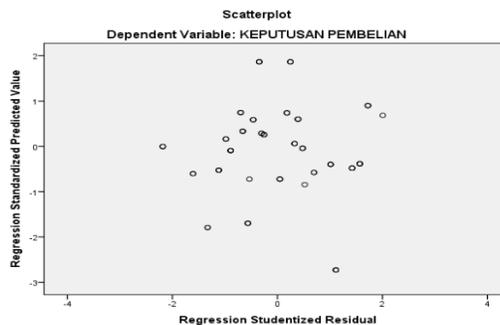
Asymp. Sig. (2-tailed)	Kriteria	Kesimpulan
0.041	0,05	Normal

Sumber: Hasil olah data 2024

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui hasil signifikan $0, > 0,05$. Dengan demikian dari hasil tersebut menunjukkan data berdistribusi normal.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Gambar 3 : scatterplot



Sumber: Data di olah SPSS (2024)

Pada gambar 3 bahwa hasil grafik Iscatterplot menunjukkan data menyebar dengan pola yang tidak jelas baik diatas maupun dibawah angka (0) pada sumbu Y, tidak berkumpul di satu tempat, sehingga dari grafik *scatterplot* dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

Hasil Uji Multikolineritas

Berikut hasil uji Multikolineritas yaitu :

Tabel 8
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabe	Nilai Tolarance	Nilai FIV
Kualitas Produk	0.786 > 0.1	1.272 < 10
Kualitas Pelayanan	0.786 > 0.1	1.272 < 10

Sumber: Hasil olah data 2024

Tabel 8 menunjukkan masing-masing variabel bebas Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan sebesar $0.786 > 0.01$, sedangkan nilai VIF variabel bebas *Kualitas produk dan Kualitas Pelayanan* sebesar $1.272 < 10$. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas dalam penelitian.

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Berikut hasil uji analisis regresi linear berganda yaitu:

Tabel 9
Hasil Uji Analisis Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
Constanta	11.510	2.175
Kualitas Produk	.262	.051
Kualitas pelayanan	.491	.059

Sumber: Data diolah 2024

Kinerja Karyawan = 11.510+0.261+0.491

Makna dari penjelasan analisis regresi linear berganda diatas adalah :

1. Nilai konstanta sebesar 11.510 yang merupakan keadaan saat variabel Keputusan Pembelian (Y) belum dipengaruhi variabel yang dieliti yaitu variabel Kualitas Produk (X1) dan Kualitas pelayanan (X2). Jika variabel independen tidak ada maka variabel Keputusan Pembelian tidak akan mengalami perubahan.
2. Nilai koefisien regresi Kualitas Produk (X1) sebesar 0.261 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y), yang berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel Kualitas Produk (X1) maka akan mempengaruhi Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0.261, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Nilai koefisien regresi untuk Kualitas pelayanan (X2) sebesar 0.491 menunjukkan bahwa variabel Kualitas pelayanan (X2) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y), yang berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel Kualitas pelayanan (X2) maka akan mempengaruhi Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0.491, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Berikut hasil uji parsial (Uji t) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 10
Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Variabel	t hitung	t tabel	Sig	Kesimpulan
Kualitas Produk	5.158	>1.664	0.00<0.05	Hipotesis Diteima
Kualitas pelayanan	8.329	>1.664	0.00<0.05	Hipotesis Diteima

Sumber: Data diolah 2024

Tabel 10 menunjukkan nilai t tabel untuk signifikan 0.05 pada derajat bebas $df=n-k = 80-3 = 77$ adalah sebesar 1.664. Hasil dari uji t dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai t hitung (5.158) > t tabel (1.664) dan nilai signifikan sebesar 0.00<0.05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya secara parsial Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di PT.Alfa Scorpii.
2. Hasil perhitungan hipotesis secara parsial di peroleh nilai t hitung (8.329)>t tabel (1.664) dan nilai signifikan sebesar 0.00 < 0.05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di PT.Alfa Scorpii

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Berikut tabel hasil pengujian hipotesis secara simultan yaitu:

Tabel 11
Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Fhitung	Ftabel	Sig	Kesimpulan
86.279	>2.720	0.00<0.05	Hipotesis Diteima

Sumber: Data Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 11 menunjukkan hasil nilai signifikan adalah $0.00 < 0.05$ dan nilai f hitung $>$ dari f tabel yaitu $86.279 > 2.720$. dengan demikian dapat di simpulkan bahwa secara parsial Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian di PT. Alfa Scorpii.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Alfa Scorpii

Hasil penelitian hipotesis secara parsial bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Alfa Scorpii.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh **Inten dan Utami (2015)**, dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pembelian pada PT. Alfa Scorpii.

Kesimpulan

Dari hasil analisis yang telah di bahas sebelumnya, maka dapat di Tarik Kesimpulan sebagai berikut :

- a) Secara parsial, kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Alfa Scorpii.
- b) Secara parsial, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Alfa Scorpii.
- c) Secara simultan, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Alfa Scorpii.

Referensi

- Andini, E., & Sovitriana, R. (2023). Penerapan Konseling Kelompok dengan Teknik Direktif untuk Meningkatkan Self-Efficacy pada Penerima Manfaat (PM) di Panti Sosial Karya Wanita Mulya. *Jurnal Psikologi Kreatif Inovatif*, 3(2), 63–71.
- Battu, A. S., & Susanto, A. H. (2022). Pengaruh Self Efficacy Dan Locus of Control Terhadap Kinerja Karyawan Magang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(3), 61–77. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v2i3.255>
- Eka Adhitya Yuana Putra, & Sidiq Permono Nugroho. (2023). Pengaruh Entrepreneurship Education Dan Innovation Capability Terhadap Entrepreneurial Intention Dengan Self Efficacy Sebagai Variabel Mediasi. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 10(2), 239–250. <https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v10i2.924>
- Ermawati, N. P. D., & Ardana, I. K. (2018). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional, Budaya Organisasi, Dan Motivasi Terhadap Komitmen Organisasional Pada Bpr Di Kabupaten Klungkung. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(11), 6326. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i11.p19>
- Erviansyah, R. A., Putriana, L., & Subhan, M. N. (2021). Organisasi Terhadap Turnover Intention Pada Karyawan Cv . Pandawa Copy Digital Printing Di Depok). *Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila (JIMP)*, 1(1), 1–13.

- Guslina, I., & Mardiana, R. (2022). *Pengaruh Efikasi Diri (Self Efficacy) dan Lokus Kendali (Lokcus Of Control) Terhadap Kinerja (Performance) Karyawan Toko Mok ' s Sport Bekasi Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti , Bekasi*. 8(24), 636–648.
- Hendra, D., & Artha, B. (2023). Work-Life Balance: Suatu Studi Literatur. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 11320–11330.
- Laksono, B. F. W., & Wardoyo, P. (2019). Pengaruh Work – Life Balance, Kepuasan Kerja Dan Work Engagement Terhadap Turnover Intentions Dengan Mentoring Sebagai Variabel Moderating Pada Karyawan Hotel Dafam Semarang. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 17. <https://doi.org/10.26623/jreb.v12i1.1525>
- Ozkeser, B. (2019). Impact of training on employee motivation in human resources management. *Procedia Computer Science*, 158, 802–810. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.117>
- Rene, R. (2018a). *Pengaruh Work-Life Balance Terhadap Komitmen Organisasi , Kepuasan Kerja , Dan Motivasi Kerja*. 16(4).
- Rene, R. (2018b). *Pengaruh Work-Life Balance Terhadap Komitmen Organisasi , Kepuasan Kerja , Dan Motivasi Kerja*. 16(4).
- Rivaldi, Putra, R. B., Dika, R. P., Mulyani, S. R., & Putra, R. A. (2023). Pengaruh Self Leadership Dan Self Efficacy Terhadap Komitmen Organisasi Dengan Organizational Citizenship Behavior Sebagai Variabel Intervening. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 4(2), 231–242.
- Rosalina, J., Jurusan, A., Niaga, A., & Ambon, P. N. (2023). Pengaruh Kecerdasan Emosional Dan Komitmen Organisasional Terhadap Kinerja Karyawan PT. NMM. *Jurnal Administrasi Terapan*, 2(2), 269–274.
- Sijabat, A., Risambessy, A., Latuconsina, Z., Duwila, U., & Alvarya, C. R. (2024). *The Public Works Office And Spatial Planning Of The Maluku Provincial Government Pengaruh Work Life Balance Dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Pekerjaan Umum Dan Penataan Ruang Pemerintah Provinsi Maluku*. 5(2), 6196–6204.
- Winata, B. L., & Nurhasanah, N. (2022). Pengaruh Work Life Balance, Self-Efficacy, dan Komitmen Organisasional Terhadap Burnout pada Mahasiswa yang Bekerja [The Influence of Work Life Balance, Self-Efficacy, and Organizational Commitment on Burnout in Working Students]. *Feedforward: Journal of Human Resource*, 2(2), 87. <https://doi.org/10.19166/ff.v2i2.5986>