



Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 3 (2) 2024: 22912-22924

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Sembako N O U R A Di Kecamatan Setu Pamulang

Taupiq Hidayat Nasution^{1*}, Senen²

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

*Corresponding author: e-mail: Taupiqhidayatnasution@gmail.com, dosen01888@unpam.ac.id

| INFO ARTIKEL | ABSTRAK |
|--|---|
| <p>Diterima (Agustus 2024) Disetujui (Agustus 2024) Diterbitkan (Agustus 2024)</p> | <p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas pelayanan baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Sembako N O U R A Kecamatan Setu Pamulang. Metode yang digunakan adalah Kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Rao Purba dengan jumlah sampel Sebanyak 96 responden. Pengumpulan data dengan cara kuesioner, dan teknik analisis data dengan uji Validitas, realibilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji hipotesis uji t, uji f, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut dapat dibuktikan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.862 > 1.985$). Dari hasil analisis regresi linier sederhana diperoleh persamaan regresi $Y = 1,404 + 0,808 X_1$, diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,808 Menunjukkan pengaruh yang (positif), Dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan hal tersebut dapat dibuktikan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5.433 > 1.985$), dan diperoleh nilai persamaan regresi $Y = 2,544 + 0,912 X_2$, diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,912 menunjukkan pengaruh yang (positif), sedangkan secara simultan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan persamaan regresi $Y = 0,404 + 0,309X_1 + 0,629X_2$ menunjukkan pengaruh yang (positif). Dan hasil uji hipotesis diperoleh nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau ($117.627 > 3,09$), sedangkan hasil koefisien determinasi sebesar 0,717 atau 71,7% dapat disimpulkan bahwa Variabel Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh Signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 71,7%, Sedangkan Sisanya sebesar 28,3% dipengaruhi factor lain.</p> |
| <p>Kata Kunci:</p> <p>Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.</p> | <p style="text-align: center;">ABSTRACT</p> <p><i>This research aims to determine the effect of price and service quality both partially and simultaneously on customer satisfaction at the N O U R A Grocery Store, Setu Pamulang District. The method used is quantitative. The sampling technique used the Rao Purba formula with a total sample size of 96 respondents. Data collection by means of a questionnaire, and data analysis techniques with validity tests, reliability, classical assumption tests, multiple regression analysis, t test hypothesis testing, f test, and coefficient of determination. The results of this study indicate that partially price has a significant effect</i></p> |
| <p>Keywords:</p> <p>Price, Service Quality, Customer Satisfaction</p> | |

on customer satisfaction. This can be proven that $t_{count} > t_{table}$ ($2.862 > 1.985$), From the results of simple linear regression analysis obtained regression equation $Y = 1,404 + 0,808 X_1$, obtained a regression coefficient value of 0.808 Indicates a (positive) influence, And service quality has a significant effect on customer satisfaction, it can be proven that $t_{count} > t_{table}$ ($5.433 > 1.985$), and obtained a regression equation value $Y = 2.544 + 0.912 X_2$, The obtained regression coefficient value of 0.912 shows a (positive) influence, while simultaneously the price and service quality have a significant effect on customer satisfaction with the regression equation $Y = 0.404 + 0.309X_1 + 0.629X_2$ showing a (positive) influence. And the results of hypothesis testing obtained the value of $f_{count} > f_{table}$ or ($117.627 > 3.09$), while the results of the coefficient of determination of 0.717 or 71.7% can be concluded that the Price and Service Quality variables have a significant effect on the Customer Satisfaction variable of 71.7%, while the remaining 28.3% is influenced by other factors.

PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha terbesar. Selain itu, kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai jenis guncangan akibat krisis ekonomi. Oleh karena itu, penguatan kelompok UMKM dengan partisipasi lintas kelompok adalah suatu keharusan. Kriteria usaha pada UMKM telah diatur dalam kerangka peraturan perundang-undangan. Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia karena mereka dapat memberikan penghasilan kepada orang yang tidak memiliki pekerjaan atau tidak memiliki pekerjaan tetap. Bisnis sembako, atau toko kelontong, adalah salah satu jenis usaha yang berkembang pesat dan menghadapi persaingan yang semakin ketat saat ini. Persaingan yang semakin ketat ini ditandai dengan banyaknya bisnis sembako yang menjual produk yang sama dengan harga dan layanan yang berbeda. Sesuai ekspektasi pelanggan, hal itu akan terciptanya Kepuasan pelanggan. Toko sembako N O U R A merupakan usaha milik seorang yang dirintis mulai tahun 2009 dengan nama N O U R A CELL di kec SETU Tangerang Selatan pada awalnya menjual pulsa dan aksesoris Hanphone, seiring berjalannya waktu melihat kondisi pasar dan peluang bisnis Toko ini beralih jualan menjadi Sembilan bahan pokok (Sembako). Berikut adalah Daftar Harga Utama Toko N O U R A Tahun 2022

Tabel 1. Daftar Harga Utama Toko N O U R A Tahun 2022

| No | Nama Produk | Harga Produk Toko N O U R A | Harga Produk Toko Al-Barokah | Harga Produk Toko Ahs Kharisma |
|----|----------------|-----------------------------|------------------------------|--------------------------------|
| 1 | Minyak Goreng | 16.500 | 16.500 | 16.000 |
| 2 | Beras | 11.500 | 10.500 | 11.000 |
| 3 | LPG 3kg | 21.000 | 20.000 | 19.500 |
| 4 | Telur | 28.000 | 27.500 | 28.000 |
| 5 | Aqua Galon | 19.000 | 19.000 | 19.000 |
| 6 | Kecap 220 Ml | 22.000 | 22.000 | 22.000 |
| 7 | Sunlight | 12.000 | 11.000 | 11.500 |
| 8 | Kopi Kapal Api | 13.000 | 13.000 | 13.000 |
| 9 | Indomie | 3.000 | 3.000 | 3.000 |
| 10 | Gula | 17.000 | 16.000 | 16.000 |

Sumber : Toko N O U R A

Berdasarkan tabel diatas harga jual untuk Minyak goreng di Toko N O U R A Seharga Rp.16.500. Beras Rp.11.500. LPG 3kg Rp.21.000. Telor Rp.28.000. Aqua Galon Rp.19.000. Kecap 220 Ml Rp.22.000. Sunlight Rp.12.000. Kopi kapal api Rp.13.000. Indomie Rp.3.000. Gula Rp.17.000

Di setiap menjalankan usaha pasti tidak lepas dari persaingan salah satu nya adalah Toko Al-Barokah. Dalam mempromosikan dan harga juga berbeda dengan Toko N O U R A, untuk produk Beras, Gas Lpg 3 Kg dan Telor memiliki harga jual yang berbeda dengan Toko N O U R A. Toko Ahs Kharisma juga salah satu pesaing Dikec Setu yang beralamat Disetu Pamulang Untuk harga produk Minyak Goreng, Beras, Telor, Gas Lpg 3Kg dan sunlight memiliki harga jual yang berbeda dengan Toko N O U R A

Aspek lain yang perlu diperhatikan yaitu kualitas layanan seberapa besar suatu perusahaan memberi layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan apa yang diharapkan sehingga konsumen mengambil suatu keputusan tertentu. Bila kualitas layanan suatu toko baik, maka pelanggan akan puas, tetapi bila sebaliknya kualitas layanan yang tidak sesuai dengan harapan, pelanggan tidak akan puas dan mempengaruhi sikap pelanggan pada masa mendatang.

Berikut Data Keluhan Pelanggan Toko N O U R A

Tabel 2. Data keluhan pelanggan Toko N O U R A

| No | Jenis Keluhan | 2020 | 2021 | 2022 |
|-------|-----------------------------------|------|------|------|
| 1 | Produk tidak sesuai kualitas | 20 | 35 | 50 |
| 2 | Tempatnya kurang memadai | 40 | 55 | 65 |
| 3 | Jam operasional | 60 | 60 | 60 |
| 4 | Ketersediaan stok barang terbatas | 30 | 40 | 45 |
| Total | | 150 | 190 | 220 |

Sumber : Toko N O U R A

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa data keluhan pelanggan Toko N O U R A Dengan pernyataan Produk tidak sesuai kualitas pada tahun 2020 jumlah pelanggan sebanyak 20 orang, jumlah pelanggan pada tahun 2021 sebanyak 35 orang dan jumlah pelanggan pada tahun 2022 sebanyak 50 orang. Pernyataan Tempatnya kurang memadai jumlah pelanggan Tahun 2020 sebanyak 40 Orang, jumlah pelanggan Tahun 2021 sebanyak 55 orang dan Tahun 2022 sebanyak 65 orang. Pernyataan jam operasional jumlah pelanggan Tahun 2020 sebanyak 60 orang, jumlah pelanggan Tahun 2021 sebanyak 60 orang dan jumlah pelanggan pada tahun 2022 sebanyak 60 orang. Pernyataan ketersediaan stok barang terbatas jumlah pelanggan pada Tahun 2020 sebanyak 30 orang, pada tahun 2021 sebanyak 40 dan Pada tahun 2022 sebanyak 45 orang. Total pelanggan yang mengeluh pada tahun 2020 sebanyak 150 orang, Total tahun 2021 sebanyak 190 Orang dan tahun 2022 sebanyak 220 orang.

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep penting dalam perencanaan dan manajemen bisnis perusahaan. Pelanggan pada umumnya mengharapkan untuk diberikan dan menikmati pelayanan yang baik dan memuaskan atas barang dan jasa yang dikonsumsi. Kepuasan mempengaruhi persepsi yang memposisikan produk perusahaan dimata pelanggan. Hal ini penting sebagai acuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan, guna menjamin kepuasan yang optimal terhadap pelayanan yang diberikan.

Tabel 3. Hasil Pra survey Kepuasan Pelanggan Toko N O U R A

| NO | Indikator | Pernyataan | Ya | | Tidak | | Jumlah Orang |
|----|-----------------------------|---|-------|-------|-------|-------|--------------|
| | | | Orang | % | Orang | % | |
| 1 | Kesusaian harapan | Saya merasa puas karena produk yang dijual Di Toko N O U R A sesuai dengan harapan | 10 | 33,3% | 20 | 66,7% | 30 |
| | | Saya merasa puas karena pelayanan yang diberikan karyawan Toko N O U R A sangat sopan dan ramah | 11 | 36,7% | 19 | 63,3% | 30 |
| 2 | Minat Berkunjung Kembali | Saya akan berkunjung kembali karena Toko N O U R A menjual produk yang lengkap | 12 | 40% | 18 | 60% | 30 |
| | | Saya akan berkunjung kembali karena Toko N O U R A memberikan pelayanan yang sangat memuaskan | 11 | 36,7% | 19 | 63,3% | 30 |
| 3 | Kesediaan Merekomendasi kan | Saya akan merekomendasikan Toko N O U R A kepada kerabat dan teman saya | 11 | 36,7% | 19 | 63,3% | 30 |

| NO | Indikator | Pernyataan | Ya | | Tidak | | Jumlah Orang |
|-----------|-----------|--|-------|-----|-------|-----|--------------|
| | | | Orang | % | Orang | % | |
| | | Saya akan membicarakan kepuasan dan pengalaman positif saya selama berkunjung ke Pada Toko N O U R A | 12 | 40% | 18 | 60% | 30 |
| Rata-Rata | | | 37,2% | | 62,8% | | |

Sumber : Pra-Survei penulis(2023)

Berdasarkan hasil pra survey yang dilakukan pada 30 pelanggan di Toko N O U R A didapatkan bahwa faktor Kesesuaian harapan dengan pernyataan Saya merasa puas karena produk yang dijual Di Toko N O U R A sesuai dengan harapan jumlah pelanggan yang setuju sebanyak 10 orang atau 33,3%sedangkan jumlah pelanggan tidak setuju sebanyak 20 orang atau 66,7% dan pernyataan Saya merasa puas karena pelayanan yang diberikan karyawan Toko N O U R A sangat sopan dan ramah jumlah pelanggan yang setuju sebanyak 11 orang atau 36,7% sedangkan jumlah pelanggan tidak setuju sebanyak 19 orang atau 63,3%.Faktor Minat Berkunjung Kembali dengan pernyataan Saya akan berkunjung kembali karena Toko N O U R A menjual produk yang lengkap jumlah pelanggan yang setuju sebanyak 12 orang atau 40 % sedangkan jumlah pelanggan tidak setuju sebanyak 18 orang atau 60% dan pernyataan Saya akan berkunjung kembali karena Toko N O U R A memberikan pelayanan yang sangat memuaskan jumlah pelanggan yang setuju sebanyak 11 orang atau 36,7% sedangkan jumlah pelanggan tidak setuju sebanyak 19 orang atau 63,3%.Faktor Kesiediaan Merekomendasikan dengan pernyataan Saya akan merekomendasikan Toko N O U R A kepada kerabat dan teman saya jumlah pelanggan yang setuju sebanyak 11 orang atau 36,7% sedangkan jumlah tidak setuju sebanyak 19 orang atau 63,3% dan pernyataan Saya akan membicarakan kepuasan dan pengalaman positif saya selama berkunjung ke Pada Toko N O U R A jumlah pelanggan yang setuju sebanyak 12 orang atau 40% sedangkan jumlah pelanggan yang tidak setuju sebanyak 18 orang atau 60%.Jadi total Rata-Rata untuk jawaban setuju sebanyak 37,2% dan toal rata -rata tidak setuju sebanyak 62,8%.

Pemilihan objek penelitian ini didasari karna Toko sembako N O U R A menjual barang-barang kebutuhan pokok sehari-hari, seperti beras, minyak, gula, dan bahan makanan lainnya, yang sangat relevan untuk penelitian yang berfokus pada perilaku Pelanggan, ekonomi rumah tangga, atau pola konsumsi.

KAJIAN LITERATUR

Harga

Menurut (Kotler & Armstrong, 2019:63) yang diterjmhakkan oleh Bob Sabran harga merupakan “jumlah uang yang harus dibayarkan oleh pelanggan untuk memperoleh produk”. Biasanya dilakukan untuk menyesuaikan harga dengan situasi persaingan yang ada dan membawa produk tersebut agar sejalan dengan persepsi pembeli. Menurut Bashu Swastha (dalam Nasution dkk, 2020) harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Harga memiliki persepsi yang berbeda-beda menurut pandangan setiap orang dalam menentukan keputusan pembelian. Menurut (Sunyoto, 2020;130) Harga adalah “uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Perusahaan menetapkan harga dalam berbagai cara”. Biasanya, didalam perusahaan kecil harga sering kali ditetapkan oleh manajemen puncak, sedangkan di perusahaan-perusahaan besar penetapan harga biasanya ditangani oleh para manajer divisi atau manajer produk.

Kualitas Pelayanan

Mutiawati et al., (2019:7), menyatakan kualitas pelayanan merupakan kemampuan pemberi pelayanan dalam melayani pengguna barang atau jasa. Menurut Usmara dalam (Pattaray et al., 2021:11) dalam jurnal Ramadhini, Nur Syafitri (2022) kualitas pelayanan merupakan suatu sikap yang dihasilkan dari membandingkan harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan dengan kinerja perusahaan seperti yang dipersepsikan konsumen. Kotler dalam (Pertwi, 2021:68) menyatakan bahwa, kualitas pelayanan merupakan kinerja dari seseorang kepada orang lain yang dapat berupa Tindakan yang tidak berwujud dan tidak mengarah pada kepemilikan suatu barang atau kepada siapa pun.

Kepuasan Pelanggan

Menurut (Fatihudin & Firmansyah,2019)” Kepuasan pelanggan adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima” Menurut Kotler dalam (Atmaja,2018)”Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan antar kinerja (hasil)produk yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan” Menurut Park dalam (Irawan 2021:54), mengungkapkan kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif. Waktu penelitian Pada Toko Sembako N O U R A Di Kecamatan Setu Pamulang dilaksanakan pada bulan September 2023 sampai dengan Juni 2024. Tempat penelitian ini di jl.Baru luk Blok.G no.09 rt02 rw07 Desa Bakti Jaya Kec.setu – Tangerang Selatan. Penelitian ini berbentuk asosiatif, yaitu untuk mencari tahu hubungan antara dua variable atau lebih. Populasi dalam penelitian ini mencakup semua pelanggan yang telah melakukan pembelian lebih dari 3 kali di Toko sembako N O U R A Kec.Setu yang jumlahnya tidak diketahui. Sampel yang digunakan dengan rumus Rao Purba adalah 96 responden atau 96 pelanggan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan data primer yang diperoleh dari observasi dan penyebaran kuesioner, serta data sekunder yang diperoleh dari dokumentasi dan studi kepustakaan. Teknik analisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear, uji regresi berganda, uji koefisien determinasi, uji t, dan uji f, lalu mentabulasi data dengan menggunakan excel dan kemudian mengolahnya dengan SPSS Versi 27.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Harga (X1)

| No | Kuesioner | r hitung | r Tabel | Keputusan |
|----|-----------|----------|---------|-----------|
| 1 | X1p1 | 0.685 | 0,2006 | Valid |
| 2 | X1p2 | 0.733 | 0,2006 | Valid |
| 3 | X1p3 | 0.793 | 0,2006 | Valid |
| 4 | X1p4 | 0.806 | 0,2006 | Valid |
| 5 | X1p5 | 0.609 | 0,2006 | Valid |
| 6 | X1P6 | 0.757 | 0,2006 | Valid |
| 7 | X1p7 | 0.740 | 0,2006 | Valid |
| 8 | X1p8 | 0.768 | 0,2006 | Valid |
| 9 | X1p9 | 0.808 | 0,2006 | Valid |
| 10 | X1p10 | 0.799 | 0,2006 | Valid |

Sumber Hasil Olahan Spss 27

Berdasarkan tabel 4 diatas, diketahui bahwa pernyataan dari Harga(X1) memiliki nilai R Product Moment lebih besar dari rtabel, maka dapat disimpulkan variabel Harga yang diajukan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Kualitaas Pelayanan(X2)

| No | Kuesioner | r hitung | r Tabel | Keputusan |
|----|-----------|----------|---------|-----------|
| 1 | X2p1 | 0.764 | 0,2006 | Valid |
| 2 | X2p2 | 0.617 | 0,2006 | Valid |
| 3 | X2p3 | 0.708 | 0,2006 | Valid |
| 4 | X2p4 | 0.759 | 0,2006 | Valid |
| 5 | X2p5 | 0.795 | 0,2006 | Valid |
| 6 | X2p6 | 0.786 | 0,2006 | Valid |
| 7 | X2p7 | 0.803 | 0,2006 | Valid |
| 8 | X2p8 | 0.777 | 0,2006 | Valid |
| 9 | X2p9 | 0.752 | 0,2006 | Valid |

Sumber Hasil Olahan Spss 27

Berdasarkan tabel 5 diatas, diketahui bahwa pernyataan dari Kualitas Pelayanan(X2) memiliki nilai R Product Moment lebih besar dari rtabel, maka dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan yang diajukan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Kepuasan Pelanggan(Y)

| No | Kuesioner | r hitung | r Tabel | Keputusan |
|----|-----------|----------|---------|-----------|
| 1 | Yp1 | 0.780 | 0,2006 | Valid |
| 2 | Yp2 | 0.797 | 0,2006 | Valid |
| 3 | Yp3 | 0.776 | 0,2006 | Valid |
| 4 | Yp4 | 0.842 | 0,2006 | Valid |
| 5 | Yp5 | 0.831 | 0,2006 | Valid |
| 6 | Yp6 | 0.875 | 0,2006 | Valid |
| 7 | Yp7 | 0.799 | 0,2006 | Valid |
| 8 | Yp8 | 0.823 | 0,2006 | Valid |
| 9 | Yp9 | 0.776 | 0,2006 | Valid |

Sumber Hasil Olahan Spss 27

Berdasarkan tabel 6 diatas, diketahui bahwa pernyataan dari Kepuasan Pelanggan(Y) memiliki nilai R Product Moment lebih besar dari rtabel, maka dapat disimpulkan variabel Kepuasan pelanggan yang diajukan dalam penelitian ini adalah valid.

Uji Reabilitas

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X1)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| 0.913 | 10 |

Sumber Hasil Olahan Spss 27

Berdasarkan tabel 7 di atas, diketahui bahwa variabel harga memiliki nilai cronbach alpha lebih besar (>) dari 0,60 maka dapat disimpulkan variabel di dalam penelitian ini adalah reliabel dan dapat dilanjutkan pada analisis selanjutnya.

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| 0.903 | 9 |

Sumber Hasil Olahan Spss 27

Berdasarkan tabel 8 di atas, diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai cronbach alpha lebih besar (>) dari 0,60 maka dapat disimpulkan variabel di dalam penelitian ini adalah reliabel dan dapat dilanjutkan pada analisis selanjutnya.

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan(Y)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| 0.935 | 9 |

Sumber Hasil Olahan Spss 27

Berdasarkan tabel 9. di atas, diketahui bahwa variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai cronbach alpha lebih besar (>) dari 0,60 maka dapat disimpulkan variabel di dalam penelitian ini adalah reliabel dan dapat dilanjutkan pada analisis selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 10. Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual | |
|--|-------------------------|-------------------------|-------|
| N | | 96 | |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | 0.0000000 | |
| | Std. Deviation | 4.72166183 | |
| Most Extreme Differences | Absolute | 0.078 | |
| | Positive | 0.054 | |
| | Negative | -0.078 | |
| Test Statistic | | 0.078 | |
| Asymp. Sig. (2-tailed) ^c | | 0.178 | |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d | Sig. | 0.162 | |
| | 99% Confidence Interval | Lower Bound | 0.153 |
| | | Upper Bound | 0.172 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1314643744.

Sumber Hasil Olahan Spss 27

Berdasarkan dari tabel 10 di atas, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.162 Dengan demikian dikatakan signifikansi apabila lebih dari 0,050(0.162 > 0,050), maka asumsi distribusi persamaan pada uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov adalah normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 11. Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

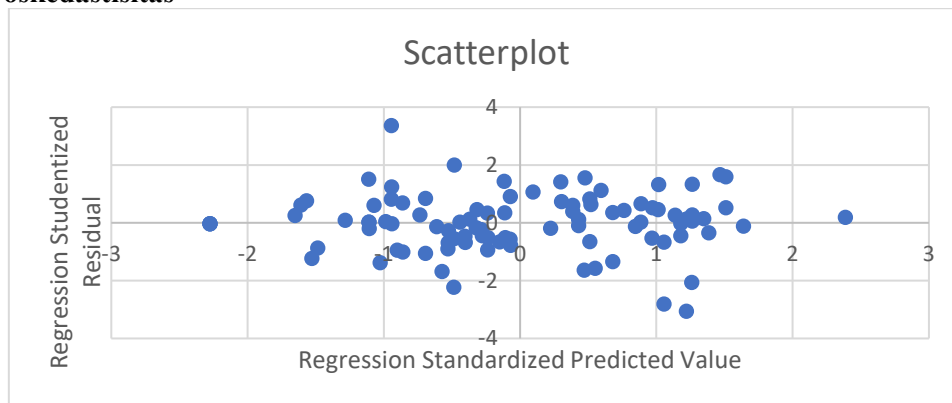
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--|-------|-------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | 0.404 | 1.808 | | | 0.224 | 0.823 | | |
| Harga(X1) | 0.309 | 0.108 | 0.302 | | 2.862 | 0.005 | 0.273 | 3.663 |
| Kualitas Pelayanan(X2) | 0.629 | 0.116 | 0.574 | | 5.433 | 0.000 | 0.273 | 3.663 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan(Y)

Sumber Hasil Olahan Spss 27

Berdasarkan hasil olah data di atas, diketahui bahwa harga memiliki nilai VIF sebesar 3.663 dan nilai VIF kualitas pelayanan sebesar 3.663, di mana kedua nilai VIF variabel tersebut lebih kecil dari 10), maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terbebas atau tidak terjadi dari asumsi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas



Sumber Hasil Olahan Spss 27

Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar diatas, diketahui jika data menyebar secara merata baik pada ruang positif maupun ruang negative. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linear

Tabel 12. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Variabel Harga (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 1,404 | 2,053 | | 0,684 | 0,496 |
| Harga | 0,808 | 0,064 | 0,792 | 12,564 | 0,000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber Hasil Olahan Spss 27

Tabel 13. Uji Regresi Sederhana Variabel Kualitas pelayanan (X2) Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 2,544 | 1,708 | | 1,490 | 0,140 |
| Kualitas pelayanan | 0,912 | 0,063 | 0,832 | 14,523 | 0,000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil olah SPSS 27

Tabel 14. Hasil Uji Regresi Linear Berganda Variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2)
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 0,404 | 1,808 | | 0,224 | 0,823 |
| Harga | 0,309 | 0,108 | 0,302 | 2,862 | 0,005 |
| Kualitas pelayanan | 0,629 | 0,116 | 0,574 | 5,433 | 0,000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber Hasil Olahan Spss 27

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 0,404 + 0,309X_1 + 0,629X_2$, Dari persamaan diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta sebesar 0,404 diartikan bahwa jika variable Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan(X_2) tidak dipertimbangkan maka kepuasan pelanggan (Y) hanya akan bernilai sebesar 0,404.
- b. Harga (X_1) 0,309 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variable Kualitas Pelayanan (X_2),Maka setiap perubahan 1 unit pada variable Harga (X_1) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,309 point.
- c. Nilai Kualitas Pelayanan (X_2) 0,629 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Harga (X_1),maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Kualitas pelayanan (X_2) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,629

Uji Hipotesis

Tabel 15.Hasil Uji T Secara Parsial Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 0.404 | 1.808 | | 0.224 | 0.823 |
| Harga | 0.309 | 0.108 | 0.302 | 2.862 | 0.005 |
| Kualitas pelayanan | 0.629 | 0.116 | 0.574 | 5.433 | 0.000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber Hasil Olahan Spss 27

Berdasarkan hasil uji T maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

a) Harga(X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil uji t di atas dapat diketahui thitung > ttabel (2.862>1.985) dengan nilai signifikan dari variabel Harga sebesar 0,005 lebih kecil dari 0,05 atau 5% . Maka dapat disimpulkan bahwa HO ditolak dan Ha diterima, artinya bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

b) kualitas pelayanan(X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil uji T di atas dapat diketahui thitung > ttabel (5.433> 1.985) dengan nilai signifikan dari variabel kualitas pelayanan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa HO ditolak dan menerima Ha, artinya bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Tabel 16.Hasil Uji F Simultan ANOVA^a

| Model | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| 1 Regression | 5357.551 | 2 | 2678.775 | 117.627 | .000 ^b |
| Residual | 2117.939 | 93 | 22.774 | | |
| Total | 7475.490 | 95 | | | |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan(Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan(X_2), Harga(X_1)

Sumber Hasil Olahan Spss 27

Berdasarkan tabel perhitungan uji f di atas diketahui bahwa fhitung > ftabel (117.627> 3,09) dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan HO ditolak dan Ha diterima, sehingga variabel Harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil analisis serta pembahasan mengenai pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan sebagai berikut:

- 1. Harga (X_1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan(Y) Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai persamaan regresi $Y = 1,404 + 0,808 X_1$ jadi, koefisien regresi sebesar 0,808 menunjukkan pengaruh yang (positif). Dan hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai

thitung lebih besar dari ttabel yaitu ($2.862 > 1.985$). Hal tersebut juga di buktikan dengan nilai sig sebesar $< 0,05$ atau ($0,005$ lebih kecil dari $0,05$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel Harga terhadap kepuasan pelanggan. Dan hasil nilai dari koefisien korelasi sebesar $0,792$. Dan hasil nilai determinasi atau kontribusi pengaruh nya sebesar $62,7\%$ sedangkan sisanya sebesar $37,3\%$ ($100\% - 62,7\% = 37,3\%$).

2. Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y) Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai persamaan regresi $Y = 2,544 + 0,912 X_2$ jadi, koefisien regresi sebesar $0,912 X_2$ menunjukkan pengaruh yang (positif). Dan hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai thitung lebih besar dari ttabel yaitu ($5.433 > 1.985$). Hal tersebut juga di buktikan dengan nilai sig $< 0,05$ atau ($0,000 < 0,05$). maka H_0 ditolak dan H_2 diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan. Dan hasil nilai dari koefisien korelasi sebesar $0,832$. nilai determinasi atau kontribusi pengaruh nya sebesar $69,2\%$ sedangkan sisanya sebesar $30,8\%$ ($100\% - 69,2\% = 30,8\%$).
3. Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai persamaan regresi $Y = 0,404 + 0,309X_1 + 0,629X_2$ jadi, nilai koefisien regresi variabel Harga sebesar $0,309$ dan nilai koefisien regresi variabel Kualitas pelayanan sebesar $0,629$ menunjukkan pengaruh yang (positif). Dan nilai thitung lebih besar dari ttabel yaitu sebesar ($117.627 > 3,09$) hal tersebut juga di buktikan dengan nilai sig $< 0,05$ atau ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Terdapat pengaruh secara simultan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Dan hasil dari koefisien korelasi sebesar $0,847$. Dan hasil nilai determinasi atau kontribusi pengaruh nya sebesar $71,7\%$ sedangkan sisanya $28,3\%$ ($100\% - 71,7\% = 28,3\%$).

REFERENSI

- Abdullah Thamrin & Tantri Francis. 2018. Manajemen Pemasaran. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Aditama, Roni Angger. 2020. Pengantar Bisnis. Malang, AE Publishing
- Agustina, A. I., & Yudhi Koesworodjati, S. E. (2022). PENGARUH HARGA DAN ONLINE CONSUMER REVIEWS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Konsumen Clothing Prung Terraces Wear Yang Melakukan Pembelian Melalui Marketplace Shopee) (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas).
- Amanah, Aam (2021) PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMILIH PRODUK- PRODUK BEAR BRAND. Skripsi thesis, SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA JAKARTA.
- Andi Khaerul Mabur , Anwar , Zainal Ruma. 2022) PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM TIRTA OMPO KABUPATEN SOPPENG Vol 19 No 2 Oktober 2022, Hal -49
- Ardiansyah, Yusuf dan Sulistyowati, 2018, Pengaruh Kompetensi dan Kecerdasan Emosional Terhadap Kinerja Pegawai, Jurnal Bisnis dan Manajemen, Volume 2, No 1.
- Arifianto, C., Susilo, A., Tajuddin, R., & Romdonih, F. (2020). Peningkatan Kapabilitas Teknologi dalam Menghadapi Era Disrupsi pada Generasi Milenial melalui Webinar. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(2), 145-157.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). Pengantar Manajemen Pemasaran. Deepublish.
- Atmaja, Jaka. 2018. "Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB" *Jurnal Ecodemica*, Vol. 2 No. 1 April 2018. AKOM BSI: Jakarta.
- Camelia Praestuti. 2020. Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mama-Mama Penjual Noken di Oyehe Kabupaten Naribe. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 10, No. 1, 2020
- Devi Nuryani, 182040162 (2022) PENGARUH PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PT SOKA CIPTA NIAGA. Skripsi(S1) thesis, FISIP UNPAS.

- Diana Santy, N. W. (2021). Citra Perusahaan Garuda Indonesia: Persepsi Para Loyalis Garuda Indonesia (Doctoral dissertation, STTKD Sekolah Tinggi Teknologi Kerdigantaraan Yogyakarta).
- Djatajuma, Innesense Ave (2023) PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA BEAT DI JAKARTA SELATAN. Diploma thesis, Universitas Nasional.
- Erviyana, S., & Erni Rusyani, S. E. (2022). PENGARUH PENGEMBANGAN KARIR DAN KESEJAHTERAAN KARYAWAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT POS INDONESIA (PERSERO) KANTOR PUSAT CILAKI BANDUNG (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis).
- Farida, S. I., Anggraini, R. R., Almassawa, S. F., Tajuddien, R., & Hadjrillah, T. MENCIPTAKAN GENERASI UNGGUL DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 PADA MURID-MURID SMAN 6 TANGERANG SELATAN.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Jasa:(Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan). Deepublish.
- Ghozali, I. (2018). “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS”Edisi Sembilan.Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS.
- HANDIANTO, A. (2023). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP KEBERHASILAN PADA USAHA UMKM (Studi Kasus pada UMKM di Bekasi Utara) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Hartawan, A., & Heryati, H. (2021). Pengaruh Budaya Kerja dan Kemampuan Terhadap Komitmen Pegawai Dinas Kesehatan Kabupaten Empat Lawang. Jurnal Manajemen dan Investasi (MANIVESTASI), 3(2), 146- 155.
- Hasibuan, M. (2015). Manajemen, Dasar, Pengertian, dan Masalah. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ina Ratnamiasih, S. E. (2022). PENGARUH KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL DAN SELF-EFFICACY TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA LAMPU SATU RESTO & BAKERY SUBANG (Doctoral dissertation, Universitas Pasundan Bandung).
- Indrasari, Meithiana. 2019. Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press
- Irfan, Setiawan (2020) PENGARUH FAKTOR PRIBADI, PSIKOLOGIS DAN SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA BEAT (Studi Kasus pada Dealer Honda Bintang Motor - Jakarta). Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Istijanto, M. (2018). Aplikasi Praktis Riset Pemasaran. Gramedia Pustaka Utama.
- Kristiyana, Naning., dan Wahna Widyaningrum. (2019). Manskill Managerial Skill. Ponorogo: Unmuh Ponorogo Press.
- Mamahit, B. V., Mandey, S. L., & Jorie, R. J. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Jasa Cv. Caritas Dei Nobiscum Untuk Meningkatkan Daya Saing. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 9(3), 892-901.
- Mandasari, N. (2020). PENGARUH BRAND TRUST, KUALITAS PRODUK DAN PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YAKULT (Pada Konsumen Padepokan Tari Langan Kusuma Ponorogo) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Manurung, R. A., & Silalahi, P. R. (2022). Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Terhadap Mental Accounting pada Remaja di Kota Medan. JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen, 2(1), 130-141.

- Masili., B. Lumanauw., M. V. J. Tielung 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. Vol.10 No.4 April 2022, Hal. 44-55
- Muhamad Sahabudin, Sahab (2022) Implementasi Penguatan Akuntabilitas Dalam Pembangunan Zona Integritas Di Polres Metro Bekasi Kabupaten. Skripsi (S1) thesis, Fisip Universitas Muhammadiyah Jakarta.
- Mutiawati, Cut et.al. 2019. Kinerja Pelayanan Umum Jalan Raya. Yogyakarta:Deepublish.
- Naillissyifa, M., Poerbo, S., & Farouk, U. (2019). Pengaruh Pengetahuan Pajak, Persepsi Atas Efektifitas Sistem Perpajakan Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak PPh Pasal 21 Dalam Melapor SPT (Studi Pada Dosen ASN Di Politeknik Negeri Semarang). JOBS (Jurnal Of Business Studies), 5(1), 63-72.
- NANANG, ARIAN TOVAN (2021) ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PENUMPANG DALAM MENGGUNAKAN KAPAL MV. BATAM JET 6 (Studi kasus tujuan Tg. Balai Karimun ke Sekupang).
- Nurdiansyah, Haris dan Rahman, Robbi Saepul. 2019. Pengantar Manajemen. Yogyakarta: Penerbit Diandra Kreatif.
- Pardede, J. (2022). PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN TEMPAT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MERK PRETTYFIT PADA PT.CHRISTOPER ADIDAYA REKANANDA (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- PEMBELIAN LAMPU MEREK SPECTRA (Studi Pada PT. Lelco Trindo Graha Nusantara) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Pratiwi, K. (2022). PENGARUH SELF-EFFICACY, MOTIVASI DAN SOCIAL SUPPORT TERHADAP BURNOUT AKADEMIK PADA MAHASISWA DALAM PERKULIAHAN ONLINE DI MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus Mahasiswa STIE Indonesia Jakarta) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Putra, C. I. R., SAMARI, S., & SARDANTO, R. (2022). ANALISIS VARIASI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CAFE NDALEM SIMBAH GONDANG NGANJUK (Doctoral dissertation, Universitas Nusantara PGRI Kediri).
- Ramadhini, Nur Syafitri (2022) PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN E-COMMERCE SHOPEE PADA JASA PENGIRIMAN BARANG SICEPAT HALU DI JAKARTA. Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIE) Jakarta.
- Riduwan, dan Engkos Achmad Kuncoro. 2017. Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur). Bandung : Alfabeta Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Santosa, S., & Luthfiyyah, P. P. (2020). Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan di Gamefield Hongkong Limited. Pro Mark, 10(1).
- Sapitri, N. R. (2020). PENGARUH FASILITAS ONLINE TRADING, MODAL MINIMAL INVESTASI DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT INVESTASI (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Saragih, N., & Azhari, M. T. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Data Internet Telkomsel (Studi Kasus: Mahasiswa Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan). JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen, 2(2), 2548-2564.
- Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: ALFABETA.

- URAY, R. D. P. (2022). PENGARUH MODEL PEMBELAJARAN PROBLEM BASED LEARNING (PBL) TERHADAP HASIL BELAJAR PESERTA DIDIK PADA MATA PELAJARAN GEOGRAFI DI KELAS XI SMAN 2 SAMBAS (Doctoral dissertation, IKIP PGRI PONTIANAK).
- URIP LOLA ARYANTO, U. R. I. P. (2021). PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
- Yuliantika, V., Bahari, Y., & Alhidayah, R. (2018). Pengaruh Aktivitas Belajar Terhadap Hasil Belajar Siswa Dalam Pembelajaran Sosiologi Kelas Xi Ips Man 2 Pontianak. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 7(12).