

PENGARUH PENETAPAN HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. GOLDEN TEKNIK SIDOARJO

Adhietia Dharmawan Mattekawang¹, Ony Kurniawati²

Universitas WR Supratman Surabaya

E-mail : adhiet_goltek@yahoo.com¹, blue.on.iris@gmail.com²

Received : Feb 3rd 2023 Revised : Apr 18th 2023 Accepted : May 30th 2023

ABSTRACT

In this period era, it is undeniable that the change of technology, be it the world of industry, contractors, or data or information that is developing and is running so fast, that it gets an increasingly fierce business competition. It is not easy for an agency or company to survive in the long term during the ongoing Covid-19 pandemic. In the midst of today's competitive conditions, company management needs to know things to prioritize when managing their company. The purpose of this study is to understand the value of pricing, product quality, and service quality on customer satisfaction either separately or together. It can be seen from the results of this study that pricing has a significant impact of 0.040, product quality 0.015 and service quality 0.000. Overall, it significantly affects customer satisfaction with a value of 0.000.

Keywords: Pricing, product quality, service quality and satisfaction customer

PENDAHULUAN

Dalam era periode baru ini, tidak dapat disangkal bahwa pergantian teknologi baik itu dunia industri, kontraktor, maupun data atau informasi yang tengah berkembang dan sedang berjalan dengan begitu cepat, sehingga mendapatkan suatu persaingan bisnis yang semakin ketat. Tidak mudah bagi suatu instansi atau perusahaan yang bertahan dalam jangka panjang saat pandemi Covid-19 sedang berlangsung.

PT. Golden Teknik Sidoarjo sebuah perusahaan yang bergerak di bidang kontraktor pengadaan alat berat seperti halnya jual beli mesin sparepart, hingga dibidang jasa seperti pemeliharaan alat dan mesin. PT. Golden Teknik Sidoarjo yang terletak di Sidoarjo, Jawa Timur menyediakan alat-alat berat yang biasanya

digunakan untuk konstruksi gedung, jalan raya, perkebunan, kehutanan, pertambangan dan lainnya. Misi dari perusahaan PT. Golden Teknik Sidoarjo sendiri secara garis besar untuk menjadi mitra terpercaya dan handal yang dimana mengutamakan daripada kepuasan pelanggan itu sendiri.

Dalam hal ini beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu penetapan harga. Untuk menilai tukar pelanggan atas keuntungan yang didapat harga memiliki pengaruh penting dalam barang atau jasa. Maka dapat dipastikan apabila harga memiliki nilai baik maka bisa diimbangi oleh kualitas yang baik pula maka akan memberikan kepuasan pada seorang pelanggan.

Faktor kedua yaitu kualitas produk. Dari kualitas produk ini pelanggan merasa

puas apabila produk yang digunakan bagus, namun apabila produk yang digunakan tidak bagus maka pelanggan akan merasa kecewa dari kualitas produk yang telah diberikan perusahaan. Faktor kedua ini menjadi penentu kepuasan pelanggan.

Terakhir yaitu faktor ketiga dari kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan. Apabila pelayanan yang telah diberikan suatu perusahaan dari pelanggan dari seorang pelanggan akan merasa senang dan mengulang kembali untuk bertransaksi barang/jasa yang telah diberikan suatu perusahaan dengan harga rendah, jika kualitas pelayanan yang diberikan memuaskan, pelanggan seharusnya merasa puas. Namun, jika mereka merasa kecewa, hal tersebut dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Dari permasalahan diatas, terdapat perumusan masalah sebagai berikut : 1) Dalam penetapan harga, kualitas pelayanan dapat mempengaruhi signifikan pada kepuasan konsumen serta kualitas produk pada PT. Golden Teknik Sidoarjo? 2) Apakah penetapan harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen PT. Golden Teknik Sidoarjo. Dengan tujuan penelitian : 1) Guna melakukan uji coba dan evaluasi terhadap penetapan harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen PT. Golden Teknik Sidoarjo. 2) Guna melakukan uji coba dan evaluasi terhadap penetapan suatu harga, kualitas pelayanan secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan kualitas produk pada PT. Golden Teknik Sidoarjo.

Harga

Tolak ukur dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan dari suatu produk/jasa yaitu harga. Transaksi suatu produk/jasa dengan harga yang mahal apabila memiliki kualitas tinggi seorang pelanggan akan

memutuskan untuk melakukan transaksi tersebut. Namun, sebaliknya dengan harga yang mahal dari produk/jasa tersebut memiliki kualitas rendah maka pelanggan tidak akan melakukan transaksi. Faktor dalam menentukan harga sendiri adalah harga yang terjangkau, seimbang dengan kualitas yang ditawarkan, dan bersaing dengan harga pasar.

Kualitas Produk

Berdasarkan dari kualitas produk yang bisa ditawarkan kesuatu pasar atau relasi agar mendapatkan perhatian, yang dibeli atau akan digunakan yang bisa memuaskan keinginan para pelanggan (Kotler dan Armstrong, 2016). Sebuah produk memiliki unsur penting dari strategi pemasaran, yang dianggap krusial karena dengan memanfaatkan barang atau jasa perusahaan, dapat menetapkan harga yang sesuai, mendistribusikan barang atau jasa lewat jalur distribusi serta memberikan informasi yang akurat mengenai produk atau jasa tersebut. Indikator kualitas produk yakni :

- a. Penampilan
- b. Fitur barang
- c. Kecocokan
- d. Keandalan
- e. Ketahanan
- f. Kemampuan diperbaiki.

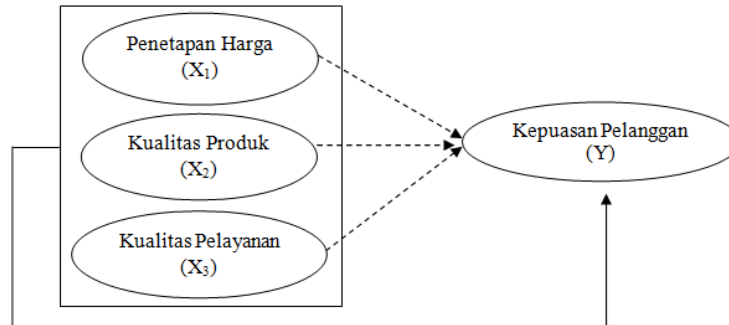
Kualitas Pelayanan

Suatu hal yang paling penting dalam strategi manajemen pemasaran. Peningkatan mutu layanan didukung oleh adanya persaingan antara perusahaan, kemajuan teknologi, tahapan perekonomian, serta faktor sosial budaya. Suatu tindakan dari instansi dalam memberikan kepuasan pelanggan, dari karyawan ataupun pimpinan perusahaan (Kasmir, 2017). Berikut adalah beberapa indikator kualitas pelayanan :

- a. Bukti konkret
- b. Keandalan
- c. Ketanggapan
- d. Garansi

e. Simpati

Kerangka Konseptual



Hipotesis

H₁ : Penetapan harga secara parsial mempunyai dampak positif terhadap kepuasan konsumen PT. Golden Teknik Sidoarjo

H₂ : Kualitas barang secara parsial mempunyai dampak positif terhadap kepuasan konsumen PT. Golden Teknik Sidoarjo

H₃ : Kualitas Pelayanan secara signifikan mempunyai dampak positif terhadap kepuasan konsumen PT. Golden Teknik Sidoarjo

H₄ : Penetapan harga, kualitas produk serta kualitas Pelayanan mempunyai dampak positif signifikan terhadap kepuasan konsumen PT. Golden Teknik Sidoarjo

METODE PENELITIAN

Definisi Operasional Variabel

Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Penetapan Harga (X₁)

Penetapan harga adalah suatu senilai uang yang menjadi beban atas produk atau jasa dari nilai tukar pelanggan atas jasa atau produk tersebut. Sebagaimana telah disebutkan, terdapat beberapa parameter yang dapat dipakai untuk mengukur

penetapan harga (X₁) diantaranya adalah :

1. Keterjangkauan harga
 2. Keseimbangan dengan kualitas produk
 3. Persaingan harga dipasaran
- b. Kualitas Produk (X₂)
- Produk adalah sesuatu yang dijual dipasaran dalam memuaskan segala keinginan maupun kebutuhan konsumen. Adapun indicator yang digunakan untuk mengukur kualitas produk (X₂) antara lain:
1. *Performance* atau kinerja
 2. Kesesuaian dengan sertifikasi
 3. Keandalan
- c. Kualitas Pelayanan(X₃)

Ruang lingkup kerja meliputi segala hal yang berada pada lingkungan karyawan serta berpotensi dalam mempengaruhi kinerjanya untuk melakukan segala aktifitasnya yang ditugaskan oleh perusahaan. Sementara itu terdapat indikator tertentu yang digunakan untuk menilai kualitas pelayanan(X₃) antara lain :

1. *Tangible*
 2. *Reliability*
 3. *Responsives*
 4. *Assurance*
 5. *Emphathy*
- d. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan merupakan penilaian dari pelanggan terhadap penggunaan baik barang maupun jasa yang diberikan, dibandingkan dengan ekspektasi atau harapan mereka sebelum menggunakan. Indikator kepuasan pelanggan sebagai berikut :

1. Perasaan puas akan pelayanan
2. Selalu membeli produk
3. Terpenuhnya harapan setelah membeli produk

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, populasi yang dijadikan sampel adalah semua pelanggan PT. Golden Teknik Sidoarjo dan untuk memperoleh sampel penelitian, dipilih 60 konsumen dengan menggunakan rumus Hair.

Jenis dan Sumber Data

Studi ini memanfaatkan jenis informasi kuantitatif yang diperoleh dari berbagai sumber di PT. Golden Teknik Sidoarjo dengan menggunakan skala likert dan SPSS 20 yang bersumber dari data primer langsung dari responden atau perusahaan yang diteliti dan data sekunder dari luar perusahaan.

Metode Analisis Data

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar dampak h penetapan harga (X_1), kualitas produk (X_2) serta kualitas pelayanan (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Rumus regresi linier berganda menurut Sugiyono (2018) adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y: Kepuasan pelanggan

a: Konstanta

X_1 : Penetapan harga

X_2 : Kualitas produk

X_3 : Kualitas pelayanan

b_1, b_2, b_3 : Koefisien regresi

e : Tingkat Kesalahan

Pengujian Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan supaya dapat menguji pengaruh secara parsial terhadap variabel bebas dan variabel terikat. Kalau angka peluang lebih rendah dari 0,05, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini peneliti dapat melakukan uji t agar dapat dipakai dalam mengetahui seberapa besar pengaruh secara parsial antara penetapan harga (X_1), kualitas produk (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Berikut merupakan kriteria yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan pada pengujian ini :

1. Jika nilai t dapat dihitung lebih tinggi dari nilai t tabel atau nilai Sig lebih rendah dari taraf signifikansi α :
 - a. H_a dapat diterima apabila terjadi dampak yang signifikan
 - b. H_o dapat ditolak apabila tidak terjadi dampak yang signifikan
2. Jika nilai t dapat dihitung lebih kecil dari nilai t tabel atau nilai Sig lebih besar dari taraf signifikansi α :
 - a. H_a dapat ditolak jika belum terdapat dampak yang signifikan.
 - b. H_o dapat diterima apabila terdapat dampak yang signifikan

Jika nilai signifikansi uji t $\leq 0,05$ maka penetapan harga (X_1), kualitas produk (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) begitu juga sebaliknya.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F simultan (Uji F) bisa dipakai dalam menentukan pengaruh simultan antara variabel bebas (X_1, X_2 , dan X_3), dan variabel terikat (Y). Uji F melibatkan perbandingan antara F_{hitung} dan F_{tabel} . Untuk menentukan nilai kritisnya, perlu ditentukan tingkat kepercayaan $(1-\alpha)$ dan derajat kebebasan (degree of freedom). Dalam penelitian ini, nilai Alpha yang

digunakan adalah 0,05. Ketentuan yang digunakan untuk melakukan pengujian dengan uji F dalam penelitian ini antara lain :

1. Jika nilai $F_{hitung} > \text{nilai } F_{tabel}$ atau nilai $\text{Sig} < \text{nilai } \alpha$:

a. Hipotesis alternatif (H_a) diterima karena mempunyai dampak yang signifikan.

b. Hipotesis nol (H_0) ditolak karena tidak mempunyai dampak yang signifikan.

2. Jika nilai $F_{hitung} < \text{nilai } F_{tabel}$ atau nilai $\text{Sig} > \text{nilai } \alpha$, maka:

a. Hipotesis alternatif (H_a) ditolak karena tidak terdapat pengaruh yang signifikan.

b. Hipotesis nol (H_0) diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan

Jika nilai signifikansi uji $F \leq 0,05$ maka penetapan harga (X_1), kualitas produk (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y), begitu juga sebaliknya.

Koefisien Korelasi Ganda (R^2)

Koefisien Korelasi Ganda (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel bebas dapat secara bersama-sama menjelaskan variabel tergantung. Angka koefisien korelasi berkisar antara 0 dan 1. Apabila koefisien korelasi (R^2) sama dengan 1, maka variabel bebas dapat menjelaskan segala informasi yang diperlukan pada variabel tergantung. Namun, apabila koefisien korelasi (R^2) sama dengan 0, maka variabel bebas tidak dapat menerangkan dampaknya pada variabel tergantung. (R^2) menunjukkan seberapa erat hubungan antara variabel bebas secara bersama-sama.

PEMBAHASAN

Uji Validitas

1. Berdasarkan uji validitas menunjukkan bahwa nilai korelasi masing-masing pernyataan pada variabel penetapan harga (X_1)

pernyataan pertama adalah $0,342 > 0,2564$ yang berarti valid, pada variabel penetapan harga (X_1) pernyataan kedua adalah $0,921 > 0,2564$ yang berarti valid, pada variabel penetapan harga (X_1) pernyataan ketiga adalah $0,926 > 0,2564$ yang berarti valid. Dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan yang digunakan dalam variabel penetapan harga (X_1) telah valid sehingga kuesioner yang disebarkan layak digunakan untuk mengukur penelitian.

2. Berdasarkan uji validitas menunjukkan bahwa nilai korelasi masing-masing pernyataan pada variabel kualitas produk (X_2) pernyataan pertama adalah $0,926 > 0,2564$ yang berarti valid, pada variabel kualitas produk (X_2) pernyataan kedua adalah $0,901 > 0,2564$ yang berarti valid, pada variabel kualitas produk (X_2) pernyataan ketiga adalah $0,945 > 0,2564$ yang berarti valid. Dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan yang digunakan dalam variabel kualitas produk (X_2) telah valid sehingga kuesioner yang disebarkan layak digunakan untuk mengukur penelitian.

3. Berdasarkan uji validitas menunjukkan bahwa nilai korelasi masing-masing pernyataan pada variabel kualitas pelayanan (X_3) pernyataan pertama adalah $0,818 > 0,2564$ yang berarti valid, pada variabel kualitas pelayanan (X_3) pernyataan kedua adalah $0,876 > 0,2564$ yang berarti valid, pada variabel kualitas pelayanan (X_3) pernyataan ketiga adalah $0,884 > 0,2564$ yang berarti valid, pada variabel kualitas pelayanan (X_3) pernyataan keempat adalah $0,883 > 0,2564$ yang berarti valid, pada variabel kualitas pelayanan (X_3) pernyataan kelima adalah $0,883 >$

0,2564 yang berarti valid. Dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan yang digunakan dalam variabel kualitas pelayanan (X_3) telah valid sehingga kuesioner yang disebarkan layak digunakan untuk mengukur penelitian.

4. Berdasarkan uji validitas menunjukkan bahwa nilai korelasi masing-masing pernyataan pada kepuasan pelanggan (Y) pernyataan pertama yaitu $0,926 > 0,2564$ yang berarti valid, pada kepuasan pelanggan (Y) pernyataan kedua adalah $0,936 > 0,2564$ yang berarti valid, pada kepuasan pelanggan (Y) pernyataan ketiga adalah $0,940 > 0,2564$ yang berarti valid. Dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan yang digunakan dalam variabel kepuasan pelanggan (Y) telah valid sehingga kuesioner yang disebarkan layak digunakan untuk mengukur penelitian.

Uji Reliabilitas

Berdasarkan uji Reliabilitas dapat diketahui bahwa *alpha cronbach* variabel penetapan harga (X_1) adalah $0,660 > 0,6$ yang berarti reliabel. Pada variabel kualitas produk (X_2) adalah $0,914 > 0,6$ yang berarti reliabel. Pada variabel kualitas pelayanan (X_3) adalah $0,924 > 0,6$ yang berarti reliabel. Pada variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah $0,930 > 0,6$ yang berarti reliabel. Dapat disimpulkan maka seluruh jawaban kuesioner pelanggan terhadap variabel penetapan harga (X_1), kualitas produk (X_2), kualitas pelayanan (X_3), dan kepuasan pelanggan (Y) adalah valid.

Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,1874 + 0,214 X_1 + 0,252 X_2 + 0,335 X_3$$

Maka berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa:

1. Nilai besaran a yaitu 0,1874 dan menunjukkan bahwa hasilnya konstanta. Artinya adalah penetapan harga (X_1), kualitas pelayanan (X_3) sama dengan nol, dan kualitas produk (X_2), maka kepuasan pelanggan (Y) maka konstan sebesar 0,1874
2. Nilai besaran b_1 yaitu 0,214 dan menunjukkan bahwa hasilnya koefisien regresi penetapan harga (X_1). Ini berarti bahwa penetapan harga (X_1) mengalami peningkatan sehingga dapat menghasilkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,214.
3. Nilai besaran b_2 yaitu 0,252 dan menggambarkan bahwa koefisien regresi kualitas produk (X_2). Artinya adalah jika kualitas produk (X_2) meningkat satu satuan, maka akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,252.
4. Nilai besaran b_3 mempunyai angka besaran yaitu 0,335 yang menggambarkan bahwa koefisien regresi kualitas pelayanan (X_3). Artinya jika kualitas pelayanan (X_3) mengalami kenaikan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,297

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Berdasarkan uji hipotesis diketahui bahwa nilai signifikansi masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Nilai yang mempunyai signifikan variabel penetapan harga (X_1) yaitu $0,040 < 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel yaitu $2,107 > 2,003$. Hal ini menunjukkan bahwa penetapan harga (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan (Y) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)
2. Nilai yang mempunyai signifikan variabel kualitas produk (X_2) yaitu

- 0,015 lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $2,521 > 2,003$. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)
3. Nilai toleransi variabel kualitas pelayanan (X_3) yaitu $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel yaitu $5,016 > 2,003$. Ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Uji Simultan (Uji F)

Berdasarkan uji simultan diketahui bahwa nilai signifikansi dari semua variabel yaitu $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $> F$ tabel yaitu $131,308 > 2,77$. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan penetapan harga (X_1), kualitas produk (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Analisis Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Berdasarkan hasil penelitian maka R^2 sebesar 0,876 atau 87,6%. Artinya % besarnya pengaruh antara penetapan harga (X_1), kualitas produk (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) senilai 87,6% dan 12,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

PENUTUP Simpulan

Oleh karena itu, simpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel penetapan harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Golden Teknik Sidoarjo. Nilai sig senilai 0,040, sehingga nilai sig $0,040 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ senilai 2,107 $> 2,003$, hal ini menunjukkan bahwa penetapan harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

2. Variabel kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Golden Teknik Sidoarjo. Nilai sig 0,015 $< 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar 2,521 $> 2,003$, hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.
3. Variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Golden Teknik Sidoarjo. Nilai sig sebesar 0,000, sehingga nilai sig $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar 5,016 $> 2,003$, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.
4. Penetapan harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Golden Teknik Sidoarjo yang dibuktikan dengan hasil dari uji F yang menunjukkan nilai sig F sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai tingkat signifikansi 0,05 dan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} adalah 131,308 $> 2,77$

Saran

Berdasarkan simpulan diatas maka saranyang diusulkan untuk perusahaan:

1. Perusahaan perlu memperbaiki strategi penetapan harga supaya konsumen bisa selektif memilih harga ke beberapa perusahaan apabila dengan harga terjangkau kualitas yang memadai maka akan memberikan kepuasan pelanggan
2. Bagi Perusahaan harus lebih meningkatkan kualitas produk agar konsumen juga merasa puas dan konsumen merasa yakin menggunakan produk perusahaan PT. Golden Teknik Sidoarjo

3. Untuk peneliti berikutnya, diharapkan laporan penelitian ini dapat dijadikan acuan ketika meneliti topik yang sama di lokasi lain. Selain itu, disarankan untuk mempertimbangkan pengaruh variabel lain dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I. Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta. Penerbit Prenhalindo
- Basu, Swasta, Dharmesta, dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta. Liberty
- Dicha. 2019. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Garansi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Gaya Remaja Industri Indonesia. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. *Skripsi*.
- Erlinda & Putu. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bauran Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Duta Karya Indo Perkasa Batam. Universitas Putra Batam. *Jurnal Ekuivalensi Vol.6 No.1, April 2020*.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Andi Offset. Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta. Andi Offset
- Fandy, Tjiptono & Anatasia Diana. 2016. *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*. Yogyakarta. Andy Offset
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 23 Edisi 8*. Cetakan ke VIII. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irawan, H. 2009. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta. Elex Media Komputindo
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent*. Depok. PT. Raja Grafindo Persada
- Kotler, Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Penerbit Erlangga
- Kotler, Amstrong. 2016. *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. Pearson Education Limited
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Managemen*. 15th Edition. Pearson Education, Inc
- Kotler, Philip, Amstrong. 2017. *Pemasaran*. Edisi Empat. Jakarta. Salemba Empat

- Mardizal. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Golden Futsal (Studi Kasus Seluruh Pelanggan Golden Futsal JL. Dr. Sutomo No. 1 Simpang Haru Padang). STKIP PGRI Sumatera Barat. *Skripsi*. Loyalitas Pelanggan Beton Siap Pakai Holcim di Jakarta. Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Vol 10, No.1 Tahun 2012*.
- Muhajirin, Maya Panorama. 2017. *Pendekatan Praktis Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta. Idea Prss. Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. PT. Alfabet
- Nasrullah. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Iklan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua Di Kecamatan Depok, Sleman, Yogyakarta). Universitas Negeri Yogyakarta. *Skripsi*. Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. PT. Alfabet
- Priyati, Novi. 2016. *Pengantar Akuntansi*. Jakarta Barat. Indeks
- Ratna dan Evi Selvi. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online. Universitas Singaperbangsa Karawang. *Jurnal Vol 13 (3)2021*.
- Riyanto, Andi. 2018. Implikasi Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Cibadak Sukabumi. Bina Sarana Informatika. *Jurnal Ecodemia Vol.2 No.1, April 2018*.
- Sita Budiastari. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan dan