

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KONTER RIDHO CELL KOTA BEKASI

Widya Puspita Sari¹⁾ dan Arry Dwi Syahputra²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Manajemen FE UNKRIS

²⁾ Dosen, Program Studi Manajemen, FE UNKRIS

Alamat: Kampus UNKRIS, Jatiwaringin Jakarta Timur

Email: arrydwisyahputra@gmail.com

ABSTACK

This research aims to analyze the influence of service quality and price on customer satisfaction at the Bekasi City Ridho Cell counter. The population of this research is Ridho Cell counter customers in Bekasi City. The research was carried out by distributing questionnaires to Ridho Cell counter customers in Bekasi City. The data analysis method uses simultaneous and partially linear regression analysis. The results of this research show that simultaneous and partially service quality and price have a positive and significant effect on customer satisfaction at the Bekasi City Ridho Cell counter.

Keywords: Service quality (:); price (:); customer satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan konter Ridho Cell Kota Bekasi. Populasi penelitian ini adalah pelanggan konter Ridho Cell Kota Bekasi, penelitian dilakukan dengan penyebaran kuesioner pada pelanggan konter Ridho Cell Kota Bekasi. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dan sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama dan sederhana kualitas layanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan konter Ridho Cell Kota Bekasi.

Kata Kunci: Kualitas layanan (:); harga (:); kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

Pada zaman serba digital perkembangan dunia usaha yang tidak lepas dari persaingan. Saat ini menuntut perusahaan untuk kreatif dan inovatif. Pelanggan adalah nyawa dari setiap usaha bisnis yang dibangun. Sebuah usaha tidak akan bisa tumbuh dengan besar tanpa adanya dukungan dan dorongan dari pelanggan yang mempercayakan kebutuhan mereka kepada usaha tersebut, tetapi juga oleh kualitas layanan yang diberikan dan harga yang kompetitif. Kualitas layanan yang prima serta harga yang sesuai dengan daya beli masyarakat menjadi dua faktor penting dalam menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelanggan merupakan bagian dari siklus pemasaran. Seluruh kegiatan yang dilakukan oleh sebuah usaha pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan pelanggan yang dirasakan. Salah satu usaha yang mempunyai pesaing tinggi adalah usaha dibidang konter telepon seluler. Selain banyaknya operator telekomunikasi di Indonesia dan banyaknya promosi yang gencar dilakukan oleh semua operator tersebut, tak kalah banyak juga muncul konter-konter telepon seluler mulai dari pulsa, isi ulang paket, agen pulsa dan kartu perdana untuk semua operator dengan harga yang bersaing.

Ridho Cell merupakan salah satu usaha yang paling diminati dikampung sawah, Bekasi. Banyaknya konter telepon seluler membuat pesaing di bisnis konter semakin tinggi, salah satunya adalah konter Ridho Cell yang berada di JL.Kampung sawah, Jatimurni, Kecamatan Pondok Melati, Kota. Bekasi, yang berdiri pada tahun 2016. Dimana didaerah tersebut telah banyak berdiri konter-konter lainnya sebagai pesaing Ridho Cell dan dapat mengakibatkan konsumen memiliki banyak pilihan untuk memilih konter telepon seluler yang memberikan layanan terbaik dengan harga yang menarik minat agar mendapatkan kepuasan pelanggan. Setiap perusahaan pasti memiliki tujuan yaitu bagaimana pelanggan merasa puas atas layanan yang diterima. Namun terkadang setiap pelanggan memiliki perasaan puas yang berbeda pada setiap layanan yang diberikan oleh konter tersebut.

Misalnya seperti pelanggan berharap bahwa layanan akan memberikan kualitas layanan dengan tutur bicara atau cara pengerjaan hp dengan baik, namun harapan tersebut berbanding terbalik, sehingga pelanggan merasa kecewa dan tidak puas. Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perbandingan ekspektasi sebelum pembelian dengan persepsi kinerja pasca pembelian. Sebagaimana contohnya seorang karyawan di sebuah konter ridho cell di komplain dan dimaki oleh seorang yang tidak puas dengan hasil kerja yang diberikan, dikarenakan ada sedikit kesalahan dalam pemasangan hp nya.

Menurut Ulhaq *et al.* (2020), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi pelanggan terhadap hasil suatu produk dengan harapannya, karena pelanggan yang bahagia cenderung menjadi pelanggan setia, yang pada gilirannya dapat meningkatkan retensi pelanggan, merujuk produk kepada orang lain, dan mendukung pertumbuhan bisnis jangka panjang. Indikator kepuasan pelanggan menurut Indrasari (2019) yaitu: 1) Kesesuaian harapan; Kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian dan ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya; 2) Minat berkunjung kembali; Kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan; dan 3) Kesiediaan merekomendasi; Kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman dan lainnya.

Pelanggan yang puas cenderung untuk kembali dan melakukan pembelian ulang, serta merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain. Sebaliknya, pelanggan yang tidak puas dapat berdampak negatif terhadap konter Ridho Cell dan mengurangi jumlah pengunjung. Hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu bagaimana cara perusahaan memberikan layanan kepada pelanggan. Kualitas layanan adalah sebuah aksi dari apa yang didambakan. Layanan pelanggan tidak hanya dilakukan saat pelanggan melakukan pembelian, namun anda pun perlu memberikan layanan terbaik saat setelah mereka melakukan pembelian.

Menurut Manengal *et al.* (2021), kualitas layanan adalah suatu keadaan yang terkait dengan barang produk, jasa, sumber daya manusia, prosedur, serta lingkungan. Menurut mereka kualitas layanan memiliki potensi untuk mencapai atau diatas tingkat keunggulan yang diharapkan. Kualitas layanan dianggap sebagai suatu strategi penting untuk menarik pelanggan baru mempertahankan pelanggan yang sudah ada, mencegah pelanggan beralih, dan menciptakan khusus dikutip oleh Hanim *et al.* (2022). Indikator kualitas layanan menurut Indrasari (2019), yang perlu diperhatikan oleh pelanggan dalam menilai kualitas layanan dalam jasa tersebut, yaitu: 1) Bukti fisik; Bukti fisik yaitu bagaimana suatu perusahaan dapat memberikan gambaran fisik untuk tamu; 2) Keandalan; Keandalan yaitu cara perusahaan dalam menjalankan jasanya dengan tepat dan akurat; 3) Ketanggapan; Ketanggapan yaitu cara perusahaan dalam memberikan pelayanan yang efisien serta membantu pelanggan dalam waktu yang telah ditentukan. Ada beberapa hal dalam daya tanggap seperti membantu pelanggan dalam merespon setiap permasalahan

Commented [Ma1]: Pendahuluan : Sebaiknya ditambahkan Penelitian terdahulu (Penelitian sebelumnya) supaya tampil gap research. Kemudian sebaiknya hindari teori-teori dasar, kemukakan teori-teori yang lebih mendalam.

yang dihadapi ditambah dengan pelayanan yang tepat waktu; 4) Jaminan; Jaminan disini yaitu cara perusahaan dalam memberikan bimbingan terhadap karyawannya dalam memberikan pengetahuan serta sikap yang baik dalam meresponi pelanggan; dan 5) Empati; Empati yaitu bagaimana perusahaan dapat menunjukkan kepedulian dan memperhatikan apa yang dialami oleh pelanggan. Beberapa hal yang diperlukan yaitu bagaimana karyawan dalam perusahaan tersebut dapat mengutamakan apa yang menjadi kepentingan pelanggan dan memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi.

Selain kualitas layanan, harga juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dan menjadi salah satu faktor penting bagi perusahaan dalam penjualan. Banyak perusahaan yang kalah saing dengan perusahaan karena telah mematok harga yang tidak cocok dipasar. Harga adalah sejumlah uang yang digunakan untuk mendapatkan produk-produk tertentu berupa barang dan jasa. Jika sebuah perusahaan memiliki harga yang relatif terjangkau dan kualitas layanan yang baik, maka perusahaan akan memiliki nilai lebih dimata pelanggan.

Harga merupakan suatu ukuran alat tukar agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu produk barang atau jasa menurut Anggraini dan Budiarti (2020). Menurut Anjani dan Simamora (2022), harga diartikan sebagai jumlah kegunaan tentu yang diperlakukan untuk mendapatkan sebuah produk. Indikator harga menurut Kotler dan Armstrong (2018) terdapat empat indikator yang mencirikan harga, yaitu: 1) Keterjangkauan harga; Konsumen melihat harga akhir lalu memutuskan apakah akan menerima nilai yang baik seperti yang diharapkan; 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk/jasa; Harga yang tercantum pada sebuah produk/jasa karena sebelum membeli konsumen sudah berpikir tentang harga yang ditawarkan memiliki kesamaan/kesesuaian dengan produk/jasa yang telah dibeli; 3) Kesesuaian harga dengan manfaat; Aspek penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan atau penjual yang sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dari produk yang dibeli; dan 4) Daya saing harga; Harga Penawaran harga yang diberikan oleh perusahaan atau penjual berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh kompetitor lain pada satu jenis produk yang sama.

METODE

Penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif, yaitu mendeskripsikan, meneliti, dan menjelaskan sesuatu yang dipelajari apa adanya, dan menarik kesimpulan fenomena yang dapat diamati dengan angka-angka penelitian dilakukan dengan penyebaran kuesioner pada responden sebanyak 60 orang yang seluruhnya adalah pelanggan konter Ridho cell Kota Bekasi. Sedangkan metode penelitian dengan menggunakan analisis linear berganda dan sederhana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil uji validitas

Pengujian validitas ini dilakukan untuk menguji apakah tiap butir pernyataan telah mewakili indikator yang akan diteliti, persyaratan minimum untuk dapat dikatakan valid adalah $r = 0,254$. Jadi, apabila korelasi antara butir-butir item pernyataan dengan skor total kurang dari 0,254, maka butir dalam instrumen tersebut dapat dikatakan tidak valid. Uji validitas dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing-masing item pernyataan dengan skor total. (Sugiyono, 2018). Dari perhitungan koefisien korelasi skor tiap butir pernyataan dari 60 responden tentang instrumen kualitas layanan, dengan jumlah 10 butir pernyataan; harga 8 butir pernyataan dan kepuasan pelanggan 6 butir pernyataan dengan total

Commented [Ma2]: Metode Penelitian Tambahkan tabel populasi Sampel untuk memperjelas Unit Analisis. Tampilkan Kisi-kisi instrument teori pendukungnya

skor setiap responden diperoleh hasil r hitung lebih besar dari r tabel 0,254.

Hasil uji reliabilitas

Pengujian reliabilitas ini dilakukan untuk menguji seberapa jauh hasil pengukuran yang dapat diandalkan secara konsisten. Pada tabel hasil pengujian reliabilitas berikut, diketahui bahwa semua variabel mempunyai alpha di atas 0,6 yang berarti bahwa semua variabel dalam penelitian ini dapat diandalkan. Berdasarkan tabel 1, dapat disimpulkan bahwa nilai Cronbach's Alpha positif dimana lebih besar dari 0,6 yang merupakan batas minimal koefisien reliabilitas dapat dianggap baik dan reliabel.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Layanan	0.960	Reliabel
Harga	0.904	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0.885	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS V.22, 2024

Analisis regresi linier berganda

Tabel 2. Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Konter Ridho Cell Bekasi

Variabel	Parameter					
	Mult. R	R Square	Konstanta	Koefisien Regresi	Sig.	α
Kualitas Layanan				0,201	0,002	
Harga	0,880	0,775	4,613	0,373	0,000	0,05

Pengujian Signifikan

$F_{hitung} > F_{tabel} = 97,970 > 3,158$

Keterangan: Variabel Kepuasan Pelanggan

Sumber: data primer diolah SPSS V.22 (2024)

$$Y = 4,613 + 0,201.X_1 + 0,373.X_2$$

Berdasarkan tabel 2, nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($97,970 > 3,158$), artinya ada pengaruh yang positif dan signifikan kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Konter Ridho Cell Bekasi. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.775, artinya kualitas layanan dan harga secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 77,5% kepada kepuasan pelanggan Konter Ridho Cell Bekasi, sedangkan sisanya sebesar 22,5% disumbangkan faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kualitas layanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan pada tingkat nyata 99% terhadap kepuasan pelanggan Konter Ridho Cell Bekasi. Koefisien kualitas layanan sebesar 0,201, artinya jika ada peningkatan kualitas layanan satu kali, maka kepuasan pelanggan Konter Ridho Cell Bekasi akan meningkat sebesar 0,201 kali atau sebaliknya dengan asumsi harga tidak berubah. Koefisien harga sebesar 0,373, artinya jika ada peningkatan harga satu kali, maka kepuasan pelanggan Konter Ridho Cell Bekasi akan meningkat sebesar 0,373 kali atau sebaliknya dengan asumsi kualitas layanan tidak berubah.

Analisis regresi linier sederhana

Tabel 3. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Konter Ridho Cell Bekasi

Variabel	Parameter					
	Mult. R	R Square	Konstanta	Koefisien Regresi	Sig.	α
Kualitas Layanan	0,826	0,682	6,570	0,447	0,000	0,05

Pengujian Signifikan

$t_{hitung} > t_{tabel} = 11,151 > 2,002$

Keterangan: Variabel Kepuasan Pelanggan

Sumber: data primer diolah SPSS V. 22 (2024)

Persamaan Regresi $Y = 6,570 + 0,447 (X_1)$

Berdasarkan tabel 3, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.682, artinya kualitas layanan memberikan kontribusi sebesar 68,2% kepada kepuasan pelanggan Konter Ridho Cell Bekasi, sedangkan sisanya sebesar 31,8% disumbangkan variabel lain yang tidak diteliti. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan pada tingkat nyata 99% terhadap kepuasan pelanggan Konter Ridho Cell Bekasi. Koefisien regresi kualitas layanan sebesar 0,447, artinya jika ada peningkatan kualitas layanan satu kali, maka kepuasan pelanggan Konter Ridho Cell Bekasi. akan meningkat sebesar 0,447 kali, atau sebaliknya.

Tabel 4. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Konter Ridho Cell Bekasi

Variabel	Parameter					
	Mult. R	R Square	Konstanta	Koefisien Regresi	Sig.	α
Harga	0,856	0,732	6,269	0,583	0,000	0,05

Pengujian Signifikan

$t_{hitung} > t_{tabel} = 12,589 > 2,002$

Keterangan: Variabel Kepuasan Pelanggan

Sumber: data primer diolah SPSS V. 22 (2024)

Persamaan Regresi $Y = 6,269 + 0,583 (X_2)$

Berdasarkan tabel 4, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.732, artinya harga memberikan kontribusi sebesar 73,2% kepada kepuasan pelanggan Konter Ridho Cell Bekasi, sedangkan sisanya sebesar 26,8% disumbangkan variabel lain yang tidak diteliti. Harga berpengaruh positif dan signifikan pada tingkat nyata 99% terhadap kepuasan pelanggan Konter Ridho Cell Bekasi. Koefisien regresi harga sebesar 0,583, artinya jika ada peningkatan harga satu kali, maka kepuasan pelanggan Konter Ridho Cell Bekasi. akan meningkat sebesar 0,583 kali, atau sebaliknya.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Konter Ridho Cell Bekasi

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga dapat mendukung peningkatan kepuasan pelanggan Konter Ridho Cell Bekasi. Hasil penelitian

ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Susanti (2019) dan Dewi, dan Putri. (2022, yang menyatakan bahwa kualitas layanan dan harga mendukung peningkatan kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Konter Ridho Cell Bekasi

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan Konter Ridho Cell Bekasi. Hal ini dikarenakan perusahaan memenuhi keinginan pelanggan, memberikan layanan sesuai janji, cepat dalam penanganan keluhan pelanggan, sigap dalam melayani, memberikan garansi kepada pelanggan, dapat menanamkan kepercayaan pada pelanggan, memberikan kemudahan dalam bertransaksi, memberikan pengertian tentang kerusakan yang jelas kepada pelanggan, memiliki peralatan kerja yang lengkap dan memiliki tempat usaha yang mutakhir. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mirawati *et al.* (2022) dan Ali, *et al.* (2021, yang menyatakan bahwa kualitas layanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Konter Ridho Cell Bekasi

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dapat mendorong peningkatan kepuasan pelanggan Konter Ridho Cell Bekasi. Hal ini dikarenakan perusahaan memiliki harga yang relatif terjangkau untuk pelanggan, memberikan harga yang mampu dijangkau, mempertimbangkan sasaran pelanggan dan perubahan situasi, menetapkan harga sesuai dengan kualitas produk, menetapkan harga yang sama dengan konter-konter lain, menetapkan harga cenderung rendah, menetapkan harga sesuai dengan manfaatnya dan sesuai dengan kemampuan daya beli pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sintya *et al.* (2018) dan Rismayanti, (2021, yang menyatakan bahwa harga dapat mendorong peningkatan kepuasan pelanggan

Commented [Ma3]: Pembahasan : Hanya menyajikan hasil penelitian saja, namun hasil diskusi dan pembahasan tidak ditampilkan. sebaiknya uraikan sebuah pembahasan interpretasinya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa 1) Kualitas layanan dan harga secara bersama-sama dapat mendukung peningkatan kepuasan pelanggan Konter Ridho Cell Bekasi; 2) Kualitas layanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan Konter Ridho Cell Bekasi; dan 3) Harga dapat mendorong peningkatan kepuasan pelanggan Konter Ridho Cell Bekasi.

Saran

Berdasarkan penelitian saran yang dapat peneliti berikan, antara lain: 1) Bagi konter Ridho Cell perlu menjaga kualitas layanannya, karena kepuasan pelanggan salah satunya dipengaruhi oleh bagaimana kualitas layanan diberikan kepada pelanggan. Beberapa hal yang bisa dilakukan adalah : meningkatkan fasilitas yang tersedia, meningkatkan keterampilan pekerja dengan cara memberikan pelatihan-pelatihan sesuai dengan bidang masing-masing, dan mengevaluasi cara kerja karyawan secara rutin agar sesuai dengan *standard operational procedure* yang ada; 2) Selain kualitas layanan, harga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penentuan harga oleh perusahaan apalagi diimbangi dengan kualitas layanan secara maksimal maka akan memberikan sebuah kepuasan pada pelanggan. Yang bisa dilakukan oleh perusahaan adalah dengan memberikan penawaran potongan harga yang menarik secara rutin tanpa mengurangi kualitas layanan yang diberikan. Dan penyesuaian biaya operasional yang dikeluarkan agar bisa seminimal dan seefisien mungkin; dan 3) Bagi penelitian selanjutnya yang ingin

menggunakan tema yang sama, penulis menyarankan untuk menggunakan variabel dan indikator yang berbeda agar dapat dibandingkan dengan penelitian yang ada, serta diharapkan untuk dapat lebih memperkaya literatur di bidang ilmu ekonomi, khususnya manajemen pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, B. J., Gardi, B., Othman, B. J., Ahmed, S. A., Ismael, N. B., Hamza, P. A., Anwar, G. (2021). Hotel Service Quality: The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hospitality. *International Journal of Engineering, Business and Management*, 5(3), 14–28.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94.
- Anjani, E. R., & Simamora, V. (2022). Pengaruh Influencer, Harga dan Kualitas Produk Skincare Scarlett Whitening terhadap Keputusan Pembeli Generasi Z, DKI Jakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1293–1308.
- Dewi, L., & Putri, S. H. (2022). Service Quality, Customer Value, And Price to Consumer Satisfaction at Kopi Kenangan Coffe Shop. *International Journal of Social Science*, 1(6), 987–992.
- Hanim, N. F., Mustari, M., Ahmad, M. I. S., Hasan, M., dan Nurdiana, N. (2022). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada UD. Satria Muda Pratama di Kota Makassar. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(03), 978–997.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (15th ed.). New York: Free Press.
- Manengal, B., Kalangi, J. A. F., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Motor Ando Tombatu. *Productivity*, 2(1), 42–46.
- Mirawati, M., Saputra, R. W., dan Putra, R. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Gdr Mart di Panyalain. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(1), 13–21.
- Rismayanti, E. (2021). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Produk terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja di Upmart Universitas PGRI Semarang. *Jurnal Spirit Edukasia*, 1(1), 19–23.
- Sintya, L. I., Lopian, S. J., & Karuntu, M. M. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Online pada Mahasiswa FEBUSRAT Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1778–1787.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, S. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Coffee RR Pekanbaru*. Riau: Universitas Islam Riau.
- Ulhaq, M. D., Albayhaqi, R., Agusinta, L., dan Fachrial, P. (2020). Customer Satisfaction of PT. JNE Express Jakarta During Covid-19 Situation. *Advances in Transportation and Logistics Research*, 3(1), 220–224.

Commented [Ma4]: Daftar Pustaka : Tidak seragam format Daftar Pustaka sebaiknya gunakan standar Internasional dan gunakan aplikasi Mendely.