

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA PT ALFARIA TRIJAYA, Tbk**
(Studi Alfamart Darunnajah 2 Di Jl. Ulujami Raya No .56 Jakarta Selatan)

Aan Purnama

dosen02503@unpam.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen (studi alfamart darunnajah 2 di jl. Ulujami raya no.56 jakarta selatan). Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuantitatif, dengan populasi sebanyak 3.975, untuk penentuan sampel menggunakan metode solvin dengan sampel 98. Berdasarkan hasil penelitian kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dapat dibuktikan dengan persamaan regresi linear sederhana $Y = 3,662 + 0,880X_1$ dan $Y = 16,537 + 0,594x_2$ dan regresi linear berganda $Y = 4.273 + 0,532 (X_1) + 0.343 (X_2)$. Uji koefisien determinasi sebesar kualitas pelayanan sebesar 33% dan harga 32,4% dan hasil secara simultan antara kualitas pelayanan dan harga 38,6% sisahnya 61,4 % di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak dieliti, uji koefisien korelasi sebesar 0,662 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,60 – 0,799 artinya variabel kualitas pelayanan dan harga mempunyai hubungan yang kuat dengan kepuasan konsumen, uji hipotesis Uji t nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($6,881 > 1,984$) dari nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), diperoleh nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($6,788 > 1,984$) dari nilai signifikan $0,000 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). dan uji F sebesar ($29,916 > 3,09$) dan signifikan ($0,000 < 0,05$) hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Perkembangan pasar di Indonesia semakin luas seiring dengan perkembangan ekonominya, modern yang salah satunya di swalayan alfa mart, indomart dan alfa midi yang ingin memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumennya. Misalnya kelengkapan barang, produk-produk pilihan, kebersihan, keamanan, harga, kualitas dan lain sebagainya. Pelayanan konsumen yang baik dan memuaskan harus merupakan misi utama bagi sebuah swalayan dimana kepuasan konsumen menjadi sorotan utama bagi banyak perusahaan-perusahaan dalam memutuskan strategi untuk memenangkan persaingan.

Kemajuan teknologi dan informasi telah membawa banyak perubahan, saat ini telah muncul masyarakat ekonomi ASEAN (AFTA) dan industri 4.0 kondisi ini menyebabkan persaingan bisnis meningkat, oleh karenanya banyak perusahaan berlomba-lomba meningkatkan daya saing dan strategi pemasarannya. Upaya tersebut diharapkan agar perusahaan dapat diterima oleh pasar dan terciptanya pangsa pasar. Hal lain kemajuan teknologi telah membuka informasi yang dapat diakses oleh konsumen, sehingga mengakibatkan perubahan tingkah laku konsumtif. Konsumen dimanjakan dengan berbagai

banyak pilihan, yang menjadikan konsumen sebagai raja. Hal tersebutlah pelaku bisnis menghadirkan kreativitas dan inovasi sebagai strategi unggulan.

Pertumbuhan ini masih didorong oleh pertumbuhan konsumsi rumah tangga. Pertumbuhan konsumsi rumah tangga tidak lepas dari tumbuhnya penjualan eceran. Hasil survei bank indonesia, mengemukakan penjualan eceran mengalami peningkatan 3,7%(YoY) dibandingkan angka peningkatan selama 2017 yang hanya mencapai 2,9%(YoY). Selain itu, kebijakan moneter negara yang terkendali mendukung tercapainya tingkat inflasi dan suku bunga yang relatif memberikan dampak yang kondusif bagi pengembangan bisnis.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Alfaria Trijaya, TBK (Studi Alfamart Darunnajah 2 Di Jl. Ulujami Raya No.56 Jakarta Selatan). Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada PT Alfaria Trijaya, TBK (Studi Alfamart Darunnajah 2 Di Jl.Ulujami Raya No.56 Jakarta Selatan). Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada PT Alfaria Trijaya, TBK (Studi Alfamart Darunnajah 2 Di Jl.Ulujami Raya No.56 Jakarta Selatan).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Metode yang digunakan penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif yaitu jenis penelitian dimana peneliti tidak membuat perbandingan variabel yang diteliti pada sampel lain, dan mencari hubungan variabel tersebut dengan variabel yang lain. Penelitian ini menggunakan sifat survei merupakan jenis dari penelitian ini. Menurut Sugiyono (2016:11) menyatakan metode survei dilakukan untuk memperoleh data dari tempat tertentu secara alamiah (bukan buatan), namun peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data yaitu dengan menyebarkan kuesioner.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di alfamart darunnajah 2 di jl.ulujami raya no.56 jakarta selatan. penelitian ini dilaksanakan selama 6 bulan .

Waktu yang digunakan di mulainya seminar proposal dari tanggal 28 juli 2021 sampai desember 2021.

Operasional Variabel Penelitian

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Sementara variabel independen merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dilihat dari unsur kualitas pelayanan dan Harga.

1. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:38), variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang di tetapkan oleh penelitian untuk di pelajari sehingga di peroleh informasi tentang hal tersebut, kemudian dapat di tarik sebuah kesimpulannya. Variabel dalam suatu penelitian terbagi dua yaitu:

a. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Menurut Sugiyono (2017) variabel bebas adalah variabel yang dapat di mempengaruhi variabel lainnya (variabel terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas pelayanan (X1) dan Harga (X2).

b. Variabel Terikat (*Dependen Variabel*)

Menurut Suripto (2019) Variabel terikat atau dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh adanya variabel bebas. Variabel dependen merupakan variabel yang

menjadi perhatian utama dalam penelitian ini, variabel terikat yang di gunakan adalah Kepuasan Konsumen (Y)

2. Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala likert, menurut Sugiyono (2016:93) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2019:126) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek / subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sehingga populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 3.975 konsumen pada minimarket Alfamart Darunnajah 2 Di Jl.Ulujami Raya No.56 Jakarta Selatan.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2014:116) definisi sampel yaitu sebagai berikut: “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Dengan demikian sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan bisa mewakili keseluruhan populasinya sehingga jumlahnya lebih sedikit dari populasi.

Teknik Pengumpulan Data

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2016:137) “data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari obyek yang diteliti”.

Berarti data primer adalah data yang diolah sendiri yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian atau dari responden. Data primer didapatkan dengan mengadakan penelitian dan kuesioner.

kuesioner adalah “suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai suatu masalah/bidang yang akan diteliti”. Sementara menurut S. Nasution, kuesioner atau yang sering disebut dengan angket adalah “daftar pertanyaan yang didistribusikan untuk di isi dan dikembalikan/dijawab dibawah pengawasan peneliti.

2. Data sekunder

Menurut Habibi dan karnovi (2020:2) berpendapat Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku dan jurnal-jurnal resmi. Jadi dalam proposal skripsi ini, untuk memperoleh hasil penelitian di yang efektif maka peneliti menggunakan studi kepustakaan yang bersumber dari jurnal artikel resmi yang sesuai dengan tema atau judul penelitian ini.

Analisis Deskriptif

Menurut Bodan dalam Afriani dan Zakariah (2020:52) analisis deskriptif merupakan proses pencarian dan penyusunan secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan – bahan lain, sehingga dapat dipahami dengan mudah dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

1. Skala Likert

Skala yang digunakan dalam instrumen penelitian ini adalah dengan menggunakan skala likert, yang merupakan skala interval (Sugiyono: 2011,93). Responden memperoleh kesempatan untuk memilih salah satu jawaban pada setiap pertanyaan dengan kriteria sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju, yang secara berturut-turut dengan diberi skor 5,4,3,2, dan 1.

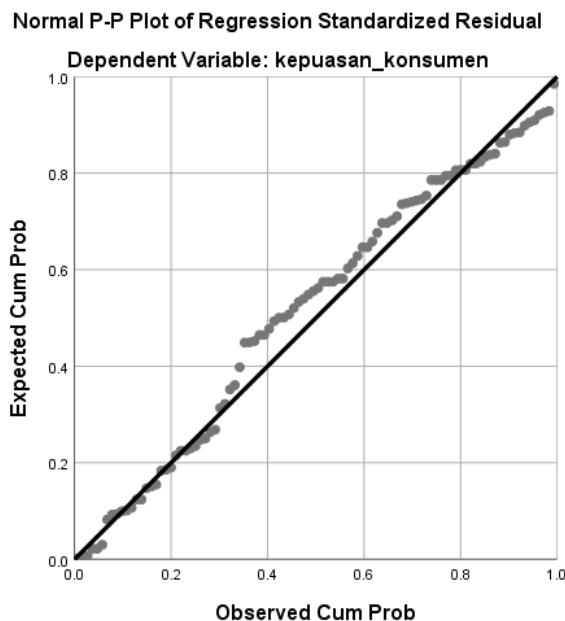
2. Skala Interval

Skala interval adalah suatu skala di mana objek/ kategori dapat diurutkan berdasarkan suatu atribut tertentu, di mana jarak/ interval antara tiap objek/ kategori sama. Besarnya interval dapat ditambah atau dikurangi, dan juga urutan kategori data mempunyai jarak sama. Pada skala ini yang dijumlahkan bukanlah kuantitas atau besaran, melainkan interval dan tidak terdapat nilai nol.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ketepatan data atau keberartian hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen sehingga hasil analisis dapat diinterpretasikan dengan lebih akurat. Pengujian dilakukan dengan menggunakan SPSS Versi 25. Dalam penelitian ini uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heterokedastisitas.

Uji normalitas juga dapat dilakukan untuk melihat bahwa suatu data berdistribusi normal antara variabel independen atau variabel bebas yang dapat mempengaruhi dependen yang disebut variabel terikat dimana variabel bebas dalam penelitian ini yaitu kualitas produk dan harga dan variabel terikat adalah kepuasan konsumen yang dipengaruhi variabel bebas. Uji normalitas data juga dilakukan dengan P-Pplot



Sumber: Data Yang Diolah SPSS 25

Gambar 1. Grafik P-P Plot Hasil uji Normalitas

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

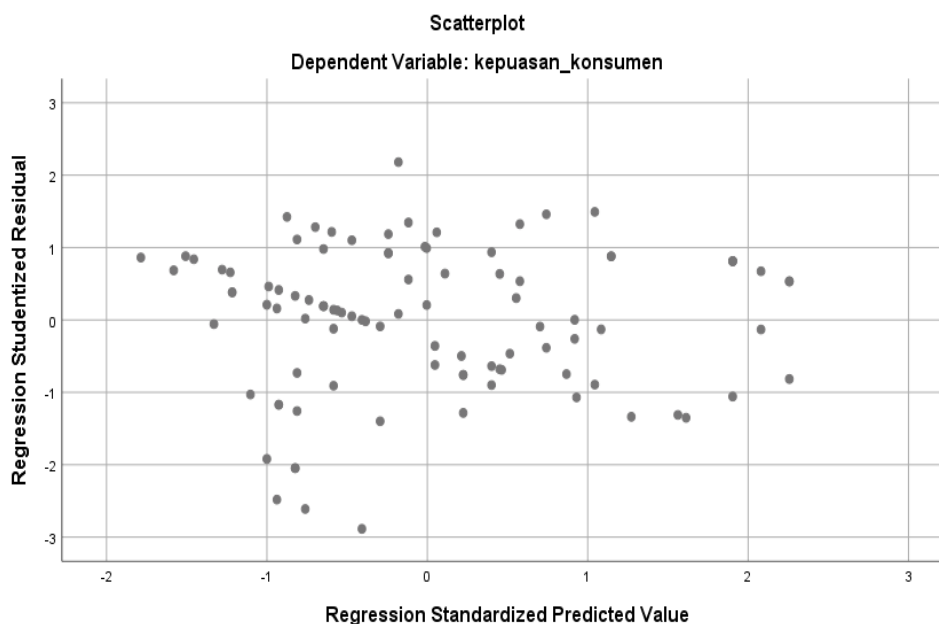
Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varians residual. Salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan uji Gleser dimana hasil uji ini dapat dilihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan lain.

Heteroskedastisitas menunjukkan penyebaran variabel bebas, penyebaran yang acak menunjukkan model regresi yang baik dengan kata lain tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengujinya dapat dilakukan dengan menggunakan grafik scatterplott dengan pola titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah sumbu Y. berikut hasil pengolahan uji heteroskedastisitas dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika titik membentuk pola tertentu seperti gelombang besar menyebar dan menyepit maka tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas.
- b. Jika titik – titik menyebar tanpa membentuk pola tertentu, maka tidak terjadi gannggua heteroskedastisitas.

Maka hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:



Sumber: Data diolah dari kuesioner SPSS 25

Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot

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

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai persamaan regresi $Y = 3.662 + 0.880X_1$, nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,575 artinya variabel kualitas pelayanan dan harga mempunyai hubungan yang sedang terhadap kepuasan konsumen. dan nilai koefisien determinasi sebesar 0,330 atau 33% sedangkan sisanya 67% dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian, dan nilai hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (6,881 >

1,984) Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Retno Wulan Sari (2020), Priscilia D. Rondonuwu, (2015) dan Dady J. Lumenta, (2015) berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh dengan kepuasan konsumen.

Pengaruh Harga Terhadap Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai persamaan regresi $Y = 16.537 + 0.594X_2$ nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,569 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sedang. Nilai koefisien determinasi diperoleh sebesar 0,324 atau 32,4% sedangkan sisanya sebesar 67,6% dipengaruhi faktor lain. Dan nilai hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($6,778 > 1,984$) Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen. berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Endan Dwi (2020) dan Rendy Gulla (2015) diperoleh hasil penelitian bahwa harga mempunyai pengaruh dengan kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan diperoleh persamaan regresi $Y = 4,273 + 0,532X_1 + 0,343X_2$. Nilai koefisien korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikat diperoleh sebesar 0,662 artinya memiliki hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruh secara simultan sebesar 38,6% sedangkan sisanya sebesar 61,4% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai F hitung $>$ F tabel atau ($29,916 > 3,09$), Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Winarni (2019), Ferninda Manoppo, (2016) dan Andreas S. (2016) diperoleh hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh simultan dengan kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi $Y = 3.662 + 0.880X_1$, nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,575 artinya variabel kualitas pelayanan dan harga mempunyai hubungan yang sedang terhadap kepuasan konsumen. dan nilai koefisien determinasi sebesar 0,330 atau 33% sedangkan sisanya 67%. Nilai hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($6,881 > 1,984$) Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi $Y = 16.537 + 0.594X_2$ nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,569 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sedang. Nilai koefisien determinasi diperoleh sebesar 32,4% sedangkan sisanya sebesar 67,6%. Nilai hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($6,778 > 1,984$) Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi $Y = 4,273 + 0,532X_1 + 0,343X_2$. Nilai koefisien korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikat diperoleh sebesar 0,662 artinya memiliki hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruh secara simultan sebesar 38,6%. Nilai uji hipotesis diperoleh nilai F hitung $>$ F tabel atau

(29,916 > 3,09), Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

REFERENSI

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Andi, P. (2015). *Panduan Kreatif Membuat Bahan Ajar Inovatif*. Yogyakarta: Diva Press.
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan kepuasan dan loyalitas pengunjung dalam mengunakan jasa hotel rizen kedaton bogor.
- Armstrong, & Kotler. (2015). "Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth. England : Pearson Education, Inc.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Atik, & Ratminto. (2012). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- AZ, N. (2001). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta: Diadit Media.
- Bakry, U. (2015). "Metodologi Penelitian: Kualitatif versus Kuantitatif", dalam Metode Penelitian Hubungan Internasional. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Boyd, H. (20000). *Manajemen Pemasaran "suatu pendekatan strategis dengan orientasi global"*. Jakarta: Erlangga.
- Buchari, A. (2007). *Manajamen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Danang, S. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service (CAPS).
- David, F. (2011). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gulla, R. (n.d.). Analisis Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado.
- Guntur, D. (2010). *Transformasi Manajemen Pemasaran+Membangun Citra Negara*. Sagung Seto. JAKARTA .
- Guntur, E. M. (2010). *Transformasi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Sagung Seto.
- Handayani, S. (2012). Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam Pelayanan Air Bersih pada PDAM Tirtasari Binjai .
- Husein, U. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis (11 ed.)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ifit Novita Sari, Fajarianto, O., Kurniawan, C., Wulandari, T. C., & Marlina, E. (2023). Jabung Village Dairy Farmers: Milk Education Center: Peternak Sapi Perah Desa Jabung: Sentra Wahana Eduwisata Susu. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 209-214. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v7i1.12217>
- Iqbal, M. (2014.). *Teknologi Informasi dan Pendidikan Saling Membutuhkan*. Diakses pada 10 juni 2014.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, & Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran (Jilid I. Edisi Ke 13 ed.)*. Jakarta.
- Kotler, P. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Alih Bahasa: A.B. Susanto (Jilid 1dan 2 ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketin. (J. 1. 12th Edition, Ed.)* Jakarta: Erlangga.
- Lumenta, D. J. (n.d.). *Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Pos Indonesia (Persero) Manado*.
- Lupiyoadi, & Ikhsan. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

- Manampiring, A. S. (n.d.). Analisis Produk, Harga, Lokasi, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kartu Kredit Pt. Bank Mandiri Tbk. Manado.
- Manoppo, F. (n.d.). Kualitas Pelayanan, Dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Gran Puri Manado.
- Noor, j. (2014). Metodologi Penelitian. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nugraha, & dkk. (2019). Studi Kemampuan Self Purification pada Sungai Progo Ditinjau dari Parameter Organic DO dan BOD (Vol. 4). Semarang: Jurnal Teknik Lingkungan.
- Poniman, B., & Choerudin. (2017). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Deepublish.
- Priyatno, D. (2012). Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET (ANDI).
- Rondonuwu, P. D. (n.d.). Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Nissan March Pada Pt. Wahana Wirawan Manado.
- Rossanti, E. D. (n.d.). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pt.Kai Commuter Jabodetabek (Kcj).
- Sampelan, A. G. (n.d.). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kebijakan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Kawan Baru Mantos Manado.
- Sangadji, E., & Sopiha. (2013). Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sedjati, R. (2018). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Deepublish.
- Setyaningrum, A. (2015). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Siregar. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Stanton, W. (1984). Fundamentals of Marketing (8th Edition ed.). Mc Graw Hill.
- Sudaryono. (2016). Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi. Yogyakarta : Andi.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sujarweni, W. (2015). Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, D. (2016)). Metodologi Penelitian Akuntansi. Bandung: PT. Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Swastha, B. (2010). Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen . Yogyakarta: BPFE UGM.
- Swastha, B. (2012). Manajemen Pemasaran Modern (2 ed.). Yogyakarta: Liberty.
- Tjahjaningsih, Endang, & Soliha. (2015). Manajemen Pemasaran Tinjauan Teoritis Serta Riset Pemasaran. Semarang: Universitas Stikubank Semarang.
- Tjiptono, & dkk. (2014). Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta:: Andi Offset.
- Usmara, A. (2003). Strategi Baru Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Amara Books.
- Winarni. (n.d.). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kesan Harga Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak Pada Loyalitas Konsumen Rsud Dr. M. Ashari.
- Wulansari, R. (n.d.). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Bersaing Terhadap Kepuasan Pelanggan Tangki Air Penguin Pada Toko Bahan Bangunan Di Gading Serpong.
- Yamit, Z. (2004). Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Yogyakarta: Ekonesia.
- Zeithaml, Valerie A, & Mary Jo Bitner. (2013). Service Marketing. McGraw-Hill International.