

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV Rizky Andre Jaya di Jakarta Selatan**

**Achmad Rizky Narita Utomo<sup>1</sup> Suharni Rahayu<sup>2</sup>**

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pamulang

Email: [ahmadrizkynarita@gmail.com](mailto:ahmadrizkynarita@gmail.com), [dosen00964@unpam.ac.id](mailto:dosen00964@unpam.ac.id)

### **Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada CV Rizky Andre Jaya. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada CV Rizky Andre Jaya. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada CV Rizky Andre Jaya. Penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang melakukan pembelian di CV Rizky Andre Jaya, dengan sampel sebanyak 95 orang responden yang diambil menggunakan teknik sampling jenuh. Metode analisis data meliputi uji regresi linier sederhana, regresi linier berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji t parsial, dan uji F simultan Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dapat dibuktikan dari nilai t hitung  $>$  t tabel atau  $(7,928 > 1,290)$  dan diperkuat dengan nilai  $\rho$  value  $<$  Sig. 0,05 atau  $(0,000 < 0,05)$ . Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dapat dibuktikan dari nilai t hitung  $>$  t tabel atau  $(5,495 > 1,290)$  dan diperkuat dengan nilai  $\rho$  value  $<$  Sig. 0,05 atau  $(0,000 < 0,05)$ . Secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dapat dibuktikan dari nilai F hitung  $>$  F tabel atau  $(179,157 > 3,09)$ , dan diperkuat dengan  $\rho$  value  $<$  Sig. 0,05 atau  $(0,000 < 0,05)$ . CV Rizky Andre Jaya dapat mengatur atau menentukan harga produk yang sesuai untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci.** Kualitas Pelayanan; Harga; Kepuasan Pelanggan

### **Abstract**

*The purpose of this research is to determine the effect of service quality on customer satisfaction at CV Rizky Andre Jaya. To determine the effect of price on customer satisfaction at CV Rizky Andre Jaya. To determine the effect of service quality and customer satisfaction together on customer satisfaction at CV Rizky Andre Jaya. The research method used is a quantitative method with an associative approach. The population in this study consists of all customers who made purchases at CV Rizky Andre Jaya, with a sample of 95 respondents taken using the saturated sampling technique. The data analysis methods include simple linear regression, multiple linear regression, correlation coefficient, coefficient of determination, partial t-test, and simultaneous F-test. There is a positive and significant influence between service quality and customer satisfaction, as evidenced by the t-value  $>$  t-table value  $(7.928 > 1.290)$  and supported by the p-value  $<$  Sig. 0.05  $(0.000 < 0.05)$ . There is a positive and significant influence between price and customer satisfaction, as evidenced by the t-value  $>$  t-table value*

(5.495 > 1.290) and supported by the  $\rho$  value < Sig. 0.05 (0.000 < 0.05). (3) Simultaneously, there is a positive and significant influence between service quality and price on customer satisfaction, as evidenced by the  $F$  calculated value >  $F$  table value (179.157 > 3.09), and supported by the  $\rho$  value < Sig. 0.05 (0.000 < 0.05). CV Rizky Andre Jaya can set or determine appropriate product prices to enhance customer satisfaction.

**Keyword.** Service Quality; Price; Customer Satisfaction

## PENDAHULUAN

Alat Tulis Kantor (ATK) adalah sarana penunjang yang mempunyai peranan vital didalam berjalanya suatu fungsi administrasi perusahaan. Bagian Alat Tulis kantor (ATK) merupakan faktor penting dalam kebutuhan pekerjaan perusahaan. Oleh karenanya pengelolaan ATK haruslah mendapat perhatian khusus. Dimana diharapkan dengan dibentuknya suatu sistem pengelolaan yang baik maka diharapkan semua permintaan yang diinginkan oleh berbagai divisi perusahaan dapat terpenuhi dengan optimal dan cepat tanggap. Perihal permasalahan pengelolaan ATK merupakan masalah perubahan sistem manual ke komputerisasi. Perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat saat ini hampir berkesinambungan dengan setiap kegiatan manusia. Umumnya manusia menggunakan teknologi untuk kebutuhan pribadi ataupun untuk meningkatkan usahanya. Dalam hal ini juga memberikan pemanfaatan dalam pendataan alat tulis kantor untuk menunjang kinerja perusahaan.

Menurut Kotler & Amstrong (2012:3) pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai dengan pihak lain. Salah satu yang menjadi teknologi paling diminati adalah dengan media. Satu dari media untuk melakukan promosi yakni media sosial. Media sosial sendiri, sebagai bagian dari internet telah membawa banyak perubahan kepadakomunitas sosial Indonesia, tidak terkecuali komunitas bisnis Indonesia (Beyond Blogging) (Lestari, 2020). Kata ‘Kepuasan’ (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin “*satis*” artinya cukup baik, memadai, dan “*facio*” artinya melakukan atau membuat. Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Menurut Kolter dan Keller (2014) mendefinisikan “kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya”.

**Tabel 1. Data Penjualan CV Rizky Andre Jaya 2019 - 2023**

TAHUN	OMSET PENJUALAN	TARGET OMSET
2019	123.597.000	100.000.000
2020	83.211.000	100.000.000
2021	103.211.000	100.000.000
2022	90.485.000	100.000.000
2023	71.233.000	100.000.000

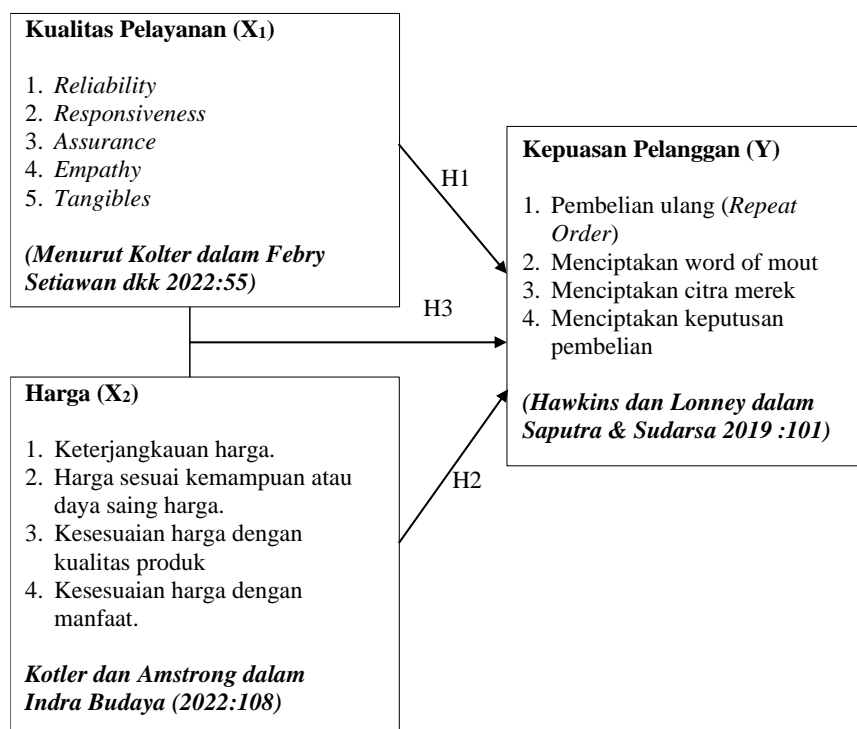
Sumber : Staf Administrasi CV Rizky Andre Jaya

Berdasarkan data penjualan dari tahun 2019 hingga 2023, terlihat adanya tren penurunan yang signifikan dari tahun ke tahun. Penjualan mengalami penurunan dari 123.597.000 pada tahun 2019 menjadi 71.233.000 pada tahun 2023. Hal ini menunjukkan adanya tantangan yang dihadapi oleh perusahaan dalam mempertahankan atau meningkatkan angka penjualan dari tahun ke tahun.

**Kualitas Pelayanan.** Menurut Kotler dan Keller dalam Thomas & Khuzaini (2020), kualitas merupakan kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan. Menurut Ratih dalam Siti Solikha dan Imam Suprpta (2020), service quality adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Berdasarkan beberapa definisi kualitas pelayanan tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan mutu yang diberikan oleh perusahaan terhadap kebutuhan dan harapan pelanggan.

**Harga.** Menurut Lupiyoadi dalam Riri Oktarini (2019), Harga adalah manfaat dari layanan yang datang dengan layanan atas berbagai biaya (korban) dari mengkonsumsi layanan tersebut. Biaya ini dapat berupa waktu untuk mengorbankan layanan, aktivitas fisik. Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa harga merupakan sejumlah nilai dalam hal ini berbentuk mata uang yang dibebankan terhadap suatu barang maupun jasa.

**Kepuasan Pelanggan.** Menurut Tjiptono dalam Riri Oktarini (2019), Kepuasan Pelanggan adalah suatu keadaan yang muncul dari perasaan untuk mengevaluasi suatu produk atau pengalaman layanan. Menurut Kotler dan Keller dalam Henny Armaniah dkk (2019), kepuasan pelanggan adalah Perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkan. Berdasarkan definisi diatas kepuasan Pelanggan merupakan perasaan yang timbul dari dalam diri Pelanggan baik berupa perasaan kecewa atau puas dikarenakan kualitas produk atau jasa yang diperoleh sehingga membentuk sebuah respon yang berupa feedback positif maupun negatif.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Hipotesis

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan CV Rizky Andre Jaya Jakarta Selatan.

- H2 : Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan CV Rizky Andre Jaya Jakarta Selatan.
- H3 : Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada CV Rizky Andre Jaya Jakarta Selatan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, berdasarkan data dalam bentuk numerik dan diolah dengan statistik inferensial untuk mengetahui pengaruh antar variabel dalam kondisi alamiah. Penelitian ini dilakukan di CV Rizky Andre Jaya Jakarta Selatan. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui kuesioner. Sedangkan data sekunder diperoleh dari penelitian kepustakaan melalui jurnal, buku, atau sumber perpustakaan ilmiah lainnya. Karyawan CV Rizky Andre Jaya melakukan analisis kuantitatif dengan mengisi kuesioner, kemudian diberi bobot dan dievaluasi. Jumlah karyawan PT Fumida Pestindo Jaya Jagakarsa sebanyak 95 responden. Pengambilan sampel ini menggunakan teknik atau metode sampel jenuh dan seluruh populasi diambil sebagai sampel yang berjumlah 95 orang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Validitas

**Tabel 2 Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)**

No	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	Butir Pernyataan 1	0.764	0.201	VALID
2	Butir Pernyataan 2	0.724	0.201	VALID
3	Butir Pernyataan 3	0.819	0.201	VALID
4	Butir Pernyataan 4	0.763	0.201	VALID
5	Butir Pernyataan 5	0.742	0.201	VALID
6	Butir Pernyataan 6	0.745	0.201	VALID
7	Butir Pernyataan 7	0.686	0.201	VALID
8	Butir Pernyataan 8	0.736	0.201	VALID
9	Butir Pernyataan 9	0.783	0.201	VALID
10	Butir Pernyataan 10	0.795	0.201	VALID

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 2 hasil uji validitas Kualitas pelayanan tersebut dapat diketahui bahwa keseluruhan nilai r hitung > r tabel 0,201. Maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam indikator variabel Kualitas pelayanan adalah valid. sehingga tidak ada butir pernyataan yang dihapus dan semua item pernyataan dapat digunakan pada keseluruhan model pengujian.

**Tabel 3. Uji Validitas Harga (X2)**

No	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	Butir Pernyataan 1	0.667	0.201	VALID
2	Butir Pernyataan 2	0.765	0.201	VALID
3	Butir Pernyataan 3	0.739	0.201	VALID
4	Butir Pernyataan 4	0.763	0.201	VALID
5	Butir Pernyataan 5	0.706	0.201	VALID
6	Butir Pernyataan 6	0.791	0.201	VALID
7	Butir Pernyataan 7	0.800	0.201	VALID

No	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
8	Butir Pernyataan 8	0.761	0.201	VALID

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 3 hasil uji validitas Harga tersebut dapat diketahui bahwa keseluruhan nilai r hitung > r tabel 0,201. Maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam indikator variabel Harga adalah valid. sehingga tidak ada butir pernyataan yang dihapus dan semua item pernyataan dapat digunakan pada keseluruhan model pengujian.

**Tabel 4. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)**

No	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	Butir Pernyataan 1	0.667	0.201	VALID
2	Butir Pernyataan 2	0.765	0.201	VALID
3	Butir Pernyataan 3	0.739	0.201	VALID
4	Butir Pernyataan 4	0.763	0.201	VALID
5	Butir Pernyataan 5	0.706	0.201	VALID
6	Butir Pernyataan 6	0.791	0.201	VALID
7	Butir Pernyataan 7	0.800	0.201	VALID
8	Butir Pernyataan 8	0.761	0.201	VALID

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 4 hasil uji validitas Kepuasan Pelanggan tersebut dapat diketahui bahwa keseluruhan nilai r hitung > r tabel 0,201. Maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam indikator variabel Kepuasan Pelanggan adalah valid. sehingga tidak ada butir pernyataan yang dihapus dan semua item pernyataan dapat digunakan pada keseluruhan model pengujian.

### Uji Reliabilitas

**Tabel 5. Hasil Uji Realibilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Standard Cronbach's	Keterangan
Kualitas Pelayan X1	0,917	0,600	Realibel
Harga X2	0,888	0,600	Realibel
Kepuasan Pelanggan Y	0,903	0,600	Realibel

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan Tabel 5 hasil uji reliabilitas tersebut dapat diketahui bahwa masing-masing variabel Kualitas Pelayan, Harga dan Kepuasan Pelanggan memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0,600. Dengan demikian maka hasil uji realibilitas terhadap keseluruhan variabel adalah realibel.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

**Tabel 6. Hasil Uji Normalitas Dengan Kolmogorof - Smirnov Test**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000

	Std. Deviation	1.38937267
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.068
	Negative	-.071
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.060 <sup>e</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan pada tabel 6 hasil uji normalitas diatas maka dapat diketahui bahwa nilai Sig (2-) sebesar  $0,060 > 0,05$  maka dapat dinyatakan bahwa data dari populasi berdistribusi secara normal dan dapat dilakukan ke tahap analisis selanjutnya.

### Uji Multikolinieritas

**Tabel 7. Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.945	1.870		.505	.615		
	X1	.426	.054	.562	7.928	.000	.441	2.265
	X2	.450	.082	.390	5.495	.000	.441	2.265

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan Tabel 7 hasil uji multikolinieritas, dapat diketahui bahwa nilai Tolerance untuk variabel X1 dan X2 adalah 0.441, yang lebih besar dari batasan minimal 0.10, dan nilai VIF untuk kedua variabel tersebut adalah 2.265, yang lebih kecil dari batasan maksimal 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas yang serius dalam model regresi ini, dan variabel-variabel independen X1 dan X2 dapat digunakan secara bersama-sama tanpa menyebabkan distorsi dalam hasil analisis.

### Uji Autokorelasi

**Tabel 8. Uji Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.892 <sup>a</sup>	.796	.791	1.848	2.058

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 (2024)

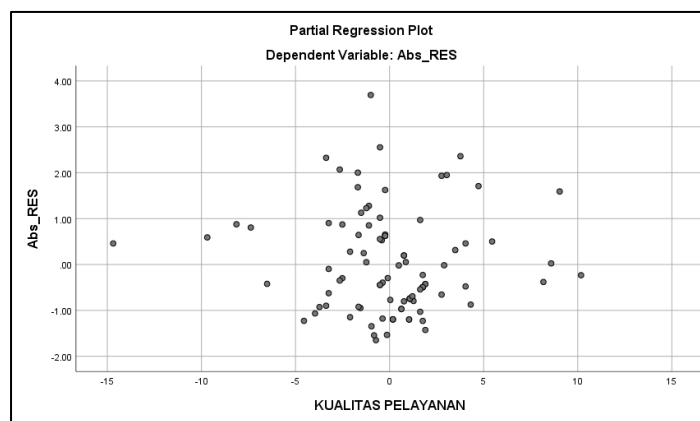
Berdasarkan tabel 8, hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 2.058. Nilai ini berada dalam rentang yang diterima, yaitu antara 1,550 - 2,460, yang menunjukkan bahwa tidak ada masalah autokorelasi dalam model regresi ini. Artinya, tidak ada korelasi yang signifikan antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1. Oleh karena itu, model regresi ini memenuhi asumsi autokorelasi, yang menunjukkan bahwa hasil estimasi regresi dapat dianggap valid dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

**Uji Heteroskedastisitas**

Berdasarkan uji heteroskedastisitas pada grafik tidak memiliki pola penyebaran yang jelas atau tidak membentuk pola-pola tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan tidak terdapat gangguan heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi ini layak dipakai.

**Regresi Linier Berganda**

**Tabel 9. Regresi Linier Berganda**



Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.945	1.870		.505	.615
	KUALITAS PELAYANAN	.426	.054	.562	7.928	.000
	HARGA	.450	.082	.390	5.495	.000
a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN						

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier berganda pada tabel 9 hubungan antara Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dapat diperoleh sebagai berikut:

$$Y = 0.945 + 0.426 X1 + 0.450 X2$$

Berdasarkan koefisien regresi:

- Setiap peningkatan satu unit dalam Kualitas Pelayanan (X1) akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0.426.
- Setiap peningkatan satu unit dalam Harga (X2) akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0.450.

Nilai signifikansi untuk kedua variabel Kualitas Pelayanan dan Harga adalah

0.000, yang lebih kecil dari 0.05, menunjukkan bahwa keduanya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan secara statistik.

### Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 10 Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.892 <sup>a</sup>	.0,791	.0,791	1.848
a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN				

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan Tabel 10, hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan nilai R Square sebesar 0.791. Ini berarti bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) secara simultan memberikan kontribusi sebesar 0.791 terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Sedangkan sisanya, yaitu 20.4%, dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Uji Hipotesis

**Tabel 11. Hasil Uji t (Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.945	1.870		.505	.615
	KUALITAS PELAYANAN	.426	.054	.562	7.928	.000
	HARGA	.450	.082	.390	5.495	.000
a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN						

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel 11 diperoleh nilai t hitung  $>$  t tabel atau ( $7,928 > 1,290$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan CV Rizky Andre Jaya. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung  $>$  t tabel atau ( $5,495 > 1,290$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan secara parsial Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan CV Rizky Andre Jaya.

**Tabel 12 Uji F (Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1224.068	2	612.034	179.157	.000 <sup>b</sup>
	Residual	314.289	92	3.416		
	Total	1538.358	94			
a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN						
b. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN						



Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel diatas diperoleh nilai F hitung  $>$  F tabel atau  $(179,157 > 3,09)$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan atau bersama – sama antara Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan CV Rizky Andre Jaya.

### **Keterbatasan dan Agenda Penelitian Mendatang**

Dalam penelitian ini, hanya dua variabel independen yang dianalisis, yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2), terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kualitas barang, kemasan, promosi, dan pelayanan purna jual, yang seharusnya dapat dianalisis lebih lanjut untuk memberikan pemahaman yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada CV Rizky Andre Jaya. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada CV Rizky Andre Jaya. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada CV Rizky Andre Jaya.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian Indihome di Witel Telkom Depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32–39.
- Adelia Febriani, & Yoga Firmansyah. (2024). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online (Studi pada konsumen Maxim di Jakarta). *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 3(2), 170–180.
- Afandi. (2018). *Teori Konsep Indikator*. Nusa Media.
- Ahidin, U., Budiman, S., & Azizah, E. R. (2023). *Manajemen Pemasaran: Konsep dan Praktik Pemasaran Efektif*. Bekasi: PT Dewangga Energi Internasional.
- Anggita Nurafivah, & Aldila Rahma Putri. (2024). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada produk Leny Skin Care Citra Raya di Kabupaten Tangerang. *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 3(2), 22336–22344.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Operasi dan Produksi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Danang, S. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran: Konsep Strategi dan Kasus* (Ed. 3).
- Dhian Cristina Panjaitan, & Purwanti. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada PT Wangsa Mitra Fantasi (Amazon) Supermall Karawaci. *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 3(2), 22316–22325.
- Dr. Andyan Pradipta Utama, S. E. M. M. P. A. (n.d.). *Manajemen pemasaran: Konsep*

- dasar dan ruang lingkup.
- Drs. Danang Sunyoto, S. H. S. E. M. M. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi, dan Kasus*. Fakultas Ekonomi Uniat.
- Erlita Kurniawaty, & Nur Subekhan. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa layanan Go-Jek di wilayah Pamulang Tangerang Selatan. *Jurnal Marsc Model untuk Membangun Keberhasilan Bisnis*, 1(1), 171–183.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitavania Prameswari, & Leonita Agustina. (2024). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan di restoran cepat saji Pizza Hut. *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 3(2), 1707–1719.
- Gracia Florentina Pulumbar, Fitriani Latief, & Bahrul Ulum Ilham. (2023). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan minuman Jr Tea. *MANUVER: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 1(1), 76–92.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, H., & Sunarsi, D. (2021). *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori, dan Implementasi*. Pascal Books.
- Hidayat, T., Handayani, I., & Ikasari, I. H. (2019). *Statistika Dasar*. Banyumas: CV. Pena Persada.
- Indrasary, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Pers.
- Joko Bagio Santoso, J. Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen (Studi pada konsumen Geprek Benu Rawamangun).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework for Marketing Management*. Pearson Boston, MA.
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2017). *Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis di Indonesia, Jilid 2*. Bogor: Mitra Media.
- M. Manullang. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen, Edisi Revisi, Cetakan Tujuh*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Maalikul Mulki, & Ivantan. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Alfamart Cempaka Putih Utara. *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 3(2), 22925–22933.
- Patilaya, A. (2018). Sumber daya manusia dan keuangan: Pengaruh kualitas produk dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian produk. *Jurnal Manajemen*, 6(2).
- Rifki Abhi Rama, & Agus Sulaiman Anhary. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Doel Motor di Depok. *Jurnal PERKUSI: Pemasaran, Keuangan, dan Sumber Daya Manusia*, 4(2).
- Rusdi, A. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Saeful Mujib, & Agus Sulaiman Anhary. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Fisik Sport Bintaro Jaya Xchange Mall. *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 3(2), 22840–22848.
- Sofyan, A. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.
- Ugeng Budi Haryoko, Fauziah Septiani, & Risnalinda. (2020). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Starbucks Coffee Plaza Kampung Kemang. *Jurnal*

- Pemasaran Kompetitif, 3(2), 40–47.
- Umar, H. (2017). *Metode Riset Manajemen Perusahaan: Langkah Cepat dan Tepat Menyusun Tesis dan Desertasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- W, A. F. (2018). *Pengantar Manajemen*. Mahardika.
- Yazid, A. (2016). *Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi Ekonomi*. Yogyakarta: FE–UUI.