



PENGARUH *STORE LAYOUT*, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN GRAMEDIA *WORLD EMERALD* BINTARO DI TANGERANG SELATAN)

Kevin Nugraha Aryaputra, Elizabeth Elizabeth*

Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

*Email: elizabeth@budiluhur.ac.id

Abstract

This study aims to determine store layout, promotion, and service quality on purchasing decisions for Consumer of Gramedia World Emerald Bintaro in South Tangerang. This type of quantitative research. The population in this study is unknown. The sample used in this research was 97 respondents, using the accidental sampling method and using the Lemeshow formula. In this study, data were analyzed using the SPSS version 26 program and Microsoft Excel 2013. The results showed that partially, store layout significantly has an effect on purchasing decisions, partially promotion has a significant effect on purchasing decisions, service quality partially have a significant effect on purchasing decision, and store layout, promotion, and service quality significantly have an effect on purchasing decision simultaneously.

Keywords: *Store Layout; Promotion; Service Quality; Purchasing Decisions.*

1. Pendahuluan

Tingginya pertumbuhan ekonomi yang didukung dengan peningkatan permintaan domestik menyebabkan timbulnya berbagai macam usaha bisnis yang semakin kompetitif dalam upaya memenuhi kebutuhan konsumen. Hal ini tentu menciptakan persaingan usaha bisnis yang semakin tinggi, terutama bagi perusahaan yang memiliki banyak pesaing sejenis. Persaingan tersebut menjadi sebuah tantangan bagi setiap usaha bisnis karena konsumen dengan mudahnya dapat mengalihkan pembeliannya pada produk pesaing yang dirasa lebih baik (Bank Indonesia, 2024).

Saat ini, toko buku merupakan salah satu bisnis usaha yang sedang merasakan persaingan tinggi di Indonesia. Baik toko buku besar maupun toko buku independen semakin banyak yang gulung tikar dikarenakan tidak kuat dalam menghadapi era digitalisasi. Hal ini menyebabkan para pelaku usaha toko buku semakin kompetitif dalam mempertahankan bisnisnya (tirto.id, 2023; Rahmat & Alawiyah, 2020; Putri et al., 2020; Ardinata et al., 2022; Rahmat et al., 2021; Marufah et al., 2020; Bastian et al., 2021; Alawiyah et al., 2020; Rahmat, 2019; Syarifah et al., 2020). Namun, di sisi lain bisnis toko buku juga memiliki peluang yang besar dikarenakan kegemaran membaca yang semakin meningkat di Indonesia (Muara et al., 2021; Rahmat et al., 2021; Pratikno et al., 2020; Priambodo et al., 2020; Rahmanisa et al., 2021; Rahmat & Budiarto, 2021; Zakiyah et al., 2022; Hakim et al., 2020; Rahmat et al., 2021; Utama et al., 2020; Adri et al., 2020; Yuliarta & Rahmat, 2021; Rahmat & Kurniadi, 2020; Rahmat et al., 2020; Rahmat et al., 2020).

Oleh karena persaingan antara Toko Buku Gramedia dengan Kompetitor lainnya di era digital, peneliti menarik kesimpulan bahwa terdapat persaingan antara pelaku usaha untuk menciptakan keputusan pembelian. Namun, terdapat perbedaan cara untuk menarik konsumen dalam menciptakan keputusan pembelian, sehingga peneliti tertarik dengan permasalahan atau persaingan yang terjadi antara Toko Buku Gramedia dengan kompetitor lainnya. Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan oleh Jhones *et al*, (2023), dinyatakan bahwa *store layout* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Begitupun juga penelitian yang dilakukan oleh Langitan *et al*, (2024) dimana dinyatakan bahwa *store layout* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan oleh Marlius dan Jovanka, (2023), dinyatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, Begitupun juga dengan penelitian yang dilakukan Solihin dan Suwatama, (2023) dimana dinyatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan oleh Yuliati dan Indah, (2024), dinyatakan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Begitupun juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Arrazi dan Handari (2024) dimana dinyatakan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Metode

Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2018) dalam Ajjiah dan Selvi (2021), Populasi adalah suatu area umum yang terdiri dari subjek atau objek dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari sebelum sampai pada kesimpulan. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen Gramedia *World Emerald* Bintaro yang melakukan pembelian di Gramedia *World Emerald* Bintaro. Data yang diperoleh dari konsumen yang kebetulan membeli di Gramedia *World Emerald* Bintaro menunjukkan bahwa populasi konsumen yang membeli tidak diketahui jumlahnya secara pasti.

Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2018), menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam menentukan sampel, penelitian ini menggunakan Teknik nonprobability sampling dengan metode teknik pengambilan sampel *accidental sampling*, yang mana adalah pengambilan sampel secara aksidental dengan cara mengambil kasus atau responden yang tersedia di Gramedia *World Emerald* Bintaro sesuai dengan konteks penelitian, yaitu siapa saja yang membeli dapat digunakan sebagai sampel. Dalam penelitian ini, konsumen yang telah membeli produk di Gramedia *World Emerald* Bintaro tidak diketahui dengan pasti. Dalam hal ini telah ditemukan responden yang diteliti sebanyak 97 responden. Oleh karena jumlah populasi yang tidak dapat diketahui atau tidak terhitung, maka rumus *Lemeshow* digunakan untuk menghitung jumlah sampel yang diambil untuk penelitian ini.

Model Penelitian

Pengumpulan data responden dilakukan menggunakan metode kuesioner dengan skala *likert* sebagai skala pengukuran data. Data yang telah dikumpulkan kemudian akan

diuji menggunakan bantuan *Microsoft Excel* 2013 dan *SPSS* Versi 26. Uji yang dilakukan pada penelitian ini adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, dan Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Heteroskedastisitas). Selanjutnya, data yang lolos dalam uji tersebut akan dianalisa menggunakan Uji Regresi Linier Berganda, Uji Koefisien Determinasi, Uji Parsial (Uji T), dan Uji Simultan (Uji F).

3. Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Pertanyaan	Validitas			Reliabilitas	
		r hitung	r tabel	Status	Cronbach's Alpha	Status
Store Layout (X1)	X1_1	0,520	0,199	Valid	0,792 > 0,60	Reliabel
	X1_2	0,600	0,199	Valid		
	X1_3	0,499	0,199	Valid		
	X1_4	0,527	0,199	Valid		
	X1_5	0,520	0,199	Valid		
	X1_6	0,599	0,199	Valid		
Promosi (X2)	X2_1"	"0,748	"0,199	"Valid	0,820 > 0,60	Reliabel
	X2_2"	"0,518	"0,199	"Valid		
	X2_3"	"0,595	"0,199	"Valid		
	X2_4"	"0,770	"0,199	"Valid		
	X2_5"	"0,438	"0,199	"Valid		
Kualitas Pelayanan (X3)	X3_1"	"0,455	"0,199	"Valid	0,856 > 0,60	Reliabel
	X3_2"	"0,621	"0,199	"Valid		
	X3_3"	"0,882	"0,199	"Valid		
	X3_4"	"0,573	"0,199	"Valid		
	X3_5"	"0,875	"0,199	"Valid		
Keputusan Pembelian (Y)	"Y_1"	"0,434	"0,199	"Valid	0,801 > 0,60	Reliabel
	"Y_2"	"0,514	"0,199	"Valid		
	"Y_3"	"0,612	"0,199	"Valid		
	"Y_4"	"0,582	"0,199	"Valid		
	"Y_5"	"0,620	"0,199	"Valid		
	"Y_6"	"0,587	"0,199	"Valid		

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa pada uji validitas semua item pertanyaan dikatakan valid karena memenuhi dasar pengambilan keputusan yaitu $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$. Kemudian pada uji reliabilitas semua item pertanyaan juga dikatakan reliabel karena memenuhi dasar pengambilan keputusan yaitu nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 sehingga seluruh item pertanyaan variabel dapat digunakan untuk uji selanjutnya.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi variabel pengganggu dan residual mempunyai penyebaran yang wajar. *Curva* yang wajar bisa dilihat dari *p-plot*

of regression standardized residual apabila titik tersebut menyebar mendekati garis diagonal serta menjajaki garis diagonal. Lalu diperkuat dengan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* bila *Asymp. Sig. (2-tailed)* nya di atas 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal.

Tabel 2. Hasil Uji

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		
		<i>Unstandardized Residual</i>
N		97
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	.18351536
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.058
	<i>Positive</i>	.049
	<i>Negative</i>	-.058
<i>Test Statistic</i>		.058
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.200 ^{c,d}

a. *Test distribution is Normal.*

b. *Calculated from data.*

c. *Lilliefors Significance Correction.*

Sumber: Output SPSS 26.

Uji Multikolinearitas

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolinearitas di dalam model regresi dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Dasar pengambilan keputusan variabel independen dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas jika nilai *Tolerance* > 0.1 atau nilai *VIF* < 10.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	(Constant)		
	Store Layout	.273	3.667
	Promosi	.250	3.995
	Kualitas Pelayanan	.378	2.644

a. *Dependent Variable: Keputusan Pembelian*

Sumber: Output SPSS 26.

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 3 di atas, dapat dilihat bahwa:

- Variabel *Store Layout* (X1) memiliki nilai *Tolerance* = 0,273 > 0,1 dan nilai *VIF* = 3,667 < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel *brand image* tidak terjadi gejala multikolinearitas.
- Variabel *Promosi* (X2) memiliki nilai *Tolerance* = 0,250 > 0,1 dan nilai *VIF* = 3,995 < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel kualitas produk tidak terjadi gejala

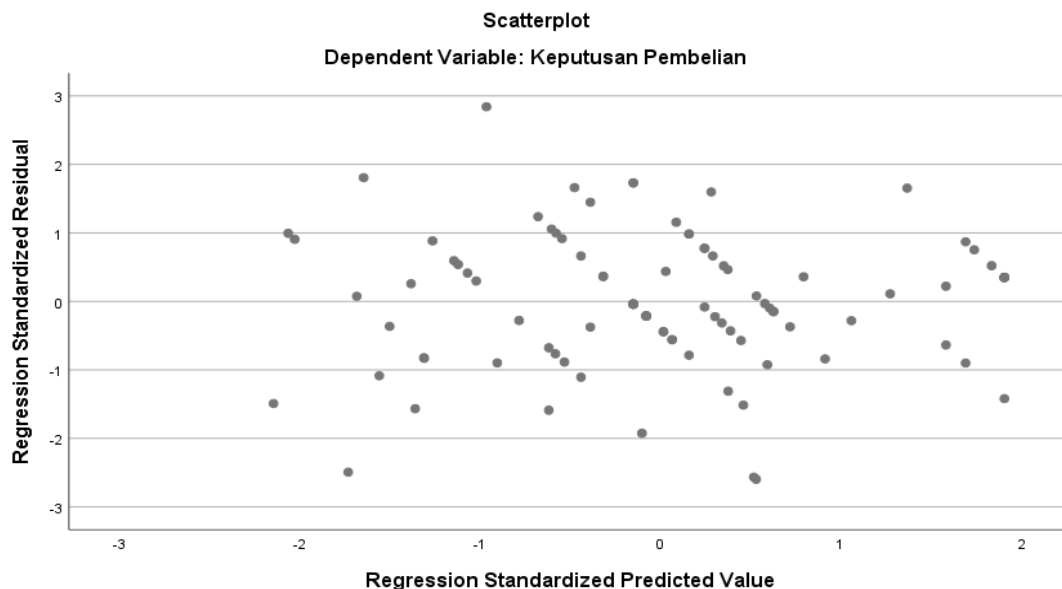
multikolinearitas.

- c. Variabel Kualitas Pelayanan (X3) memiliki nilai *Tolerance* = 0,378 > 0,1 dan nilai VIF = 2,644 < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel *online customer review* tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Dilihat dari gambar *scatter plot* bahwa titik-titik pada gambar tidak membentuk suatu pola dan menyebar secara acak, serta menyebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Kesimpulannya adalah bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi (Ma'dika & Rahmat, 2024; Saputra & Rahmat, 2024; Nurmallasari et al., 2022; Pratama et al., 2024; Rahmat, 2024; Rahmat & Pernanda, 2021; Rahmat et al., 2021; Rahmat et al., 2022; Akbar et al., 2024; Rahmat et al., 2023, Baarik et al., 2023; Rahmat et al., 2024)

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Uji Koefisien Korelasi

Uji korelasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Untuk melihat nilai koefisien korelasi berkisar antara 0 sampai 1 yang memiliki arti jika nilai semakin mendekati 1 maka hubungan semakin kuat, jika mendekati 0 maka hubungan semakin rendah atau lemah. Analisis korelasi digunakan untuk menentukan keeratan hubungan linear antara dua variabel. Priyatno (2018) menyatakan bahwa Uji korelasi menentukan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel independen dan variabel dependent secara bersamaan (Rahmat, 2019; Banjarnahor et al., 2020; Rahmat et al., 2020; Gustaman et al., 2020; Rahmat et al., 2022; Kodar et al., 2020; Najib & Rahmat, 2021; Rahmat et al., 2020; Widyaningrum et al., 2020; Yurika et al., 2022; Muara et al., 2021; Aminullah et al., 2021; Wulandara & Rahmat, 2024; Ardinata et al., 2023; Pamungkas & Rahmat, 2023; Rahmat et al., 2020; Febrina & Rahmat, 2024; Rahmat, 2023).

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Korelasi

		Correlations			
		Store Layout	Promosi	Kualitas Pelayanan	Keputusan Pembelian
Store Layout	Pearson Correlation	1	.839**	.743**	.874**
	Sig. (2-tailed)		“.000	“.000	“.000
	N	“97	“97	“97	“97
Promosi	Pearson Correlation	.839**	1	.767**	.841**
	Sig. (2-tailed)	“.000		“.000	“.000
	N	“97	“97	“97	“97
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.743**	.767**	1	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000	“.000		“.000
	N	97	97	97	97
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.874**	.841**	.846**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26.

- Berdasarkan tabel 5 output SPSS diatas, diperoleh koefisien korelasi sebagai berikut:
- Hubungan variabel *Store Layout* (X1) terhadap keputusan pembelian memiliki tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dan hubungan antara *store layout* terhadap keputusan pembelian yaitu positif dengan tingkat korelasi 0,874. Maka korelasi sangat kuat, yang artinya apabila *store layout* diterapkan dengan baik maka tingkat keputusan pembelian akan meningkat.
 - Hubungan variabel Promosi (X2) terhadap keputusan pembelian memiliki tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dan hubungan antara promosi terhadap keputusan pembelian yaitu positif dengan tingkat korelasi 0,841. Maka korelasi sangat kuat, yang artinya apabila promosi diterapkan dengan baik maka tingkat keputusan pembelian akan meningkat.
 - Hubungan variabel Kualitas Pelayanan (X3) terhadap keputusan pembelian memiliki tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dan hubungan antara Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian yaitu positif dengan tingkat korelasi 0,846. Maka korelasi sangat kuat, yang artinya apabila Kualitas pelayanan yang diterapkan dengan baik, maka tingkat keputusan pembelian akan meningkat.

Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.297	.164		1.816	.073
	Store Layout	.443	.075	.440	5.886	.000
	Promosi	.160	.069	.180	2.309	.023
	Kualitas Pelayanan	.325	.054	.380	5.984	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26.

Adapun persamaan Regresi Linear Berganda berdasarkan tabel 6 diatas adalah $Y = 0,297 + 0,443 SL + 0,160 P + 0,325 KP + e$. Berdasarkan persamaan diatas diambil kesimpulan:

- Nilai konstanta sebesar 0,297 artinya jika *store layout*, promosi, dan kualitas pelayanan nilainya adalah 0, maka keputusan pembelian nilainya adalah 0,297.
- Koefisien regresi (β) *store layout* mempunyai nilai sebesar 0,443 memberikan arti bahwa kenaikan *store layout* sebesar 1 satuan maka akan mengakibatkan peningkatan keputusan Pembelian sebesar 0,443.
- Koefisien regresi (β) promosi mempunyai nilai sebesar 0,160 memberikan arti bahwa kenaikan promosi sebesar 1 satuan maka akan mengakibatkan peningkatan keputusan pembelian sebesar 0,160.
- Koefisien regresi (β) kualitas pelayanan mempunyai nilai sebesar 0,325 memberikan arti bahwa kenaikan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan maka akan mengakibatkan peningkatan keputusan pembelian sebesar 0,325.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kontribusi yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	"R	"R Square	"Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.926 ^a	.858	.853	.18645

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Store Layout, Promosi

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26.

Pada tabel 7 diatas, diketahui koefisien determinasi pada kolom *adjusted R square* adalah 0,853. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh *Store Layout* (X1), Promosi (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 85,3%, sedangkan sisanya yaitu 14,7% (100% – 85,3%) dipengaruhi

oleh variabel lain diluar penelitian.

Uji Parsial (Uji T)

Uji T bertujuan untuk mengetahui kebenaran pernyataan atau dugaan yang dihipotesiskan dari masing-masing variabel independen secara individual terhadap dependen. Dasar pengambilan keputusan dilihat dengan membandingkan nilai t tabel atau nilai signifikansi. Variabel independen dikatakan berpengaruh terhadap variabel dependen jika nilai t hitung > t tabel atau sig < 0,05. Pada penelitian ini, nilai T tabel ditentukan dengan menggunakan rumus df (*degree of freedom*) = $n - k - 1 = 97 - 3 - 1 = 93$, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,661 yang dilihat dari df (93) pada tabel t dengan tingkat yang signifikan sebesar 5% atau 0,05.

Tabel 8. Hasil Uji T

Model ^a	Unstandardized "Coefficients"		Standardized "Coefficients"	"t"	"Sig."
	B ^a	Std. Error	"Beta"		
1 (Constant)	.297	.164		1.816	.073
Store Layout	.443	.075	.440	5.886	.000
Promosi	.160	.069	.180	2.309	.023
Kualitas Pelayanan	.325	.054	.380	5.984	.000

Berdasarkan tabel 8 diatas, diperoleh hasil uji t sebagai berikut:

- Uji t kenaikan variabel *store layout* terhadap variabel keputusan pembelian, terlihat bahwa t hitung untuk *store layout* adalah 5,886 > t tabel 1,661 dan nilai sig sebesar 0,000 < 0,05, Sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh signifikan antara *store layout* terhadap keputusan pembelian. (H₀ ditolak) atau (H_a diterima) maka *store layout* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.
- Uji t kenaikan variabel promosi terhadap variabel keputusan pembelian, terlihat bahwa t hitung untuk harga adalah 2,309 > t tabel 1,661 dan nilai sig sebesar 0,023 < 0,05, Sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian. (H₀ ditolak) atau (H_a diterima) maka promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.
- Uji t kenaikan variabel kualitas Pelayanan terhadap variabel keputusan pembelian, terlihat bahwa t hitung untuk promosi adalah 5,984 > t tabel 1,661 dan nilai sig sebesar 0,000 < 0,05, Sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. (H₀ ditolak) atau (H_a diterima) maka kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh jika variabel independen diuji secara bersamaan terhadap variabel dependen. Hasil uji simultan dapat dilihat dengan memperhatikan tabel Anova dengan dasar pengambilan keputusan F hitung > F tabel dikatakan ada pengaruh. Pada penelitian ini, diperoleh F hitung sebesar 187,360. Untuk menentukan F Tabel dengan menggunakan $\alpha = 5\%$ dengan df = $n - k - 1$ dimana n (jumlah data), k (jumlah variabel independent) atau derajat kebebasan adalah $97 - 3 - 1 = 93$. Maka diperoleh

nilai $F_{Tabel} < F_{Hitung}$ ($2,703 < 187,360$) dan nilai signifikasinya sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *store layout*, promosi, dan Kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan layak digunakan.

Interpretasi Hasil Penelitian

Pengaruh *Store Layout* Terhadap Keputusan Pembelian. Hasil pengujian hipotesis yang pertama pada penelitian ini menyatakan bahwa *store layout* berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa Gramedia *World Emerald* Bintaro, Tangerang Selatan memiliki *store layout* atau tata letak toko yang terstruktur dengan baik, sehingga dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Gramedia *World Emerald* Bintaro juga memiliki pengkategorian produk yang jelas sehingga dapat mempermudah konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Gramedia *World Emerald* Bintaro memiliki pengaturan pola lalu lintas yang baik, sehingga mempermudah konsumen dalam menelusuri dan mencari produk yang dibutuhkannya. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Jhones *et al* (2023) dan Langitan *et al* (2024) yang menyatakan bahwa *store layout* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. Hasil pengujian hipotesis yang kedua pada penelitian ini menyatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa Gramedia *World Emerald* Bintaro, Tangerang Selatan memiliki program promosi yang mampu menarik konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Gramedia *World Emerald* Bintaro dapat menyampaikan informasi mengenai produknya dengan baik kepada konsumen. Selain itu, promosi berupa potongan harga juga mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Gramedia *World Emerald* Bintaro juga memiliki tenaga penjual yang baik dalam memasarkan produk serta dalam menjaga komunikasi yang baik dengan konsumen. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Solhin dan Suwatama (2023) serta penelitian yang telah dilakukan oleh Marlius dan Jovankan (2023) yang menunjukkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Nurhadiyanta *et al.*, 2023; Rahmat *et al.*, 2023; Rahmat *et al.*, 2018; Rahmat *et al.*, 2024; Hasrian *et al.*, 2023; Akbar *et al.*, 2024; Rahmat, 2024; Piliang *et al.*, 2024; Wahyuni *et al.*, 2024; Priantoro *et al.*, 2024; Hasrian & Rahmat, 2024, Syazali *et al.*, 2023; Rahmat *et al.*, 2024; Ma'ruf & Rahmat, 2024; Rahmat *et al.*, 2024; Meidiyustiani & Rahmat, 2024; Ma'ruf & Rahmat, 2024; Aprilyanto *et al.*, 2023).

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. Hasil pengujian hipotesis yang ketiga pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa Gramedia *World Emerald* Bintaro, Tangerang Selatan mampu memberikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen sehingga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kualitas pelayanan tersebut dapat dilihat dari keandalan pegawai dalam melayani konsumen, ketanggapan pegawai, kemampuan pegawai dalam membantu konsumen dan memahami apa yang diinginkan konsumen. Selain itu Gramedia *World Emerald* Bintaro juga memiliki fasilitas fisik yang baik sehingga dapat mendukung konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Hasil penelitian ini mendukung

penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Arrazi dan Handari (2024) serta penelitian yang telah dilakukan oleh Yuliati dan Indah (2024) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Store Layout, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. Hasil pengujian hipotesis yang keempat pada penelitian ini menunjukkan bahwa *store layout*, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa Gramedia World Emerald Bintaro di Tangerang Selatan memiliki *store layout* atau tata letak toko yang terstruktur dengan baik, serta memiliki program promosi yang baik dalam memengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, dan juga mampu memberikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen sehingga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Jhones *et.al* (2023), serta penelitian yang dilakukan oleh Marlius dan Jovanka (2023), serta penelitian yang sudah dilakukan oleh Yuliati dan Indah (2024) yang menyatakan bahwa *store layout*, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. Simpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka beberapa kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. *Store Layout* mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
- b. Promosi mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
- c. Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
- d. *Store Layout*, Promosi, dan Kualitas Pelayanan secara bersamaan mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Daftar Rujukan

- Adri, K., Rahmat, H. K., Ramadhani, R. M., Najib, A., & Priambodo, A. (2020). Analisis Penanggulangan Bencana Alam dan Natech Guna Membangun Ketangguhan Bencana dan Masyarakat Berkelanjutan di Jepang. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 7(2), 361-374.
- Akbar, A. A., Darmawan, Y., Wibowo, A., & Rahmat, H. K. (2024). Accuracy Assessment of Monthly Rainfall Predictions using Seasonal ARIMA and Long Short-Term Memory (LSTM). *Journal of Computer Science and Engineering (JCSE)*, 5(2), 100-115.
- Akbar, A. A., Dwiningtias, H., & Rahmat, H. K. (2024). Urgensi Koordinasi dalam Organisasi Tanggap Darurat Bencana di Indonesia: Sebuah Tinjauan Pustaka. *Journal of Current Research in Disaster Response and Emergency Management*, 1(1), 15-20.
- Alawiyah, D., Rahmat, H. K., & Pernanda, S. (2020). Menemukanali konsep etika dan sikap konselor profesional dalam bimbingan dan konseling. *JURNAL MIMBAR: Media Intelektual Muslim dan Bimbingan Rohani*, 6(2), 84-101.
- Aminullah, A. A., Priambodo, A., Rahmat, H. K., & Adri, K. (2021). Kesiapan kantor pencarian dan pertolongan balikan dalam penanggulangan bencana guna menyambut pemindahan ibukota baru. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(1), 51-59.

- Aprilyanto, A., Widana, I. D. K. K., Subiyanto, A., & Rahmat, H. K. (2023). Pemulihan Pascabencana Tsunami 2018 Guna Mendukung Program Pembangunan Daerah Kabupaten Pandeglang. *Jagratar: Journal of Disaster Research*, 1(1), 25-32.
- Ardinata, R. P., Rahmat, H. K., Andres, F. S., & Waryono, W. (2022). Kepemimpinan transformasional sebagai solusi pengembangan konsep smart city menuju era society 5.0: sebuah kajian literatur [Transformational leadership as a solution for the development of the smart city concept in the society era: a literature review]. *Al-Ihtiram: Multidisciplinary Journal of Counseling and Social Research*, 1(1).
- Ardinata, R. P., Susanti, R., & Rahmat, H. K. (2023). Media Sosial dan Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Kawasan Wisata Chinangkiak Dreampark Solok Sumatera Barat. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 5(1), 1-9.
- Arikunto, S. (2019). Prosedur Penelitian. Jakarta: Rineka cipta.
- Arrazi, M. F., & Adji, W. H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian:: Studi pada Kopi Toko Tua Bandung. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(4), 3857-3868.
- Asad, M., & Widyawan, B. (2023). Pengaruh Store Layout Dan Interior Display Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Jakarta. *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(5), 546-551.
- Baarik, M. H. A., Sianipar, I., Kusumadjati, A., Alfarasyi, A. R., Rahmat, H. K., & Rahmi, T. N. (2023). Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Software Microsoft Nearpod sebagai Media Pembelajaran di Sekolah Dasar. *Indonesian Journal of Emerging Trends in Community Empowerment*, 1(1), 15-20.
- Banjarnahor, J., Rahmat, H. K., & Sakti, S. K. (2020). Implementasi sinergitas lembaga pemerintah untuk mendukung budaya sadar bencana di Kota Balikpapan. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 7(2), 448-461.
- Bank Indonesia, (2024) Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan 1 2024 Meningkat [https:// www.bi.go.id/ id/ publikasi/ ruang-media/news-release/Pages/sp_269424.aspx](https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_269424.aspx)
- Bastian, O. A., Rahmat, H. K., Basri, A. S. H., Rajab, D. D. A., & Nurjannah, N. (2021). Urgensi Literasi Digital dalam Menangkal Radikalisme pada Generasi Millennial di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 23(1), 126-133.
- Febrina, I., & Rahmat, H. K. (2024). Motivasi kerja sumber daya manusia dalam organisasi: Sebuah tinjauan pustaka. *Journal of Current Research in Humanities, Social Sciences, and Business*, 1(1), 29-34.
- Gustaman, F. A. I., Rahmat, H. K., Banjarnahor, J., & Maarif, S. (2020). Peran Kantor Pencarian dan Pertolongan Lampung dalam Masa Tanggap Darurat Tsunami Selat Sunda Tahun 2018. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 7(2), 462-469.
- Hakim, F. A., Banjarnahor, J., Purwanto, R. S., Rahmat, H. K., & Widana, I. D. K. K. (2020). Pengelolaan obyek pariwisata menghadapi potensi bencana di Balikpapan sebagai penyangga ibukota negara baru. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 7(3), 607-612.
- Hasrian, H. H. H., & Rahmat, H. K. (2024). Gambaran Tingkat Perilaku Altruistik pada Siswa Kelas XI: Studi pada Sebuah Madrasah Aliyah Negeri. *Contiguity: Jurnal Psikologi*, 20(2), 1-9.

- Hasrian, H., Rifaldi, M., Fiorella, A., Febianto, Y., Chetwynd, A. P., & Rahmat, H. K. (2023). Edukasi Urgensi Ilmu Pembukuan dalam Bisnis bagi Calon Wirausahawan Muda di MAN Lumajang. *Jurnal Relawan dan Pengabdian Masyarakat REDI*, 1(2), 67-72.
- Kodar, M. S., Rahmat, H. K., & Widana, I. D. K. K. (2020). Sinergitas Komando Resor Militer 043/Garuda Hitam dengan Pemerintah Provinsi Lampung dalam Penanggulangan Bencana Alam. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 7(2), 437-447.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks
- Langitan, J. S., Rantung, P. T. C., & Lule, B. (2024). Pengaruh Layout terhadap Keputusan Pembelian di Ritel Store Sulawesi Utara. *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 73-84.
- Ma'dika, Z. P., & Rahmat, H. K. (2024). Peran Manajemen Karir dalam Proses Peningkatan Kinerja Karyawan dalam Suatu Perusahaan. *Journal of Current Research in Management, Policy, and Social Studies*, 1(1), 1-8.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen YOU Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476-490
- Ma'ruf, A. M. M., & Rahmat, H. K. (2023). Pancasila dalam Konteks Kenegaraan Republik Indonesia: Sebuah Kerangka Konseptual. *Trends in Applied Sciences, Social Science, and Education*, 1(2), 59-68.
- Ma'ruf, A. M. M., & Rahmat, H. K. (2024). Nilai-Nilai Pancasila di Era Globalisasi: Masih Relevankah?. *Civil and Military Cooperation Journal*, 1(2), 73-76.
- Marufah, N., Rahmat, H. K., & Widana, I. D. K. K. (2020). Degradasi Moral sebagai Dampak Kejahatan Siber pada Generasi Millennial di Indonesia. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 7(1), 191-201.
- Meidiyustiani, R., & Rahmat, H. K. (2024). Recent Trends in Publication of Research on Financial Literacy in Students Using VOSViewer: A Bibliometric Analysis. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 11(4), 88-95.
- Muara, T., Prasetyo, T. B., & Rahmat, H. K. (2021). Psikologi Masyarakat Indonesia di Tengah Pandemi: Sebuah Studi Analisis Kondisi Psikologis Menghadapi COVID-19 Perspektif Comfort Zone Theory. *Ristekdik: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 6(1), 69-77.
- Muara, T., Rahmat, H. K., & Prasetyo, T. B. (2021). Efektivitas Diplomasi dan Komunikasi Strategis dalam Kampanye Melawan Terorisme di Indonesia. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 23(1), 161-170.
- Najib, A., & Rahmat, H. K. (2021). Analisis Pelaksanaan Program Desa Tangguh Bencana di Desa Buluh Cina, Siak Hulu, Kampar, Riau. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, dan Humaniora*, 5(1), 14-23.
- Nurhadiyanta, N., Fendiyanto, M. H., Rahmat, H. K., Advisa, D. A., & Meireni, M. (2023). Penyuluhan Penurunan Kasus Stunting untuk Meningkatkan Kualitas Generasi Muda di Desa Hambalang. *Jurnal Relawan dan Pengabdian Masyarakat REDI*, 1(2), 43-48.
- Nurmalasari, E., Rahmat, H. K., & Farozin, M. (2022, April). Motivasi santri tuli dalam mengikuti kegiatan madrasah diniyyah daring di Madrasah Salafiyah III Pondok

- Pensantren Al-Munawwir Krapyak Yogyakarta. In *The Indonesian Conference on Disability Studies and Inclusive Education* (Vol. 2, pp. 103-117).
- Pamungkas, H. Y., & Rahmat, H. K. (2023). UPAYA PENYELESAIAN SENGKETA BARANG MILIK NEGARA BERUPA ASET TANAH PASCA GEMPA LOMBOK 2018 MELALUI PENDEKATAN PERSUASIF BERBASIS HAK ASASI MANUSIA [THE EFFORTS TO SETTLEMENT OF STATE-OWNED PROPERTY IN THE FORM OF LAND ASSETS POST THE 2018 LOMBOK EARTHQUAKE THROUGH A PERSUASIVE-BASED HUMAN RIGHTS APPROACH]. *Al-Ihtiram: Multidisciplinary Journal of Counseling and Social Research*, 2(1), 1-10.
- Piliang, M. Z., Alfarsyi, A. R., Meireni, M., Rahmat, H. K., & Sianipar, I. (2023). Leadership Training Guna Membangun Jiwa Kepemimpinan bagi Guru di Sekolah Dasar Islam. *Indonesian Journal of Emerging Trends in Community Empowerment*, 1(1), 21-26.
- Pratama, J. P., Dewo, L. P., & Rahmat, H. K. (2024). Model Sinergitas Pentahelix dalam Rangka Pengurangan Risiko Bencana di Indonesia: Sebuah Tinjauan Pustaka. *Journal of Current Research in Disaster Response and Emergency Management*, 1(1), 1-6.
- Pratikno, H., Rahmat, H. K., & Sumantri, S. H. (2020). Implementasi Cultural Resource Management dalam Mitigasi Bencana pada Cagar Budaya di Indonesia. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 7(2), 427-436.
- Priambodo, A., Widyaningrum, N., & Rahmat, H. K. (2020). Strategi Komando Resor Militer 043/Garuda Hitam dalam Penanggulangan Bencana Alam di Provinsi Lampung. *Perspektif*, 9(2), 307-313.
- Priantoro, A. U., Rahmat, H. K., Prihantoro, A., Dragon, B., & Wahyuningtyas, A. (2024). Peningkatan Pemahaman Ancaman Bencana di Kabupaten Subang pada Saka SAR Kabupaten Subang Melalui Edukasi Mitigasi Bencana. *Jurnal Relawan dan Pengabdian Masyarakat REDI*, 2(1), 1-6.
- Putri, H. R., Metiadini, A., Rahmat, H. K., & Ukhsan, A. (2020). Urgensi pendidikan bela negara guna membangun sikap nasionalisme pada generasi millennial di Indonesia. *Al-Muaddib: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Keislaman*, 5(2), 257-271.
- Rahmanisa, R., Rahmat, H. K., Cahaya, I., Annisa, O., & Pratiwi, S. (2021). Strategi Mengembangkan Resiliensi Individu di Tengah Masa Pandemi COVID-19 Menggunakan Islamic Art Therapy [Strategy to Develop Individual Resilience in The Middle of The COVID-19 Pandemic using Islamic Art Therapy]. *Journal of Contemporary Islamic Counselling*, 1(1), 39-52.
- Rahmat, H. K. (2019). Implementasi strategi layanan bimbingan dan konseling komprehensif bagi siswa tunanetra di MTs Yaketunis Yogyakarta. *Hisbah: Jurnal Bimbingan Konseling dan Dakwah Islam*, 16(1), 37-46.
- Rahmat, H. K. (2019). Mobile learning berbasis appypie sebagai inovasi media pendidikan untuk digital natives dalam perspektif islam. *Tarbawi: Jurnal Pendidikan Islam*, 16(1).
- Rahmat, H. K. (2023). Penggunaan Layanan Bimbingan Klasikal Guna Meningkatkan Literasi Kebencanaan Bagi Siswa [Using Classical Guidance Services To Improve Disaster Literacy For Students]. *Al-Ihtiram: Multidisciplinary Journal of Counseling and Social Research*, 2(2), 83-92.

- Rahmat, H. K. (2024). Development of Nationalism Attitude in The Millenial Generation Through National Defense Education. *Journal of Current Research in Humanities, Social Sciences, and Business*, 1(1), 1-8.
- Rahmat, H. K. (2024). PSIKOLOGI BENCANA: SEBUAH KAJIAN DALAM MEMITIGASI DAMPAK PSIKOLOGIS PASCA BENCANA BAGI MASYARAKAT URBAN. *Al-Isyraq: Jurnal Bimbingan, Penyuluhan, dan Konseling Islam*, 7(2), 599-610.
- Rahmat, H. K., & Alawiyah, D. (2020). Konseling traumatik: Sebuah strategi guna mereduksi dampak psikologis korban bencana alam. *Jurnal Mimbar: Media Intelektual Muslim dan Bimbingan Rohani*, 6(1), 34-44.
- Rahmat, H. K., & Budiarto, A. (2021). Mereduksi dampak psikologis korban bencana alam menggunakan metode biblioterapi sebagai sebuah penanganan trauma healing [Reducing the psychological impact of natural disaster victims using bibliotherapy method as a trauma healing handler]. *Journal of Contemporary Islamic Counselling*, 1(1), 25-38.
- Rahmat, H. K., & Kurniadi, A. (2020). Integrasi dan interkoneksi antara pendidikan kebencanaan dan nilai-nilai Qur'ani dalam upaya pengurangan risiko bencana di sekolah menengah pertama. *Prosiding Konferensi Integrasi Interkoneksi Islam dan Sains*, 2, 455-461.
- Rahmat, H. K., & Pernanda, S. (2021). The Importance of Disaster Risk Reduction Through The Participation of Person with Disabilities in Indonesia. *Proceeding Iain Batusangkar*, 1(1), 137-148.
- Rahmat, H. K., Achadi, A. H., Akbar, A. A., Basri, A. S. H., & Yurika, R. E. (2024). Pembelajaran Mitigasi Bencana Berbasis Kearifan Lokal: Sebuah Inovasi dalam Membangun Resiliensi Sekolah. *Prosiding Konseling Kearifan Nusantara (KKN)*, 3, 444-453.
- Rahmat, H. K., Banjarhanor, J., Ma'rufah, N., & Widana, I. D. K. K. (2020). Pemberdayaan Masyarakat oleh Bintara Pembina Desa (Babinsa) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Rakyat. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 7(1), 91-107.
- Rahmat, H. K., Fajrian, A., & Ma'rufah, N. (2022, September). Preventing Genetic Diseases Through Genetic Counseling to Build a Harmonious Family: a Narrative Review. In *International Conference on Islamic Guidance and Counseling* (Vol. 2, pp. 110-119).
- Rahmat, H. K., Frinaldi, A., Rembrandt, R., & Lanin, D. (2024). MODEL KESIAPSIAGAAN BENCANA BERBASIS SEKOLAH MELALUI PROGRAM SATUAN PENDIDIKAN AMAN BENCANA DI KOTA TANGERANG. *Al-Isyraq: Jurnal Bimbingan, Penyuluhan, dan Konseling Islam*, 7(3), 655-668.
- Rahmat, H. K., Hasrian, H., & Bimantara, M. A. (2023). Membangun Kesiapsiagaan Bencana pada Siswa Melalui BLU-DISCARE sebagai Inovasi Pendidikan Kebencanaan di Sekolah Guna Mewujudkan Generasi Tangguh Bencana. *Jagratar: Journal of Disaster Research*, 1(2), 49-58.
- Rahmat, H. K., Hiram, T. P. B. P. S., Alamsyah, A. N., & Bimantara, M. A. (2024). Upaya Peningkatan Budaya Sadar Bencana Pada Siswa Guna Meningkatkan Kesiapsiagaan SMA Terpadu Baitul Hikmah Depok. *Indonesian Journal of Emerging Trends in Community Empowerment*, 2(1), 1-10.
- Rahmat, H. K., Madjid, M. A., & Pernanda, S. (2020). Kolektivitas sebagai sistem nilai Pancasila dalam perkembangan lingkungan strategis di Indonesia: suatu studi reflektif. *Bhineka Tunggal Ika: Kajian Teori dan Praktik Pendidikan PKn*, 7(2), 83-95.

- Rahmat, H. K., Muzaki, A., & Pernanda, S. (2021, March). Bibliotherapy as an alternative to reduce student anxiety during COVID-19 pandemic: A narrative review. In *Proceeding international conference on science and engineering* (Vol. 4, pp. 379-382).
- Rahmat, H. K., Nurmalasari, E., & Falah, N. (2018). Pelaksanaan Bimbingan Kelompok Terinternalisasi Nilai-nilai Kearifan Lokal (Local Wisdom) dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa Underachiever. In *Prosiding Seminar Nasional Konvensi BK ke-XX & Kongres ABKIN ke-XIII*.
- Rahmat, H. K., Pernanda, S., Casmini, C., Budiarto, A., Pratiwi, S., & Anwar, M. K. (2021). Urgensi Altruisme dan Hardiness pada Relawan Penanggulangan Bencana Alam: Sebuah Studi Kepustakaan [The Urgency of Altruism and Resilience in Natural Disaster Management Volunteers: A Literature Study]. *Acta Islamica Counsenesia: Counselling Research and Applications*, 1(1), 45-58.
- Rahmat, H. K., Pernanda, S., Hasanah, M., Muzaki, A., Nurmalasari, E., & Rusdi, L. (2021). Model pembelajaran discovery learning guna membentuk sikap peduli lingkungan pada siswa sekolah dasar: sebuah kerangka konseptual. *Adi Widya: Jurnal Pendidikan Dasar*, 6(2), 109-117.
- Rahmat, H. K., Pratikno, H., Gustaman, F. A. I., & Dirhamsyah, D. (2020). Persepsi Risiko dan Kesiapsiagaan Rumah Tangga dalam Menghadapi Bencana Tanah Longsor di Kecamatan Sukaraja Kabupaten Bogor. *SOSIOHUMANIORA: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Humaniora*, 6(2), 25-31.
- Rahmat, H. K., Rahman, F. A., Raharjo, D. H., Hasrian, H., & Akbar, A. A. (2023). Peningkatan Literasi Kebencanaan pada Masa Tanggap Darurat Bencana pada Mahasiswa Manajemen Bencana Melalui Kunjungan Ilmiah ke Human Initiative Headquarter Depok. *Jurnal Relawan dan Pengabdian Masyarakat REDI*, 1(2), 61-66.
- Rahmat, H. K., Ramadhani, R. M., Ma'rufah, N., Gustaman, F. A. I., Sumantri, S. H., & Adriyanto, A. (2020). Bantuan China Berupa Alat Uji Cepat COVID-19 kepada Filipina: Perspektif Diplomacy and International Lobbying Theory. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 30(1), 19-27.
- Rahmat, H. K., Salsabila, N. R., Nurliawati, E., Yurika, R. E., Mandalia, S., Pernanda, S., & Arif, F. (2022, June). Bibliokonseling Berbasis Nilai-Nilai Sumbang Duo Baleh dalam Membangun Karakter Positif bagi Remaja di Minangkabau. In *National Conference on Educational Science and Counselling* (Vol. 2, No. 1).
- Rahmat, H. K., Sari, F. P., Hasanah, M., Pratiwi, S., Ikhsan, A. M., Rahmanisa, R., ... & Fadil, A. M. (2020). Upaya pengurangan risiko bencana melalui pelibatan penyandang disabilitas di Indonesia: Sebuah tinjauan kepustakaan. *Jurnal Manajemen Bencana (JMB)*, 6(2).
- Rahmat, H. K., Syah, R., & Putra, A. R. (2024). Bantuan Kemanusiaan sebagai Alat Diplomasi Bencana: Sebuah Ulasan di Tengah Menghadapi Krisis Global. *Civil and Military Cooperation Journal*, 1(1), 33-42.
- Saputra, I., & Rahmat, H. K. (2024). Evaluasi Kinerja Karyawan dalam Suatu Perusahaan: Sebuah Kajian Kepustakaan. *Journal of Current Research in Management, Policy, and Social Studies*, 1(1), 19-24.

- Solihin, D., & Suwatama, E. E. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Pedes Mampus. *AMANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(2), 1-9.
- Syarifah, H., Poli, D. T., Ali, M., Rahmat, H. K., & Widana, I. D. K. K. (2020). Kapabilitas Badan Penanggulangan Bencana Daerah Kota Balikpapan dalam Penanggulangan Bencana Kebakaran Hutan dan Lahan. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 7(2), 398-407.
- Syazali, M., Rahmat, H. K., Widana, I. D. K. K., Supena, E. D. J., Basuki, R., Fendiyanto, M. H., ... & Awwanah, M. (2023). Workshop Manajemen dan Substansi Pengelolaan Jurnal Ilmiah Menuju Jurnal Terakreditasi Nasional dan Internasional. *Indonesian Journal of Emerging Trends in Community Empowerment*, 1(1), 27-34.
- tirto.id, (2023) Senjakala Toko Buku di Indonesia, Adaptasi Jadi Kunci Bertahan <https://tirto.id/senjakala-toko-buku-di-indonesia-adaptasi-jadi-kunci-bertahan-gK3Z>
- Utama, D. B., Prewito, H. B., Pratikno, H., Kurniadi, Y. U., & Rahmat, H. K. (2020). Kapasitas pemerintah Desa Dermaji Kabupaten Banyumas dalam pengurangan risiko bencana. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 7(3), 598-606.
- Wahyuni, E. S., Suparmoko, Y. H., & Rahmat, H. K. (2024). Peningkatan Softskill Penulisan Tugas Akhir pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Bencana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur Melalui Pelatihan Penggunaan Mendeley. *Jurnal Relawan dan Pengabdian Masyarakat REDI*, 2(1), 13-18.
- Widyaningrum, N., Rahmat, H. K., & Maarif, S. (2020). Langkah Taktis Gaya Kepemimpinan Gubernur Bali I Wayan Koster Dalam Pencegahan Penyebaran Covid-19 Di Provinsi Bali. *Jurnal Manajemen Bencana (JMB)*, 6(2).
- Wulandari, F., & Rahmat, H. K. (2024). Tingkat Resiliensi Siswa Kelas X Madrasah Aliyah Negeri Lumajang Pasca Bencana Erupsi Gunung Semeru Tahun 2021. *Contiguity: Jurnal Psikologi*, 20(2), 10-19.
- Yuliarta, I. W., & Rahmat, H. K. (2021). Peningkatan kesejahteraan melalui pemberdayaan masyarakat pesisir berbasis teknologi sebagai upaya memperkuat keamanan maritim di Indonesia. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 23(1), 180-189.
- Yuliati, Y., & Indah, N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Sinar Serayu Abadi Semarang. *Jurnal Ilmiah*
- Yurika, R. E., Rahmat, H. K., & Widyastuti, C. (2022, June). Integrasi Layanan Bimbingan dan Konseling dengan Kurikulum Berbasis Budaya Yogyakarta untuk Membangun Cultural Awareness. In *National Conference on Educational Science and Counselling* (Vol. 2, No. 1).
- Zakiyah, A., Rahmat, H. K., & Sa'adah, N. (2022). Peran konselor lintas agama dan budaya sebagai problem solving masyarakat multibudaya [The role of cross-religious and cultural counselors as a multi-cultural community solving problem]. *Al-Ihtiram: Multidisciplinary Journal of Counseling and Social Research*, 1(1), 45-60.