

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Ac Daya Teknik Di Kota Depok

Shendy Sulaeman

kocenajah@gmail.com

Universitas Pamulang

Wawan Supriyatna

dosen01806@unpam.ac.od

Universitas Pamulang

Korespondensi penulis: *kocenajah@gmail.com*

Abstract. *The purpose of this study was to determine the effect of Service Quality and Price on Customer Satisfaction at the Daya Teknik AC Store in Depok City, both partially and simultaneously. The method used is quantitative. The sampling technique uses simple random sampling technique, the sample in this study amounted to 69 respondents. Data analysis uses validity test, reliability test, classical assumption test, regression analysis, correlation coefficient analysis, determination coefficient analysis, and hypothesis test. The results of this study are that Service Quality affects Customer Satisfaction with the regression equation $Y = 11.892 + 0.338 X1$. Hypothesis testing obtained a calculated t value $> t$ table or $(4.375 > 1.996)$ This is also reinforced by the sig value. $< sig.0.000$ or $(0.000 < 0.050)$. Thus, H_01 is rejected and H_a1 is accepted, this shows that partially there is a positive and significant influence between Service Quality and Customer Satisfaction at the Daya Teknik AC Store in Depok City. Price affects Customer Satisfaction with the regression equation $Y = 35.235 + 0.295 X2$. Hypothesis testing obtained a value of $t >$ calculated t table or $(2.884 > 1.996)$ this is also reinforced by the sig. $< sig.0.005$ or $(0.005 < 0.050)$. Thus, H_02 is rejected and H_a2 is accepted, this shows that partially there is a positive and significant influence between Price on Customer Satisfaction at the Daya Teknik AC Store in Depok City. Service Quality and Price affect Customer Satisfaction with the regression equation $Y 19.701 + 0.290 X1 0.174 X2$. Hypothesis testing obtained a value of F count $> F$ table or $(11.363 > 2.750)$, this is also reinforced by the sig. $< sig. 0.000$ or $(0.000 < 0.050)$. Thus, H_03 is rejected and H_a3 is accepted, this shows that simultaneously there is a positive and significant influence between Service Quality and Price together on Customer Satisfaction at the Daya Teknik AC Store in Depok City.*

Keywords: *Service Quality, Price, And Customer Satisfaction*

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko AC Daya Teknik di Kotas Depok baik secara parsial maupun secara simultan. Metode penelitian yang digunakan menggunakan metode kuantitatif yang bersifat asosiatif dengan jumlah populasi sebesar 226. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini berjumlah 69 responden. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini adalah kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dengan persamaan

Received Januari 20, 2023; Revised Januari 26, 2023; Februari 7, 2024

* Shendy Sulaeman, *kocenajah@gmail.com*

regresi $Y = 11,892 + 0.338 X_1$. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel atau ($4,375 > 1,996$) Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai $sig. < sig.0,000$ atau ($0,000 < 0,050$). Dengan demikian maka H_01 ditolak dan H_a1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko AC Daya Teknik di Kota Depok. Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dengan persamaan regresi $Y = 35,235 + 0.295 X_2$. Uji hipotesis diperoleh nilai $t > t$ hitung t tabel atau ($2,884 > 1,996$) hal tersebut juga diperkuat dengan nilai $sig. < sig.0,005$ atau ($0,005 < 0,050$). Dengan demikian maka H_02 ditolak dan H_a2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko AC Daya Teknik di Kota Depok. Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dengan persamaan regresi $Y = 19,701 + 0,290 X_1 + 0,174 X_2$. Uji hipotesis diperoleh nilai F hitung $> F$ tabel atau ($11.363 > 2,750$), hal ini juga diperkuat dengan nilai $sig. < sig. 0,000$ atau ($0,000 < 0,050$). Dengan demikian maka H_03 ditolak dan H_a3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko AC Daya Teknik di Kota Depok.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kepuasan Pelanggan

LATAR BELAKANG

Pada era saat ini, yang telah mengalami ekspansi dan perkembangan yang luar biasa, memiliki dampak besar pada sektor bisnis dalam beberapa hal penting. Setiap perusahaan perlu mencari cara yang lebih efisien untuk mempertahankan pangsa pasarnya dan meningkatkan kinerja perusahaannya secara keseluruhan sehingga dapat bersaing secara efektif di pasar. Selain itu, perusahaan harus dapat memahami kebutuhan dan keinginan pasar sasaran. Tujuan bisnis dapat dicapai melalui penggunaan strategi pemasaran yang mempromosikan produk perusahaan. Dapat dikatakan bahwa inisiatif pemasaran adalah fokus utama organisasi dan tentu saja memberikan banyak nilai. Karena bisnis perlu memenuhi persyaratan pelanggannya agar berhasil, serta mempertahankan pijakan di pasar terhadap pesaingnya, rencana pemasaran yang kuat diperlukan perusahaan bisnis. Jika seorang pengusaha ingin sukses dalam dunia bisnis yang sangat kompetitif saat ini, ia akan sangat memperhatikan tingkat kepuasan yang dialami pelanggannya. Produk yang menjangkau pasar dibuat dengan menggunakan metode yang berkualitas tinggi dan memiliki sejumlah karakteristik yang dapat meningkatkan tingkat kepuasan yang dialami pelanggan. Sejauh mana suatu perusahaan memuaskan pelanggannya merupakan salah satu tanda keberhasilan perusahaan tersebut. Jika sebuah perusahaan ingin membuat pelanggannya senang, ia harus mampu memberikan layanan pelanggan yang unggul dan menghasilkan produk yang berkualitas tinggi. Selain itu, harga yang dibayar pelanggan merupakan salah satu faktor yang diperhitungkan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Pertimbangan lain adalah pendapat pelanggan bahwa produk tersebut adalah merek terbaik dalam hal potensi kepuasan mereka di masa depan.

Bisnis barang dan jasa semacam ini tidak hanya Toko AC Daya Teknik di kota Depok saja namun masih banyak lainnya, yang menyediakan kebutuhan jasa dan peralatan elektronik lainnya untuk masyarakat, tetapi dengan strategi pelayanan yang berbeda-beda. Berbagai kebutuhan peralatan elektronik tersedia untuk konsumen atau pelanggan. Namun di Toko AC Daya Teknik di kota DEPOK ini berfokus pada service AC beserta kebutuhan suku cadangnya.

Kepuasan pelanggan dan layanan berkualitas tinggi dapat memengaruhi seberapa antusias klien pada kesempatan berikutnya. Kepuasan pelanggan dimulai dengan kualitas layanan yang tinggi. Pelanggan mempertimbangkan metode pemberian layanan serta hasil ketika mengevaluasi kualitas layanan.

KAJIAN TEORITIS

Menurut Kotler & Keller dalam Septianingrum (2023:279) “Kualitas Pelayanan merupakan model yang menggambarkan kondisi konsumen dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan”. Pelayanan merupakan aktivitas atau hasil yang biasanya tidak kasat mata, yang dapat ditawarkan oleh sebuah lembaga pada pihak lain dan hasilnya tidak dapat dimiliki oleh pihak lain tersebut. Dalam hal ini, pelayanan merupakan jasa atau layanan yang disampaikan atau diberikan oleh pemilik jasa yang bisa berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah tamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

Menurut Indrasari (2019:103) harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Sedangkan menurut Tjiptono dalam Sutrayani & Anggraini (2021:567) adalah Harga adalah sejumlah uang (satuan moneter) dan ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa.

Menurut Kotler dan Keller (2016:33) mengatakan kepuasan pelanggan sebagai berikut: *“Satisfaction reflects a person’s judgment of a product’s perceived performance in relationship to expectations. If performance falls short of expectations, the customer is disappointed. If it matches expectations, the customer is satisfied. If it exceeds them, the customer is delighted”* yang artinya kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk yang dirasakan dalam kaitannya dengan harapan. Apabila kinerja jauh dari ekspektasi, pelanggan kecewa. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika melebihi ekspektasi, pelanggan senang

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:17) “Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random atau acak, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Sugiyono (2019:206) berpendapat bahwa analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggaambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Menurut Sugiyono (2019:148) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi bukan hanya manusia tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pelanggan Toko AC Daya Teknik depok yang berjumlah 226 pelanggan. Menurut Sugiyono (2019:149) “Sampel adalah bagian dari

jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji hipotesis uji T

Hasil Uji T Variabel Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.892	3.044		3.907	.000
	Kualitas Pelayanan	.338	.077	.471	4.375	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah oleh penulis 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (4,375 > 1,996) dan nilai sig. < sig.0,000 atau (0,000 < 0,000). Dengan demikian maka Ho1 ditolak dan Ha1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko AC Daya Teknik di Kota Depok.

Tabel 4. 28 Hasil Uji t Variabel Harga (X2) terhadap Keputusan Pelanggan(Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	35.235	3.530		9.983	.000
	HARGA	.295	.102	.332	2.884	.005

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber: Data diolah oleh penulis 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (2,884 > 1,996) Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai sig. < sig.0,050 atau (0,005 < 0,050). Dengan demikian maka Ho2 ditolak dan Ha2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko AC Daya Teknik di Kota Depok.

Hasil uji F

Hasil Uji F Variabel kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	195.968	2	97.984	11.363	.000 ^b
	Residual	569.105	66	8.623		
	Total	765.072	68			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), HARGA, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data diolah oleh penulis 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (11,363 > 3,136), dan nilai sig. < sig. 0,050 atau (0,000 < 0,050). Dengan demikian maka Ho3 ditolak dan Ha3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang

positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko AC Daya Teknik di Kota Depok.

Pembahasan Penelitian

Berdasarkan hasil pengujian statistik, terlihat bahwa variabel-variabel bebas secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap variabel terikat. Pengaruh dari kedua variabel tersebut bersifat positif dan signifikan, dengan Kualitas Pelayanan dan Harga Toko AC Daya Teknik di Kota Depok akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan baik secara parsial maupun secara simultan. Hal tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan serta hasil penelitian sebelumnya. Pengaruh variabel-variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai regresi $Y = 11,892 + 0,338 X_1$, nilai koefisien korelasi sebesar 0,471 yang berarti nilai tersebut berada pada rentang “0,400 – 0,599” yang berarti tingkat hubungan variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) termasuk dalam tingkat hubungan yang Sedang. Hasil uji koefisien determinasi secara parsial antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan yaitu R Square sebesar 0,222 atau 22,2%, artinya besarnya kontribusi variabel kualitas Pelayanan (X1) dan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 22,2% sedangkan sisanya $100\% - 22,2\% = 77,8\%$ dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(4,375 > 1,996)$ Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai $sig. < sig.0,000$ atau $(0,000 < 0,050)$. Dengan demikian maka H_01 ditolak dan H_a1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko AC Daya Teknik di Kota Depok.

Pengaruh Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai regresi $Y = 35,235 + 0,295 X_2$, nilai koefisien korelasi sebesar 0,332 dilihat dari pedoman nilai interpretasi korelasi nilai tersebut berada pada rentang “0,200 – 0,399” yang berarti tingkat hubungan variabel Harga (X2) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) termasuk dalam tingkat hubungan yang Rendah. Hasil uji koefisien determinasi secara parsial antara variabel harga terhadap keputusan pembelian yaitu R Square sebesar 0,110 atau 11%, artinya besarnya kontribusi variabel Harga (X2) dan terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 11%, sedangkan sisanya $100\% - 11\% = 89\%$ dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(2,884 > 1,996)$ hal tersebut juga diperkuat dengan nilai $sig. < sig.0,005$ atau $(0,005 < 0,050)$. Dengan demikian maka H_02 ditolak dan H_a2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko AC Daya Teknik di Kota Depok.

Pengaruh Promosi (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai regresi $Y = 19,701 + 0,290 X_1 + 0,174 X_2$. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,506 korelasi X1 dan X2 terhadap Y dilihat dari pedoman nilai interpretasi korelasi nilai tersebut berada pada rentang “0,400 – 0,599” yang berarti tingkat hubungan variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan variabel Harga (X2) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) termasuk dalam tingkat hubungan yang Sedang. Hasil uji koefisien determinasi sebesar 0,256 atau 25,6%, artinya besarnya kontribusi variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 25,6% sedangkan sisanya $100\% - 25,6\% = 74,4\%$ dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti. Uji Hipotesis diperoleh nilai F

hitung $> F$ tabel atau ($11.363 > 2,750$), hal ini juga diperkuat dengan nilai sig. $< \text{sig. } 0,000$ atau ($0,000 < 0,050$). Dengan demikian maka H_03 ditolak dan H_a3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko AC Daya Teknik di Kota Depok.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penjelasan pada bab-bab sebelumnya dan dari hasil analisis serta pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko AC Daya Teknik di Kota Depok dapat diketahui bahwa **Pertama**, Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai regresi $Y = 11,892 + 0,338 X_1$, nilai koefisien korelasi sebesar 0,471 yang berarti nilai tersebut berada pada rentang “0,400 – 0,599” yang berarti tingkat hubungan variabel Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) termasuk dalam tingkat hubungan yang Sedang. Hasil uji koefisien determinasi secara parsial antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan yaitu R Square sebesar 0,222 atau 22,2%, artinya besarnya kontribusi variabel kualitas Pelayanan (X_1) dan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 22,2% sedangkan sisanya $100\% - 22,2\% = 77,8\%$ dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel atau ($4,375 > 1,996$) Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai sig. $< \text{sig. } 0,000$ atau ($0,000 < 0,050$). Dengan demikian maka H_01 ditolak dan H_a1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko AC Daya Teknik di Kota Depok. **Kedua**, Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai regresi $Y = 35,235 + 0,295 X_2$, nilai koefisien korelasi sebesar 0,332 dilihat dari pedoman nilai interpretasi korelasi nilai tersebut berada pada rentang “0,200 – 0,399” yang berarti tingkat hubungan variabel Harga (X_2) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) termasuk dalam tingkat hubungan yang Rendah. Hasil uji koefisien determinasi secara parsial antara variabel harga terhadap keputusan pembelian yaitu R Square sebesar 0,110 atau 11%, artinya besarnya kontribusi variabel Harga (X_2) dan terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 11%, sedangkan sisanya $100\% - 11\% = 89\%$ dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel atau ($2,884 > 1,996$) hal tersebut juga diperkuat dengan nilai sig. $< \text{sig. } 0,005$ atau ($0,005 < 0,050$). Dengan demikian maka H_02 ditolak dan H_a2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko AC Daya Teknik di Kota Depok. **Ketiga**, Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai regresi $Y = 19,701 + 0,290 X_1 + 0,174 X_2$. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,506 korelasi X_1 dan X_2 terhadap Y dilihat dari pedoman nilai interpretasi korelasi nilai tersebut berada pada rentang “0,400 – 0,599” yang berarti tingkat hubungan variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan variabel Harga (X_2) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) termasuk dalam tingkat hubungan yang Sedang. Hasil uji koefisien determinasi sebesar 0,256 atau 25,6%, artinya besarnya kontribusi variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 25,6% sedangkan sisanya $100\% - 25,6\% = 74,4\%$ dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti. Uji Hipotesis diperoleh nilai F hitung $> F$ tabel atau ($11.363 > 2,750$), hal ini juga diperkuat dengan nilai sig. $< \text{sig. } 0,000$ atau ($0,000 < 0,050$). Dengan demikian maka H_03 ditolak dan H_a3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko AC Daya Teknik di Kota Depok.

DAFTAR REFERENSI

Buku:

- Achmad Rizal, (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0*. Yogyakarta : Cv Budi Utama.
- Algifari, (2018). *Statistika Deskriptif Plus untuk ekonomi dan bisnis*: Yogyakarta.
- Astuti, M. & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish
- Elbadiansyah. (2023). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta : Deepublish.
- Fakhrudin, Arif., dkk. (2022). *Bauran Pemasaran*. Sleman : Deepublish.
- Ghozali, Imam. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Kelima. Semarang : Badan Penerbit Undip.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya : Unitomo Press.
- Kotler, Philip dan Keller. (2016). *Marketing management 15e*. Boston: Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London : Pearson Education.
- Ruyatnasih, Y., & Megawati, L. (2018). *Pengantar Manajemen : Teori, Fungsi dan Kasus*. Yogyakarta : Absolute Media.
- Santoso, Singgih. (2015). *Menguasai Statistik Multivariat*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Satriadi dkk. (2022). *Pengantar Manajemen*. Pasaman Barat : CV. Azka Pustaka.
- Sholikhah dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran : Saat Ini dan Masa Depan*. Cirebon : Penerbit Insania.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Supangat, A. (2015). *Statistika dalam Kajian Deskriptif, Inferensi dan Non Parametric. Edisi Pertama*. Kencana. Jakarta : Prenada Media Group.
- Suprpto, Rifqi., & Azizi, M. Z. W. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Ponorogo : Myria Publisher.
- Tjiptono, Fandy., & Gregorius Chandra. (2016). *Service, Quality & Satisfaction, Edisi 4*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Pemasaran Jasa Edisi Terbaru*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.

Jurnal:

- Aryanti, S., & Supriyatna, W. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Bright Gas 5, 5Kg pada PT Parung Kencana Jaya, Kabupaten Bogor. *SOCIORA: The Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(2), 111-125.
- Dewi, N. F., & Irawan, R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UD Bayu Buana Gas. *Jurnal Cakrawala Akademika*, 1(2), 150-161.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh promosi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 61-72.
- Havidz, H. B. H., & Suprpto, E. (2021). The Role And Function Of Management In Global Organizations. *Dinasti International Journal Of Digital Business Management*, 2(4), 744-753.
- Ismanto, W., Zulkifli, Z., Munzir, T., Tanjung, R., & Anggraini, D. (2021). Pengaruh Lokasi Usaha dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *JURNAL DIMENSI*, 10(2), 409-424.

- Juniantara, I. M. A., & Sukawati, T. G. R. (2018). Pengaruh persepsi harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Manajemen Unud*, 7(11), 5955– 5982.
- Kasmad, K., & Fauziah, S. (2023). Membangun Kepuasan Konsumen Melalui Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Pada Usaha Konveksi Alfira Di Bogor. *Jurnal Arastirma*, 3(2), 360-367.
- Komaling, S. D., & Kurniawan, P. H. (2020). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT SANRISH Indonesia. *Jurnal Scientia*, 7(2), 270-277.
- Lan, A., & Wangdra, Y. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sandal Eiger pada E-Commerce Shopee. *JURNAL ILMIAH FEASIBLE (JIF)*, 5(2), 71-83.
- Lesmana, R., & Ratnasari, D. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2), 115-129.
- Lumempow, K. R., Worang, F. G., & Gunawan, E. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen pada swiss belhotel maleosan manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 1-11.
- Masili, V., Lumanauw, B., & Tielung, M. V. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Toko Bahan Bangunan Mentari Di Desa SEA Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 32-39.
- Maulidiah, E. P., Survival, S., & Budiantono, B. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Economina*, 2(3), 727-737.
- Munarsih, M., & Pratama, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Indomarco Prismatama Cabang Kemiri Raya Kota Tangerang Selatan. *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*, 2(1), 49-64.
- Nasution, B. S. (2021). Manajemen Dalam Persepektif Al-Quran (Kajian Tafsir). *Jurnal Kajian al-Qur'an dan Hadis*, 2(2), 44–63.
- Nurmin Arianto, M. D. S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Alfamart Cabang Setiabudi Pamulang. *KREATIF : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 10(1), 78–96.
- Septianingrum, A. A., & Martini, I. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kenyamanan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Soto Mas Boed Semarang. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(6), 272-288.
- Silvia, R., & Arifiansyah, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan DI Cillo Coffee. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(2), 662-675.
- Supriyatna, W. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Buah Lokal Di Rumah Buah Bumi Serpong Damai Tangerang Selatan. *Journal Of Humanities*, 1(10), 89-111.

- Susanti, N., & Syahrian, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Pinang). *Jurnal Ilmiah Feasible (Jif)*, 1(1), 55.
- Sutrayani, S., & Anggraini, D. (2021). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 1(4), 565-573.
- Wibowati, J., & Octarinie, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 15-31.
- Yuliyanto, W. (2020). Pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan di Toko Aleea Shopid Kebumen. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 168-172.
- Zainullah, V. C. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Koplakan. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 4(4), 538-549.