

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN PADA TOKO JAKMART DI PD. PASAR JAYA KENARI

Mohamad Aldi Hasan<sup>1</sup>, Veta Lidya Delimah Pasaribu<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang  
[muhamadaldihasan@gmail.com](mailto:muhamadaldihasan@gmail.com)<sup>1</sup>, [veta01889@unpam.ac.id](mailto:veta01889@unpam.ac.id)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Jakmart Di Pd. Pasar Jaya Kenari”. Jenis metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif yang bersifat Asosiatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner yang disebarkan kepada 89 orang responden. Metode yang digunakan untuk menguji dan menganalisis pengaruh secara parsial dan simultan dengan menggunakan analisis regresi, koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji t dan uji f. Pengujian hipotesis kualitas pelayanan (X1) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  8,567 >  $t_{tabel}$  1,663 dan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ , dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Pengujian hipotesis harga (X2) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 10,220 >  $t_{tabel}$  1,663 dan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ , dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel harga terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil uji simultan untuk keseluruhan variabel menunjukkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 59,124 dengan tingkat signifikan 0,000 sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar 3,101. Dengan demikian  $F_{hitung}$  59,124 >  $F_{tabel}$  3,101 dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya hipotesis yang menyatakan variabel kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Koefisien determinasi pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 0,579 atau 57,9%. Sedangkan sisanya 42,1% dipengaruhi oleh variabel lain, diluar penelitian ini.

**Kata Kunci:** Harga, Kualitas Pelayanan,.

### ABSTRACT

*This research aims to determine "The Influence of Service Quality and Price on Consumer Satisfaction at Jakmart Stores in Pd. Pasar Jaya Kenari". This type of research was quantitative research that was associative in nature used data collection techniques through distributed questionnaires which were distributed to 89 respondents. The method used to test and analyze the influence partially and simultaneously is by used regression analysis, correlation coefficient, coefficient of determined, t test and f test. Testing the service quality hypothesis (X1) obtained a t value of 8.567 > t table 1.663 and a significant level of 0.000 < 0.05, thus  $H_0$  was rejected and  $H_a$  was accepted, meaning that partially the service quality variable has a significant effect on Consumer Satisfaction. Testing the price hypothesis (X2) obtained a t value of 10.220 > t table 1.663 and a significant level of 0.000 < 0.05, thus  $H_0$  was rejected and  $H_a$  was accepted, meaning that partially there was a significant influence of the price variable on Consumer*

*Satisfaction. Simultaneous test results for all variables show an Fcount value of 59.124 with a significance level of 0.000 while the Ftable is 3.101. Thus Fcount 59.124 > Ftable 3.101 and significance 0.000 < 0.05. Thus Ha was accepted and Ho was rejected. This means that the hypothesis states that the variables of service quality and price together (simultaneously) have a significant influence on Consumer Satisfaction. The coefficient of determination of the influence of the Service Quality (X1) and Price (X2) variables on Consumer Satisfaction (Y) is 0.579 or 57.9%. Meanwhile, the remaining 42.1% is influenced by other variables, outside this research.*

**Keywords:** *Consumer Satisfaction, Service Quality, Price.*

## **PENDAHULUAN**

Setiap perusahaan dituntut untuk menciptakan strategi bersaing yang baik dan terpadu karena persaingan adalah kunci dari sebuah keberhasilan maupun kegagalan suatu perusahaan. Meningkatnya intensitas persaingan dari para pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dari pada yang dilakukan oleh pesaing ditambah permintaan masyarakat yang semakin meningkat dan beragam menuntut perusahaan untuk dapat menawarkan berbagai jenis produknya jika ingin unggul dan bertahan. Tidak hanya unggul dalam ketersediaan produk akan tetapi banyak hal lain yang harus di terapkan oleh perusahaan tersebut untuk dapat terus bersaing dengan pesaingnya, salah satunya adalah dengan menerapkan promosi yang relevan dan mampu memberikan pelayanan yang baik bagi masyarakat. Seiring berjalannya waktu perkembangan toko ritel semakin berkembang dan menjamur dimana-mana, memenuhi berbagai jenis kebutuhan masyarakat dan berupaya memberikan kualitas yang baik dengan strategi pemasaran yang matang sehingga dapat menciptakan toko ritel berkembang maju.

Bisnis retail Indonesia sedang berkembang pesat, hal ini terlihat dari munculnya nama-nama retail baru di supermarket dan supermarket kecil. Perkembangan perusahaan ritel dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti skala peluang pasar, perubahan gaya hidup, pola konsumsi masyarakat Indonesia, dan upaya pemerintah dalam mendorong pertumbuhan ekonomi melalui pengembangan industri ritel juga harus mampu bersaing untuk menarik konsumen.

Retail adalah suatu kegiatan yang terdiri dari aktivitas- aktivitas bisnis yang terlibat dalam menjual barang dan jasa pada konsumen untuk kepentingan sendiri keluarga ataupun rumah tangga, ritel adalah keseluruhan faktor-faktor yang berpengaruh dalam proses perdagangan ritel yaitu perdagangan langsung barang dan jasa kepada Konsumen Kebutuhan dan keinginan konsumen. Ritel saat ini mengalami perubahan yang drastis, dimana dalam perkembangannya masyarakat menginginkan sarana dan kebutuhannya dekat dengan rumah. Dalam proses memenuhi kebutuhannya masyarakat menginginkan proses pembelian barang yang mudah, harga yang terjangkau, fasilitas, dan pelayanan yang memadai.

PD Pasar Jaya merupakan Perusahaan Umum Daerah (Perumda) milik Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. Perusahaan ini memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan pelayanan umum dalam bidang pengelolaan area pasar, membina pedagang pasar, ikut membantu stabilitas harga dan kelancaran distribusi barang dan jasa. Perumda Pasar Jaya mulai mengembangkan bisnis retail yang berperan penting dalam mendukung program pemerintah provinsi DKI untuk menjaga stabilitas harga dan kelancaran distribusi barang dan jasa. Salah satunya adalah inisiatif sembako murah di gerai Jakgrosir, Jakmart dan

Mini DC milik Perumda Pasar Jaya yang tersebar di provinsi DKI Jakarta membuka 34 gerai Jakmart di lokasi Jakarta.

Keberadaan Jakmart ditujukan di bawah naungan PD. Pasar Jaya. Berharap para masyarakat mendapatkan kebutuhan sembakonya dengan harga murah dan terjangkau. Salah satu cara meningkatkan kebutuhan konsumen yang baik adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanannya. Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Konsumen biasanya membentuk harapan dari sebuah layanan yang bersumber dari mulut ke mulut maupun iklan. Secara umum Konsumen membandingkan layanan yang dirasakannya dengan pelayanan yang diharapkannya di mana jika layanan yang sebelumnya kurang memuaskan maka Konsumen akan kecewa.

Untuk itulah setiap ritel minimarket berusaha memberikan kualitas pelayanan yang berbeda satu sama lain. Hal ini dimaksudkan agar mereka dapat membangun kepercayaan dimata konsumen. Kualitas pelayanan bagi dunia usaha ritel sebenarnya adalah kunci yang membedakan suatu ritel dengan ritel lainnya (pesaing), dimana kualitas pelayanan memegang peranan penting dalam pencapaian tujuan perusahaan. Terhadap penyelenggaraan pelayanan ini semakin ketat meningkat. Karena hal ini dapat dilihat adanya peningkatan layanan masyarakat yang dilakukan oleh instansi pemerintah maupun perusahaan swasta.

Kualitas Pelayanan adalah aktivitas atau kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Pelayanan merupakan bagian dari beberapa rangkaian aktivitas yang mampu memberikan kepuasan Konsumen bagi yang menerima pelayanan sesuai dengan kualitas standarisasi yang telah ditentukan oleh perusahaan.

Kualitas pelayanan menjadi faktor utama yang harus di perhatikan oleh perusahaan dalam melakukan bisnis usaha. Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. kualitas pelayanan dapat diwujudkan melalui pemenuhi kebutuhan dan keinginan Konsumen serta ketepatan penyampain untuk menyeimbangi harapan konsumen.

Untuk memenuhi kepuasan Konsumen ,kualitas pelayanan penting dikelola perusahaan dengan baik, kualitas pelayanan merupakan sebuah hasil yang harus dicapai dan dilakukan dengan sebuah Tindakan. Namun Tindakan tersebut tidak berwujud dan mudah diingat.

Kualitas Pelayanan yang baik serta kepuasan konsumen dapat mempengaruhi intensitas kunjungan Konsumen pada kesempatan berikutnya. Kualitas Pelayanan adalah permulaan dari kepuasan konsumen . konsumen dalam menilai kualitas layanan tidak hanya berdasarkan pada hasil dari suatu layanan, tetapi juga memperhatikan proses pemberian layanan tersebut.

Berdasarkan uraian data tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Jakmart Pd.Pasar Jaya Kenari”**

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang bersifat Asosiatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan 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 (Sugiyono,2019:16).

Menurut Sugiyono (2016:92) berpendapat “asosiatif merupakan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih “ dengan demikian penelitian yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan tujuan untuk mengungkapkan pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan Konsumen di Jakmart Kenari PD. Pasar Jaya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ketepatan data atau keberartian hubungan antara variable independent dengan variable dependen sehingga hasil analisis dapat diinterpretasikan dengan lebih akurat. Pengujian dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 27. Dalam penelitian ini uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heterokedasitas.

### Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji dalam model regresi, variable dependen dan variable independent berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal, model regresi yang baik adalah berdistribusi normal.

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test* dengan membandingkan antara nilai signifikansi dengan 0,05 dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika Signifikansi  $> 0,05$  maka data dinyatakan normal.
- Jika signifikansi  $< 0,05$  maka data dinyatakan tidak normal.

**Tabel 1. Hasil Uji Normalitas Dengan Kolmogorov - Smirnov Test**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual	
N		89	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	5.11974562	
Most Extreme Differences	Absolute	.049	
	Positive	.037	
	Negative	-.049	
Test Statistic		.049	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.200 <sup>d</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup>	Sig.	.868	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.859
		Upper Bound	.877

a. Test distribution is Normal.

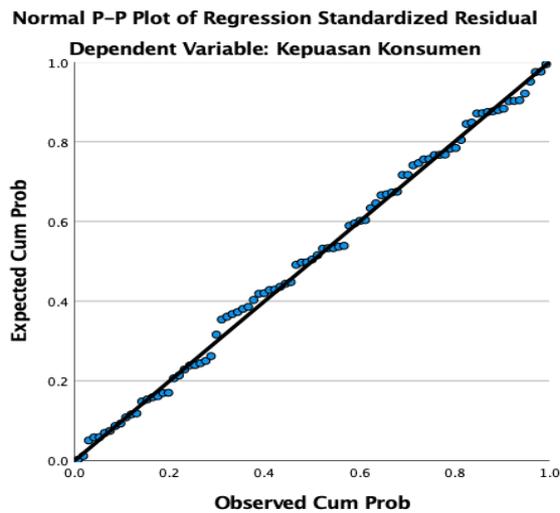
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

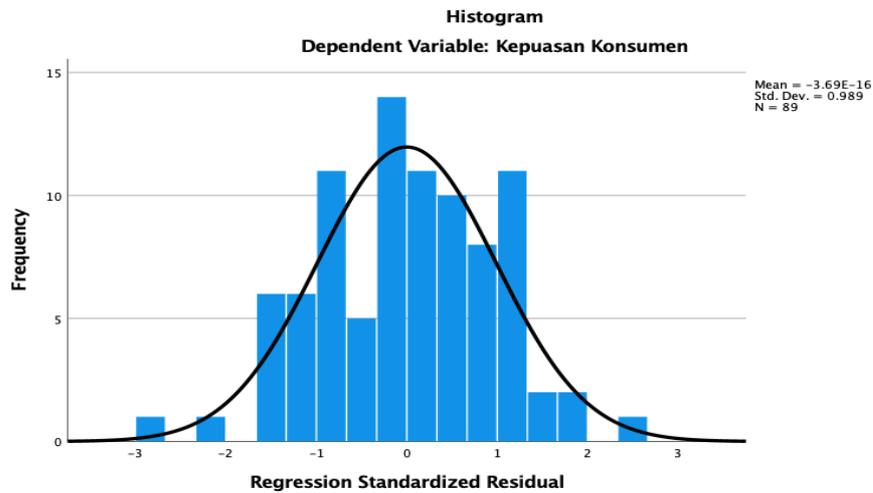
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Berdasarkan hasil pengujian pada table diatas, diperoleh nilai signifikansi 0,200  $> 0,05$ , dengan demikian maka asumsi distribusi persamaan pada uji ini adalah normal. Uji normalitas juga dapat dilakukan untuk melihat bahwa suatu data berdistribusi normal antara variable independent dan variable bebas yang dapat mempengaruhi dependen yang disebut variable terikat dimana variable bebas dalam penelitian ini yaitu kualitas Pelayanan dan Harga dan variable terikat adalah Kepuasan Konsumen yang dipengaruhi variable bebas. Uji normalitas data juga dilakukan menggunakan uji P-Plot.



**Gambar 1.** Grafik P-Plot Hasil Uji Normalitas

Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa grafik normal *probability plot* menunjukkan pola grafik yang normal. Hal ini dilihat dari titik yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal. Oleh karena ini disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.



**Gambar 2.** Normalitas Histogram

Berdasarkan gambar diatas dan kriteria dalam uji normalitas histogram, diketahui grafik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas, artinya dalam sebuah model regresi, variabel dependen dan independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal.

**Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variable independent. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variable independent. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat dari tolerance value atau Variance inflation factor (VIF) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika nilai VIF  $\geq 10.00$  dengan nilai tolerance  $< 0.10$  maka terjadi multikolinieritas

b) Jika nilai VIF  $\leq 10.00$  dengan nilai tolerance  $> 0.10$  maka tidak terjadi multikolinieritas.

Dalam penelitian ini hasil uji multikolinieritas dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 27 dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.572	3.241		1.719	.089		
	Kualitas Pelayanan	.286	.110	.282	2.611	.011	.420	2.381
	Harga	.556	.115	.524	4.853	.000	.420	2.381

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Pada table diatas hasil uji multikolinieritas memperlihatkan bahwa nilai Variance Inflation Factor (VIF) untuk variable bebas yaitu kualitas pelayanan dan Harga dengan nilai sebesar 2.381 nilai tersebut lebih kecil dari 10.000 dan harga bernilai 2.381 nilai tersebut lebih kecil dari 10.000 nilai *tolerance* kualitas pelayanan 0.420 nilai tersebut lebih besar dari 0,10 dan harga 0.420 nilai tersebut lebih besar dari 0,10. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi korelasi antar variable independent atau semua variable bebas dalam penelitian ini lolos gejala multikolinieritas.

### Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-11 (sebelumnya). Uji runs test merupakan bagian dari statistic non-parametrik yang dapat digunakan untuk menguji apakah antara residual terdapat korelasi yang tinggi. Jika antara residual tidak terdapat hubungan korelasi maka dikatakan bahwa residual adalah acak atau random. Syarat yang digunakan dalam mengambil keputusan dengan uji runs test adalah sebagai berikut:

a) Jika nilai Asymp. Sig (2-tailed)  $< 0.05$  maka terdapat gejala autokorelasi.

b) Jika nilai Asymp. Sig (2-tailed)  $> 0.05$  maka tidak terjadi gejala autokorelasi.

Maka nilai uji autokorelasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi Runs Test**

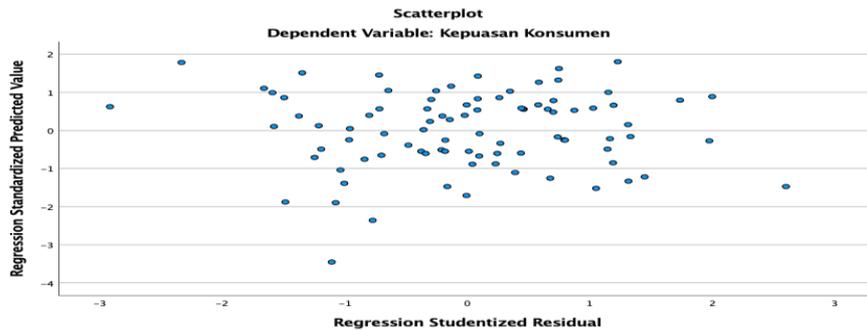
Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	.06014
Cases < Test Value	44
Cases $\geq$ Test Value	45
Total Cases	89
Number of Runs	41
Z	-.958
Asymp. Sig. (2-tailed)	.338

a. Median

Berdasarkan hasil uji autokorelasi dengan runs test diatas, maka diperoleh nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0.338 lebih besar dari 0.05, ( $0.338 > 0.05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa keputusan diterima yang artinya tidak ada gejala autokorelasi.

### Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi Heteroskedastisitas dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2013). Berikut ini adalah uji heteroskedastisitas untuk menguji normalitas data:



**Gambar 3.** Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot

Berdasarkan hasil pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya heteroskedastisitas dan dinyatakan baik dan layak dijadikan sebagai penelitian.

### Uji Regresi Linear

#### Regresi Linear Sederhana

Uji regresi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable X1 dan X2 terhadap variable Y. dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) baik secara parsial maupun secara aimultan. Berikut ini hasil pengelolaan regresi dengan SPSS Versi 27 yang dapat dilihat pada table berikut ini:

**Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	11.483	3.401		3.376	.001
	Kualitas Pelayanan	.697	.081	.676	8.567	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada table diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi  $Y=11.483 + 0.697 (X1)$ . Dari persamaan diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 11.483 diartikan bahwa jika variable Kualitas Pelayanan (X1) tidak ada maka telah terdapat nilai Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 11.483 Point.
- Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (X1) sebesar 0.697 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variable harga (X2), maka setiap perubahan 1 unit pada variable kualitas pelayanan (X1) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada kepuasan konsumen (Y) sebesar 0.697 Point.

**Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Variabel Harga Terhadap Kepuasan Konsumen**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.422	3.152		2.672	.009
	Harga	.784	.077	.739	10.220	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada table diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi  $Y = 8.422 + 0.784(X_2)$ . Dari persamaan diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 8.422 diartikan bahwa jika variable Harga ( $X_2$ ) tidak ada maka telah terdapat nilai Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) sebesar 8.422 *Point*.
- Nilai koefisien regresi Harga ( $X_2$ ) sebesar 0.784 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variable Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), maka setiap perubahan 1 unit pada variable harga ( $X_2$ ) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada kepuasan konsumen ( $Y$ ) sebesar 0.784 *Point*.

**Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Berganda Variabel Kualitas Pelayanan( $X_1$ ) dan Harga( $X_2$ ) Terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ )**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.572	3.241		1.719	.089
	Kualitas Pelayanan	.286	.110	.282	2.611	.011
	Harga	.556	.115	.524	4.853	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada table diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi  $Y = 5.572 + 0.286(X_1) + 0.556(X_2)$ . Dari persamaan diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 5.572 diartikan bahwa jika variable Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) tidak ada maka telah terdapat nilai Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) sebesar 5.572 *Point*.
- Nilai kualitas pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 0.286 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variable Harga( $X_2$ ), maka setiap perubahan 1 unit pada variable Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada kepuasan konsumen ( $Y$ ) sebesar 0.286 *Point*.
- Nilai harga ( $X_2$ ) 0.556 diartikan apabila konstanta tetap tidak ada perubahan pada variable kualitas pelayanan ( $X_1$ ), maka setiap perubahan 1 unit pada variable Harga ( $X_2$ ) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada kepuasan konsumen ( $Y$ ) sebesar 0.556 *Point*.

**Analisis Koefisien Korelasi**

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkatan kekuatan hubungan antara variable independent terhadap variable dependen. Hasil pengolahan data sebagai berikut:

**Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Korelasi secara parsial Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Correlations			
		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.676**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	89	89
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.676**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	89	89

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

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai Koefisien korelasi sebesar 0,676 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,80 – 1,000 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat.

**Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Korelasi secara parsial Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Correlations			
		Harga	Kepuasan Konsumen
Harga	Pearson Correlation	1	.739**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	89	89
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.739**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	89	89

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

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai Koefisien korelasi sebesar 0,739 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,80 – 1,000 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat.

**Tabel 8. Hasil Uji secara parsial Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.761 <sup>a</sup>	.579	.569	2.99336	1.912

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai Koefisien korelasi sebesar 0,761 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,80 – 1,000 artinya variabel kualitas pelayanan dan harga mempunyai hubungan yang sangat kuat terhadap kepuasan konsumen.

**Uji Koefisien Determinasi**

Determinasi dilakukan untuk mengetahui besarnya kontribusi dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil korelasi sederhana dan berganda adalah sebagai berikut :

**Uji Determinasi Sederhana Kualitas Pelayanan (X1) Kepuasan Konsumen (Y)**

Hasil output SPSS determinasi sederhana antara Kualitas Pelayanan (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah

**Tabel 9. Determinasi Sederhana Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.676 <sup>a</sup>	.458	.451	3.37782

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan  
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa angka R Square atau kofisien determinan dari tabel diatas adalah sebesar 0,458 nilai R Square digunakan pada model yang memiliki lebih dari satu variabel independen. Jadi persentase pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 0,458 atau 45%. Sedangkan sisanya 55% dipengaruhi oleh variabel lain, diluar penelitian ini.

**Tabel 10. Hasil Determinasi Sederhana Harga(X2) Terhadap Kepuasan Konsumen**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.739 <sup>a</sup>	.546	.540	3.09181

a. Predictors: (Constant), Harga  
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa angka R Square atau kofisien determinan dari tabel diatas adalah sebesar 0,546 nilai R Square digunakan pada model yang memiliki lebih dari satu variabel independen. Jadi persentase pengaruh variabel Harga (X2) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 0,546 atau 54%. Sedangkan sisanya 46% dipengaruhi oleh variabel lain, diluar penelitian ini.

**Tabel 11. Hasil Determinasi Sederhana Kualitas Pelayanan (X1) Dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.761 <sup>a</sup>	.579	.569	2.99336

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan  
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa angka R Square atau kofisien determinan dari tabel diatas adalah sebesar 0,579 nilai R Square digunakan pada model yang memiliki lebih dari satu variabel independen. Jadi persentase pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 0,579 atau 57%. Sedangkan sisanya 43% dipengaruhi oleh variabel lain, diluar penelitian ini.

**Pengujian Hipotesis**

**Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)**

Pengujian hipotesis variable Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dilakukan dengan uji t ( uji secara parsial). Dalam penelitian ini digunakan Kriteria Signifikansi 5% (0,05) dengan cara Membandingkan antar nilai t hitung dengan cara membandingkan antara nilai t hitung dengan t table yaitu dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai t hitung < t table : berarti Ho diterima dan H1 ditolak
- b. Jika nilai t hitung > t tabel : berarti Ho ditolak dan H1 diterima
- b) Adapun untuk menentukan besarnya nilai t table dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:
- c) Jika nilai signifikansi > 0,05, berarti Ho diterima dan H1 ditolak.
- d) Jika nilai signifikansi < 0,05, berarti Ho ditolak dan H1 diterima.

Adapun untuk menentukan besarnya t *table* dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

n = 89 Jumlah Sampel Penelitian,

k = 2 Jumlah variable bebas yang diteliti

t *tabel* = ta.df (Taraf Alpha x Degree of Freedom)

α. = tarif nyata 5%

df = (n-k) (n-2), maka diperoleh (89-2) = 87, maka ttabel = 1.663

Kriteria dikatakan signifikan jika nilai t hitung > t table atau ρ value < Sig.0,05.

1) Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Untuk menentukan rumus hipotesisnya adalah:

Ho : ρ1 = 0 tidak terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

H1 : ρ1 ≠ 0 terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Adapun hasil pengolahan data menggunakan program SPSS Versi 27, dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 12. Hasil Uji Hipotesis (Uji T) Variabel Kualitas Pelayanan**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.483	3.401		3.376	.001		
	Kualitas Pelayanan	.697	.081	.676	8.567	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan table *Coefficients* diatas dapat diketahui bahwa nilai t hitung 8.567 > t tabel 1,663 dan atau nilai Sig 0,000 < 0,05, maka H0 ditolak dan Ha diterima. Maka dapat disimpulkan Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

2) Pengaruh Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Untuk menentukan rumus hipotesisnya adalah:

Ho : ρ1 = 0 tidak terdapat pengaruh yang signifikan Harga terhadap kepuasan konsumen.

H1 : ρ1 ≠ 0 terdapat pengaruh yang signifikan Harga terhadap kepuasan konsumen.

Adapun hasil pengolahan data menggunakan program SPSS Versi 27, dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 13. Hasil Uji Hipotesis (Uji T) Variabel Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.422	3.152		2.672	.009
	Harga	.784	.077	.739	10.220	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan table *Coefficients* diatas dapat diketahui bahwa nilai t hitung  $10.220 > t$  tabel  $1,663$  dan atau nilai Sig  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka dapat disimpulkan Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen.

### Uji F

Uji F atau simultan dimaksudkan untuk menguji pengaruh semua variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Taraf signifikansi yang digunakan  $\alpha = 0,05$  (5%) artinya kemungkinan hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 89%.

Menentukan nilai F tabel dengan ketentuan :  $\alpha$  ; dk1 ; dk2 : n = 89 Jumlah Sampel Penelitian

$\alpha = 5\%$  tingkat kesalahan / eror

$k = 2$  Jumlah variable bebas yang diteliti  $dk2 = n - k$  derajat kebebasan ke 2

$dk2 = 89 - 2$

$= 87$

F tabel =  $\alpha$  ; dk1 ; dk2

$= 5\%$  ; 2 ; 87

$= 3.101$

Kriteria hipotesis diterima atau ditolak yaitu dengan membandingkan antara nilai F hitung dengan F table dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika nilai F hitung  $< F$  table  $3.101$  atau nilai signifikansi  $> 0.05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- Jika nilai F hitung  $> F$  table  $3.101$  atau nilai signifikansi  $> 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Dalam penelitian ini rumusan hipotesis yang dibuat, sebagai berikut:

$H_{o3} : \rho_3 = 0$  Tidak terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

$H_{o3} : \rho_3 \neq 0$  Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil uji hipotesis silmultan adalah sebagai berikut:

**Tabel 14. Hasil Uji Hipotesis Simultan Antara Variabel Kualitas Pelayanan(X1) Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1059.535	2	529.767	59.124	.000 <sup>b</sup>
	Residual	770.577	86	8.960		
	Total	1830.112	88			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

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

Berdasarkan pada table *Anova* hasil pengujian pada table diatas diperoleh nilai F hitung  $59.124 > F$  tabel 3.101 atau nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap kepuasan konsumen.

## **PEMBAHASAN**

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh oleh nilai persamaan regresi  $Y = 11.483 + 0.697 (X_1)$ , nilai koefisien korelasi 0.676 artinya variable kualitas pelayanan dan harga mempunyai hubungan yang kuat terhadap kepuasan konsumen. Dan nilai koefisien determinasi sebesar 0.458 atau 45% sisanya 55 % dipengaruhi factor lain yang tidak dilakukan penelitian, dan nilai hipotesis diperoleh t hitung  $> t$  table atau  $(8.567 > 1,663)$ . Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

### **Pengaruh Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh oleh nilai persamaan regresi  $Y = 8.422 + 0.784 (X_2)$ , nilai koefisien korelasi 0.739 artinya variable kualitas pelayanan dan harga mempunyai hubungan yang kuat terhadap kepuasan konsumen. Dan nilai koefisien determinasi sebesar 0.546 atau 54% sisanya 46 % dipengaruhi factor lain yang tidak dilakukan penelitian, dan nilai hipotesis diperoleh t hitung  $> t$  table atau  $(10.220 > 1,663)$ . Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap kepuasan konsumen.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).**

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan diperoleh persamaan regresi  $Y = 5.572 + 0.286 (X_1) + 0.556 (X_2)$ . Nilai koefisien korelasi atau kontribusi pengaruh secara simultan sebesar 0.761 artinya memiliki hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi 0,579 atau kontribusi pengaruh secara simultan sebesar 57% sedangkan sisanya sebesar 43 % di pengaruhi factor lain. Uji Hipotesis diperoleh nilai F hitung  $> F$  table atau  $(59.124 > 3101)$ . Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, hali ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti terkait dengan pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Jakmart Kenari Pd. Pasar Jaya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi  $Y = 11.483 + 0,697 (X_1)$ , nilai koefisien korelasi 0,676 artinya variable kualitas pelayanan dan harga mempunyai hubungan yang kuat terhadap kepuasan konsumen. Dan nilai koefisien determinasi sebesar 0,458 atau 45% sisanya 55 % dipengaruhi factor lain yang tidak dilakukan penelitian, dan nilai hipotesis diperoleh t hitung  $> t$  table atau  $(8.567 > 1,663)$ . Dengan demikian maka

Ho ditolak dan H1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

- 2) Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi  $Y = 8.422 + 0,784 (X2)$ , nilai koefisien korelasi 0,739 artinya variable harga mempunyai hubungan yang kuat terhadap kepuasan konsumen. Dan nilai koefisien determinasi sebesar 0,546 atau 54% sisanya 46% dipengaruhi factor lain yang tidak dilakukan penelitian, dan nilai hipotesis diperoleh  $t$  hitung  $>$   $t$  table atau  $(10.220 > 1.663)$ . Dengan demikian maka Ho ditolak dan H1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial, Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
- 3) Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi  $Y = 5.572 + 0,286 (X1) + 0,556 (X2)$ . Nilai koefisien korelasi atau kontribusi pengaruh secara simultan sebesar 0,761 artinya memiliki hubungan yang kuat. Nilai koefisien 0,579 determinasi atau kontribusi pengaruh secara simultan sebesar 57% sedangkan sisanya sebesar 43% di pengaruhi factor lain. Uji Hipotesis diperoleh nilai  $F$  hitung  $>$   $F$  table atau  $(59.124 > 3101)$ . Dengan demikian maka Ho ditolak dan H3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara simultan, Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

### Saran

Berdasarkan pada pembahasan dan kesimpulan yang ditemukan, maka saran yang perlu disampaikan adalah harus memprioritaskan dan mempertahankan konsumen agar usaha yang dijalankan semakin berkembang dan memiliki dampak positif bagi usaha dan meningkatkan pendapatan bagi usaha yaitu :

- 1) Berdasarkan hasil penelitian kuesioner pada Toko Jakmart Kenari Pd. Pasar Jaya pada variable kualitas pelayanan (X1), diperoleh pernyataan terendah adalah nomor 8 yaitu "Karyawan Toko Jakmart Kenari memberikan perhatian, senyuman, dan sapaan secara penuh" hanya mencapai *Score* sebesar 3.25. maka penulis menyarankan untuk agar lebih baik selalu mengevaluasi karyawan khususnya dalam pelayanan yang diberikan kepada konsumen agar dapat meningkatkan penilaian yang baik dari kepuasan konsumennya.
- 3) Pada variable X1 (Kualitas Pelayanan) pada indikator *Tangibility* (Bukti Fisik) pada poin no 1 masih ada 1 orang yang tidak setuju pada pernyataan tersebut "karyawan ditoko jakmart kenari berpenampilan rapi dan sopan" diharapkan agar penulis perlu menjaga penampilan rapi dan sopan agar dapat memberikan kesan yang baik dan dapat membantu menciptakan lingkungan yang positif dan harus mengikuti sesuai dengan standar perusahaan. Sedangkan pada variable X1 (kualitas pelayanan) pada indikator Responsivness (Daya Tanggap) pada poin no 5 masih ada 1 orang yang tidak setuju pada pernyataan tersebut "Toko Jakmart Kenari menerima kritik dan saran keluhan konsumen" diharapkan agar penulis meningkatkan kesigapan dan memberikan respon cepat dalam melayani konsumen dan tetap bersikap sopan, ramah dan memberikan perhatian, mendengarkan keluhan konsumen dan menerima saran dan kritik konsumen agar bisa memperbaiki dan meningkatkan pelayanan yang lebih baik lagi kepada konsumen.
- 4) Berdasarkan hasil penelitian kuesioner pada Toko Jakmart Kenari Pd. Pasar Jaya pada Variabel Harga (X2), diperoleh pernyataan terendah adalah nomor 6 yaitu

“Harga produk sembako di Toko Jakmart Kenari harga lebih terjangkau dibanding dengan toko lain” hanya mencapai *Score* sebesar 4.00. maka penulis menyarankan untuk agar lebih baik Toko Jakmart Kenari harus tetap mempertahankan harga produk sembako yang tidak terlalu mahal agar dapat dijangkau oleh konsumen dengan memperhatikan pesaing dalam menentukan harga suatu produk.

- 5) Pada variable X2 (Harga) pada indicator kesesuaian harga dengan kualitas produk pada no 5 masih ada 1 orang yang sangat tidak setuju pada pernyataan tersebut “harga produk sembako di Toko Jakmart Kenari sesuai dengan harapan konsumen” diharapkan agar penulis bisa mempertahankan dan menjaga kualitas produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen dengan sesuai harapan konsumen. Sedangkan pada variable X2 (Harga) pada indicator daya saing harga pada poin no 7 masih ada 1 orang yang sangat tidak setuju pada pernyataan tersebut “Konsumen membeli produk sembako ditoko jakmart karena harga sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen“ diharapkan penulis memberikan dan menentukan harga suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dan dapat dijangkau oleh konsumen.
- 6) Berdasarkan hasil penelitian kuesioner pada Toko Jakmart Kenari Pd.Pasar Jaya pada Variabel Kepuasan Konsumen (Y), diperoleh pernyataan terendah adalah nomor 1 yaitu “Pilihan saya membeli produk sembako di Toko Jakmart Kenari suatu hal yang bijaksana” hanya mencapai *Score* 3.92. maka penulis menyarankan untuk agar lebih baik Toko Jakmart Kenari harus meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk sembako yang ditawarkan dengan cara mempertahankan dan menjaga kualitas produk serata penentuan harga yang sesuai dan karyawan memberikan pelayanan yang baik dan ramah terhadap konsumen agar tercipta peningkatan dan penilaian yang baik pada kepuasan konsumen.
- 7) Pada variable Y (kepuasan Konsumen) pada indicator kognitif ( Sikap) pada poin no 2 masih ada 1 orang yang tidak setuju pada pernyataan tersebut “keputusan saya membeli produk ditoko Jakmart kenari sudah tepat” diharapkan penulis menawarkan produk sembako dengan harga yang terjangkau agar memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Sedangkan pada variable Y (Kepuasan Konsumen) pada indicator afektif (emosi) pada poin no 6 masih ada 1 orang yang tidak setuju pada pernyataan tersebut”Saya merasa tertarik membeli produk ditoko Jakmart kenari “ diharapkan penulis harus memperhatikan dan menjaga kualitas produk sembako agar dapat diminati konsumen.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Algifari. (2015). Analisis Regresi. Yogyakarta: BPF E.
- Armstrong, K. d. (2015). Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga. Armstrong, P. K. (2015). Prinsip-prinsip Pemasaran (12 ed.). Jakarta: Erlangga. Bitner, Z. &. (2015). Service Marketing. Singapore: McGraw Hill Companies.
- Dharmamesta Handoko, B. S. (2017). Manajemen Pemasaran Analisis Prilaku Konsumen (1 ed.). Yogyakarta: BPF E.
- Faroh, W. N., & Zahri, N. (2019). pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pt mafati inovasi technology pondok cabe- tangerang selatan. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 2(3).
- Fernandus, T., & Reza, S. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Pada Toko Top Jaya Motor Bekasi). *Jambis:*

*Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(6), 484-495.

- G.R. Terry, & R. (2017). *Dasar-dasar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (5 ed.). Semarang: Penerbit UDIP.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepunaosamni pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Eko UNIAI*, 4(1), 37-44.
- Gregorius, F. T. (2016). *Service Quality and Satisfiation* (3 ed.). Jakarta: Penerbit Andi Offset.
- Griffin, J. (2017). *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*. New York: Simon and Chuster. Inc.
- Hani, B. S. (2016). *Manajemen Pemasaran Moderen*. Yogyakarta: BPFPE.
- Haryoko, U. B., Pasaribu, V. L. D., & Ardiyansyah, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelavanoan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer). *Point*, 2(1).
- Hasan, A. (2016). *Marketing*. Yogyakarta: Media Utama.
- Hasibuan, M. S. (2015). *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: Haji Masagung.
- Hurriyati, R. (2016). *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: CV. Alfabetha.
- Kencana, P. N., & Kasdiyo, K. (2020), Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa Service Di Dealer Honda Wahana Ciputat. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni. Dan Teknologi*, 4(1), 26-37.
- Kotler, P. (2015). *Manajemen Pemasaran* (14 ed.). Jakarta: Erlangga. Kotler, P. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kumiawaty, E., & Subekhan, IN. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Layanan Go-Jek Di Wilayah Pamulang Tangerang Selatan. *Proceedings Universitas Pamulang*, 1(1).
- Maulana, A. S. (2016), Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*, 7(2), 78663.
- Napitupulu, H. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Poespa Salon & Spa Bekasi Barat. *Jurnal Ekonomi dan Industri*, 20(2).
- Noviyanti, I. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV Usaha Mandiri Jakarta Selatan. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 1(2).
- Sintya, L. I., Lopian, S. J., & Karuntu, M. M. (2018). Pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi Go-jek online pada mahasiswa FEB Unsrat Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(3).
- Sudaryana, Y. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pos Indonesia (Persero) Kota Tangerang. *Journal of Management Review*, 4(1), 447-455.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.
- Tiptono, F. (2017). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Umar, H. (2015). *Metode Riset Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Umar, H. (2016). Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Umiyati, S. M. (2016). Metodologi Penelitian Ilmu Sosial Pendidikan Kuantitatif. Jakarta: Citra Books Indonesia.
- Usmara. (2016). Strategi Baru Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Amoro book.
- W. Craven, D. (2016) Strategic Marketing. New York: Mc-Graw Hill International.
- Wulansari, R., & Novianto, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Bersaing Terhadap Kepuasan Pelanggan Tangki Air Penguin Pada Toko Bahan Bangunan di Gading Serpong. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 54-61.
- Yamit, Z. (2015). Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Yogyakarta: Ekonisia.