



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA INDOMARET NAROGONG DAYEUH CILEUNGSI

M. Albend Pranata^{1*}, Yudi Wibowo²

^{1,2}Universitas Teknologi Digital

History Article

Article history:

Received Mei 13, 2023

Approved Mei 25, 2023

Keywords:

Service quality,
price on customer
satisfaction,

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality and price on customer satisfaction. The method used is descriptive quantitative method. The data collection instrument used a questionnaire. The independent variables are service quality and price, while customer satisfaction is the dependent variable. All statements are valid, reliable, and normal. The effect of service quality and price on customer satisfaction, based on the tests carried out, the results of this study indicate that the reliability value can be seen that the service quality variable (X1) is 0.939, the price variable (X2) is 0.912. Service quality (X1) and price (X2) have a very strong relationship with customer satisfaction, it can be seen from the R Square value of 0.849, which shows that the independent variable consisting of service quality and price can be explained by customer satisfaction 84.9% is able to explain the independent variable, namely customer satisfaction (Y) while the remaining 15.1% is influenced by other variables not examined in this study. Service quality and price have a positive and significant effect on customer satisfaction at Indomaret Narogong Dayeuh Cileungsi.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Adapun metode yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pada variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan harga, sedangkan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat. Semua pernyataan valid, reliabel, dan normal. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan, berdasarkan pengujian yang dilakukan, hasil penelitian ini menunjukkan dengan nilai reliabilitas dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan (X₁)

0,939, variabel harga (X_2) 0,912. Kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat dari nilai *R Square* 0,849, yang menunjukkan variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan dan harga dapat dijelaskan dengan kepuasan pelanggan 84,9% mampu menjelaskan variabel independen yaitu kepuasan pelanggan (Y) sedangkan sisanya 15,1% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Indomaret Narogong Dayeuh Cileungsi.

© 2023 Jurnal Ilmiah Global Education

*Corresponding author email: m11211424@digitechuniversity.ac.id

PENDAHULUAN

Pasar yang kompetitif saat ini, menyediakan pelayanan berkualitas tinggi dengan harga yang wajar adalah kunci untuk mendapatkan kepuasan pelanggan. Pelanggan adalah tulang punggung bisnis apa pun, dan menyediakan pelayanan berkualitas dengan harga terjangkau sangat penting untuk membuat mereka puas. Tulisan ini akan membahas dampak kualitas dan harga pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Harga mengacu pada jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk mendapatkan produk atau pelayanan. Ini adalah faktor penting dalam proses pengambilan keputusan pelanggan, karena pelanggan selalu mencari nilai terbaik untuk uang mereka. Harga yang tinggi dapat menyebabkan penurunan permintaan untuk produk atau pelayanan, sementara harga yang rendah dapat menyebabkan pertanyaan tentang kualitas produk atau pelayanan.

Kualitas dan harga pelayanan adalah dua faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelanggan ingin menerima pelayanan berkualitas tinggi dengan harga yang wajar, dan jika mereka tidak mendapatkannya, mereka cenderung tidak puas. Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan dapat dijelaskan sebagai berikut:

Memberikan pelayanan berkualitas tinggi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelanggan lebih cenderung kembali ke bisnis jika mereka menerima pelayanan berkualitas tinggi, dan mereka lebih cenderung merekomendasikan bisnis tersebut kepada orang lain. Pelayanan berkualitas tinggi juga mengarah pada pemasaran dari mulut ke mulut yang positif, yang dapat mengarah pada peningkatan bisnis dan pendapatan.

Hubungan antara kualitas pelayanan dan harga sangat kompleks. Pelanggan bersedia membayar harga yang lebih tinggi untuk pelayanan berkualitas tinggi, tetapi hanya sampai titik tertentu. Jika harganya terlalu tinggi, pelanggan mungkin tidak mau membayarnya, bahkan untuk pelayanan berkualitas tinggi. Demikian pula, pelanggan mungkin bersedia menerima kualitas pelayanan yang lebih rendah jika harganya lebih rendah.

Indomaret adalah jaringan ritel waralaba di Indonesia. Indomaret merupakan salah satu anak perusahaan Salim Group. Indomaret merupakan jaringan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas penjualan kurang dari 200 m². Dikelolah oleh PT. Indomarc Prisma, cikal bakal pembukaan Indomaret di Kalimantan dan toko pertama dibuka di Ancol, Jakarta utara, pada tahun 1988.

Tahun 1997 perusahaan mengembangkan bisnis gerai waralaba pertama di Indonesia setelah Indomaret teruji dengan dari 230 gerai. Pada Mei 2003 Indomaret meraih penghargaan "Perusahaan Waralaba 2003" dari Presiden Megawati Soekarnoputri. Hingga 2022 Indomaret mencapai 20.000 gerai. Dari total gerai adalah milik sendiri dan ada juga milik masyarakat, yang kantor pusat di Pantai Indah Kapuk, Jakarta Utara, dan memiliki kantor cabang di Bali, Bandar Lampung, Bandung, Banjarmasin, Batam, Bengkulu, Bogor, Cirebon, Gresik, Jakarta, Jember, Jombang, Klaten, Lebak, Makassar, Malang, Manado, Medan, Palembang, Parung, Pekanbaru, Pontianak, Purwakarta, Samarinda, Surabaya, Sorong,

Tangerang, dan Yogyakarta. Sesuai dengan latar belakang diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
2. Untuk mengetahui harga terhadap kepuasan pelanggan

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2022, hal. 16) menjelaskan Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Objek penelitian ini adalah Indomaret Narogong Dayeuh Cileungsi. Lokasi Tempat penelitian ini adalah Indomaret Narogong Dayeuh Cileungsi yang beralamatkan di Jalan Narogong Kampung Rawajamun, RT/RW 002/004 Desa Dayeuh, Kecamatan Cileungsi, Kabupaten Bogor

Teknik pengumpulan data menggunakan data statistik, kuesioner dengan jumlah sampel 200 responden, serta observasi. Teknik Analisis Data menggunakan deskriptif, dan inferensial dengan menggunakan software SPSS, dengan uji instrumen, uji regresi linear berganda, dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Instrumen

Tabel 1. Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	Total
X1_1	Pearson Correlation	1	,745**	,781**	,690**	,712**	,668**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	200	200	200	200	200	200
X1_2	Pearson Correlation	,745**	1	,672**	,745**	,623**	,643**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	200	200	200	200	200	200
X1_3	Pearson Correlation	,781**	,672**	1	,692**	,832**	,710**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	200	200	200	200	200	200
X1_4	Pearson Correlation	,690**	,745**	,692**	1	,697**	,629**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	200	200	200	200	200	200
X1_5	Pearson Correlation	,712**	,623**	,832**	,697**	1	,711**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	200	200	200	200	200	200
X1_6	Pearson Correlation	,668**	,643**	,710**	,629**	,711**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	200	200	200	200	200	200
X1_7	Pearson Correlation	,667**	,632**	,693**	,626**	,688**	,736**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	200	200	200	200	200	200
Total	Pearson Correlation	,869**	,835**	,892**	,839**	,876**	,859**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	200	200	200	200	200	200

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

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat kita lihat bahwa perhitungan Sig. pada kualitas pelayanan adalah di bawah 0,05 berarti data pada kuesioner valid atau handal sehingga kuesioner yang dipakai untuk analisis berikutnya.

Tabel 2. Uji Validitas Variabel Harga
Correlations

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	Total
X2_1	Pearson Correlation	1	,702**	,717**	,675**	,873**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	200	200	200	200	200
X2_1	Pearson Correlation	,702**	1	,774**	,752**	,905**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	200	200	200	200	200
X2_3	Pearson Correlation	,717**	,774**	1	,752**	,901**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	200	200	200	200	200
X2_4	Pearson Correlation	,675**	,752**	,752**	1	,890**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	200	200	200	200	200
Total	Pearson Correlation	,873**	,905**	,901**	,890**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	200	200	200	200	200

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

Sumber: Data kuesioner yang diolah, 2023

Berdasarkan analisis data di atas dapat nilai Sig. di bawah dari 0,05 maka dapat disimpulkan nilai instrumen tersebut valid.

Tabel 3. Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan
Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total
Y1	Pearson Correlation	1	,811**	,841**	,783**	,828**	,892**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	200	200	200	200	200	200
Y2	Pearson Correlation	,811**	1	,759**	,793**	,800**	,919**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	200	200	200	200	200	200
Y3	Pearson Correlation	,841**	,759**	1	,772**	,803**	,908**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	200	200	200	200	200	200
Y4	Pearson Correlation	,783**	,793**	,772**	1	,762**	,906**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	200	200	200	200	200	200
Y5	Pearson Correlation	,828**	,800**	,803**	,762**	1	,924**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	200	200	200	200	200	200
Total	Pearson Correlation	,892**	,919**	,908**	,906**	,924**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	200	200	200	200	200	200

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

Sumber: data kuesioner yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil analisa didapat nilai Sig. dibawah dari 0,05 dapat disimpulkan data pada kuesioner valid atau handal sehingga kuesioner yang dipakai untuk analisis berikutnya.

Tabel 4. Hasil *Cronbach-Alpha* Untuk Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,939	7

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan Tabel di atas nilai Cronbach-alpha 0,825 dengan nilai >0,7 yang berarti pertanyaan-pertanyaan tentang kualitas pelayanan dapat dikatakan reliability layak menjadi dasar analisis

Tabel 5. Hasil *Cronbach-Alpha* Untuk Harga

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,912	4

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan tabel di atas nilai cronbach-alpha 0,912 dengan nilai >0,7 dapat diartikan pertanyaan-pertanyaan mengenai harga reliability sehingga layak menjadi dasar analisis.

Tabel 6. Hasil *Cronbach-Alpha* Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,950	5

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan tabel di atas nilai cronbach-alpha 0,950 dengan nilai >0,7 dapat diartikan pertanyaan-pertanyaan mengenai harga reliability sehingga layak menjadi dasar analisis.

2. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	,488	,558	
	X1	,287	,037	,459
	X2	,470	,057	,489

Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Hasil koefisien regresi pengaruh kualitas pelayanan (X1), harga (X2), terhadap kepuasan pelanggan (Y) tersebut, maka estimasi model persamaan regresi linier berganda adalah:

$$Y = 0,488 + 0,287X_1 + 0,470X_2$$

Tabel 8. Koefisien Determinasi/Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,921 ^a	,849	,847	,91295

Predictors: (Constant), X2, X1

Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Berdasarkan hasil perhitungan tabel diatas dengan melalui program SPSS dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai korelasi (R) diperoleh sebesar = 0,921 yang berarti bahwa hubungan atau tingkat asosiasi variabel bebas yaitu pelayanan dan harga dengan variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan adalah sedang.

- b. Angka Adjusted R Square (nilai koefisien determinasi R²) sebesar 0,849 memberikan kesimpulan variabel kualitas pelayanan dan harga menjelaskan perubahan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

3. Uji Hipotesis

Uji F (Simultan)

Tabel 9. ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	919,680	2	459,840	551,714	<,001 ^b
	Residual	164,195	197	,833		
	Total	1083,875	199			

Dependent Variable: Y

Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel, hal ini juga diperkuat dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 atau yang diperoleh lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, artinya H₀ ditolak, H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Uji T (Parsial)

Tabel 10. Coefficients^a

Model		t	Sig.
(Constant)	,875	,383	
X1	7,686	<,001	
X2	8,186	<,001	

Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Berdasarkan hasil perhitungan tabel diatas dapat diinterpretasikan bahwa:

- Kualitas pelayanan (X1) mempunyai hubungan positif atau searah, hal ini berarti bila kualitas pelayanan ditingkatkan, maka kepuasan pelanggan juga meningkat. Hal ini dibuktikan dengan nilai Thitung untuk variabel X1 sebesar 7,686, hal ini juga dapat dibuktikan dengan nilai signifikan 0,001 ($0,001 < 0,05$), maka dapat disimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- Harga (X2) mempunyai hubungan positif atau searah, hal ini dibuktikan dengan nilai Thitung untuk variabel X2 sebesar 8,186, hal ini dibuktikan juga dengan nilai signifikan 0,001 ($0,001 < 0,05$), maka dapat disimpulkan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Indomaret Narogong Dayeuh Cileungsi

Dari hasil olah data menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Indomaret Narogong Dayeuh Cileungsi dengan nilai Thitung untuk variabel X1 sebesar 7,686, hal ini juga dapat dibuktikan dengan nilai signifikan 0,001 ($0,001 < 0,05$). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jika kualitas pelayanan terpenuhi, dan pelanggan merasa kualitas pelayanan baik serta sesuai dengan apa yang pelanggan inginkan, maka pelanggan akan merasa puas. Dan apabila kualitas pelayanan melebihi apa yang diharapkan pelanggan, maka pelanggan akan merasa sangat puas. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Utami (2015) yang membuktikan adanya hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas melalui kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik dapat menimbulkan kepuasan dan kepuasan pelanggan meningkatkan evaluasi terhadap kualitas pelayanan kembali. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan pelanggan sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan, maka pelayanan tersebut dianggap berkualitas dan memuaskan. Namun apabila pelanggan mendapati bahwa pelayanan yang diterima itu tidak sesuai atau berada di bawah harapan pelanggan, maka pelayanan dapat dianggap tidak berkualitas dan mengecewakan.

Indomaret Narogong Dayeuh Cileungsi dalam hal ini selalu memperhatikan dengan baik konsumennya, kualitas pelayanan yang diberikan adalah kualitas yang maksimal dalam melayani dan

membantu konsumen saat berbelanja di Indomaret Narogong Dayeuh Cileungsi, sehingga konsumen merasa sangat senang dan merasakan kepuasan sebagai pelanggan. Kepuasan sebagai pelanggan selalu dijaga dan dioptimalkan oleh Indomaret Narogong Dayeuh Cileungsi. Dengan hal ini maka, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Indomaret Narogong Dayeuh Cileungsi

Dari hasil olah data menunjukkan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Indomaret Narogong Dayeuh Cileungsi dengan nilai T_{hitung} untuk variabel X_2 sebesar 8,186, hal ini dibuktikan juga dengan nilai signifikan 0,001 ($0,001 < 0,05$). Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan, harga sebagai segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh pelanggan untuk memperoleh, memiliki serta memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Dari hasil jawaban 200 responden yang menjelaskan pendapat mereka dalam kuesioner harga, mayoritas responden menjawab sangat setuju dan setuju. Hal ini menunjukkan hasil dari jawaban untuk masing-masing pertanyaan untuk kuesioner, responden merespon positif. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Vionita, dkk (2016) dimana harga memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan.

Penetapan harga menjadi dasar yang penting bagi Indomaret Narogong Dayeuh Cileungsi, dalam hal itu perusahaan akan menetapkan harga dengan pertimbangan yang matang, dimana harga yang ada di Indomaret adalah harga yang memang sesuai dengan produk dan daya beli masyarakat. Oleh sebab itu harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Indomaret Narogong Dayeuh Cileungsi” maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Indomaret Narogong Dayeuh Cileungsi. Indomaret Narogong Dayeuh Cileungsi dalam hal ini selalu memperhatikan dengan baik konsumennya, kualitas pelayanan yang diberikan adalah kualitas yang maksimal dalam melayani dan membantu konsumen saat berbelanja di Indomaret Narogong Dayeuh Cileungsi, sehingga konsumen merasa sangat senang dan merasakan kepuasan sebagai pelanggan. Kepuasan sebagai pelanggan selalu dijaga dan dioptimalkan oleh Indomaret Narogong Dayeuh Cileungsi
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Indomaret Narogong Dayeuh Cileungsi. Penetapan harga menjadi dasar yang penting bagi Indomaret Narogong Dayeuh Cileungsi, dalam hal itu perusahaan akan menetapkan harga dengan pertimbangan yang matang, dimana harga yang ada di Indomaret adalah harga yang memang sesuai dengan produk dan daya beli masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Gofur (2019) “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan,” *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), hal. 37–44.
- Acmad, E. (2016) *Analisis Penetapan Harga Bensin Eceran Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Lampung.
- Amilia, S. dan Asmara, O. (2017) “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa,” *Jurnal Manajemen dan Keuangan Unsam*, 6(1), hal. 660–669.
- Balaka, M.Y. (2022) *Metode Penelitian Kuantitatif, Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*. Bandung: Widiana.
- Deviani, A. (2019) *Perilaku Perpindahan Merek Sebagai Implikasi Dari Ketidakpuasan Konsumen Dan Kebutuhan Mencari Variasi (Survey pada Konsumen Smartphone Oppo di Megacell Pajajaran Bandung)*, Skripsi. Universitas Komputer Indonesia.
- Efran, M. (2015) *Pengaruh Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mini Market Indomart Talang Betutu*. Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Faradiba (2020) *Penggunaan Aplikasi Spss Untuk Analisis Statistika*. Jakarta: Universitas Kristen Indonesia.
- Fauziah, U.U., Eldine, A. dan Sume, S.A. (2019) “Sales Promotion Dan Harga Terhadap Volume Penjualan,” *Manager Ilmu Manajemen*, 2(1), hal. 145–160.
- Hermanto (2019) *Faktor Pelayanan, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan*. Surabaya: CV. Jakad.
- Hidayat, A. (2013) *Uji F Dan Uji T*. Tersedia pada: <https://www.statistikian.com/2013/01/uji-f-dan-uji-t/>

- t.html (Diakses: 17 Mei 2023).
- Ibrahim, M. dan Thawil, S.M. (2019) "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen," *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), hal. 175–182. Tersedia pada: <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>.
- Indrasari, M. (2019) *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kumaini, A. (2014) "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan Pada Wisma 81 Pekanbaru," in *Skripsi*. Pekanbaru, hal. 8–37.
- Kusuma, T.W.N. dan Puspita, D. (2016) *Aplikasi Komputer dan Pengolahan Data Pengantar Statistik Industri*. Malang: UB Press.
- Machali, I. (2021) *Metode Penelitian Kuantitatif, Laboratorium Penelitian dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Muallawarman, Samarinda, Kalimantan Timur*. Yogyakarta: Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Sunan Kaligaja.
- Meiryani (2021) *Memahami Uji F (Uji Simultan) Dalam Regresi Linear*. Tersedia pada: [https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-f-uji-simultan-dalam-regresi-linear/#:~:text=Uji simultan F \(Uji Simultan,varianbel independen terhadap varianbel dependen.](https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-f-uji-simultan-dalam-regresi-linear/#:~:text=Uji%20simultan%20F%20(Uji%20Simultan,varianbel%20independen%20terhadap%20varianbel%20dependen.) (Diakses: 17 Mei 2022).
- Muslimin, S., Zainab dan Jafar, W. (2020) "Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam," *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 2(1), hal. 1–11.
- Novianti, Endri dan Darlius (2018) "Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan," *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, VIII(1), hal. 90–108.
- Panuntun, D. (2017) *Hubungan Antara Kemampuan Kerja Dengan Kualitas Pelayanan Pada Karyawan Bagian Tata Usaha Di Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, *Skripsi*. Purwokerto.
- Prihastono, E. (2012) "Pengukuran Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Pelayanan Customer Service Berbasis Web," *Dinamika Teknik*, 6(1), hal. 14–24.
- Ramadhini, S.N. (2021) *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Shopee Pada Jasa Pengiriman Barang Sicepat Halu Di Jakarta*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Rohaeni, H. dan Marwa, N. (2018) "Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan," *Majalah Bisnis & IPTEK*, 2(2), hal. 312–318.
- Sambodo, R.S. (2021) "Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran)," *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), hal. 104–114. Tersedia pada: <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>.
- Satria, A.A. (2017) "Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36," *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(1), hal. 45–53.
- Sugiyono (2022) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wahyuni, N. (2014) *Uji Validitas dan Reliabilitas*. Tersedia pada: [https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/#:~:text=Uji validitas adalah uji yang,atau valid tidaknya suatu kuesioner.](https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/#:~:text=Uji%20validitas%20adalah%20uji%20yang,atau%20valid%20tidaknya%20suatu%20kuesioner.) (Diakses: 17 Mei 2023).