

DOI: <https://doi.org/10.70285/fpcbz920>

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Jayamico Teknik Tangerang Selatan

Ika Liana Sari ^{1*}, Arman Syah ²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Indonesia ^{1,2}Ikaliana2002@gmail.com ^{1*}, dosen02017@unpam.ac.id ²

Received 21 Februari 2026 | Revised 28 Februari 2026 | Accepted 27 Maret 2026

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada toko jayamico tehnik di tangerang selatan baik secara parsial maupun secara simultan. Metode penelitian yang digunakan menggunakan metode Asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen toko jayamico tehnik, dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 95 responden menggunakan tehnik *probability sampling*. Metode analisis data menggunakan uji regresi linier sederhana, regresi linier berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji t parsial dan uji F simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen toko Jayamico Tehnik di tangerang selatan, hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier sederhana $Y = 5,0068 + 0,856X_1$. Nilai korelasi sebesar 0,765 (hubungan kuat). Nilai koefisien determinasi *R Square* sebesar 58,6%. Nilai $t_{hitung} 11,463 > t_{tabel} 1,661$. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Harga terhadap kepuasan konsumen toko jayamico tehnik di tangerang selatan, hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier sederhana $Y = 4,223 + 0,863X_2$. Nilai korelasi sebesar 0,790 (hubungan kuat). Nilai koefisien determinasi *R Square* sebesar 62,4%. Nilai $t_{hitung} 12,420 > t_{tabel} 1,661$. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen toko jayamico tehnik di tangerang selatan, hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier berganda $Y = 0,491 + 0,449X_1 + 0,527X_2$. Nilai korelasi sebesar 0,836 (sangat kuat). Nilai koefisien determinasi *R Square* sebesar 69,8%. Nilai $F_{hitung} 106,472 > F_{tabel} 3,09$.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan ; Harga ; Kepuasan Konsumen

Abstract

This research aims to determine the effect of service quality and price on consumer satisfaction at the Jayamico Tehnik store in South Tangerang, both partially and simultaneously. The research method used is the Associative method. The population in this study were all consumers of the Jayamico Tehnik store, with a sample size of 95 respondents using probability sampling techniques. The data analysis method used simple linear regression tests, multiple linear regression, correlation coefficients, determination coefficients, partial t tests and simultaneous F tests. The results showed that there was a positive and significant effect of service quality on consumer satisfaction at the Jayamico Tehnik store in South Tangerang, this can be proven from the simple linear regression equation $Y = 5.0068 + 0.856X_1$. The correlation value is 0.765 (strong relationship). The

determination coefficient value of R Square is 58.6%. The t-count value is 11,463 > t-table 1.661. There is a positive and significant influence of Price on consumer satisfaction of Jayamico Teknik store in South Tangerang, this can be proven from the simple linear regression equation $Y = 4.223 + 0.863X_2$. The correlation value is 0.790 (strong relationship). The coefficient of determination R Square value is 62.4%. The t-count value is 12.420 > t-table 1.661. There is a positive and significant influence of service quality and price simultaneously on consumer satisfaction of Jayamico Teknik store in South Tangerang, this can be proven from the multiple linear regression equation $Y = 0.491 + 0.449X_1 + 0.527X_2$. The correlation value is 0.836 (very strong). The coefficient of determination R Square value is 69.8%. The F-count value is 106.472 > F-table 3.09.

Keywords: Service Quality ; Price ; Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Mesin pompa air adalah alat yang digunakan manusia sebagai alat memindahkan cairan (fluita) dari suatu tempat ke tempat lain, melalui media pipa (saluran) dengan cara menambahkan energi pada cairan yang dipindahkan dan berlangsung terus-menerus. Dewasa ini manusia menjadi sangat membutuhkan mesin pompa air untuk mempermudah memenuhi kebutuhan air, baik sebagai irigasi maupun untuk kebutuhan air bersih, maka kondisi mesin pun menjadi vital ketika terjadi gangguan apalagi kerusakan. Sejalan dengan pertumbuhnya penduduk dan industrialisasi di Indonesia, kebutuhan air bersih akan cenderung semakin meningkat, akan tetapi meningkatnya kebutuhan air ini justru diikuti dengan berkembangnya sumber – sumber air itu sendiri baik sumber air tanah maupun air permukaan, Permasalahan yang kompleks terhadap sumber – sumber air dewasa ini berpengaruh terhadap persediaan air yang ada.

Saat ini dalam pemenuhan kebutuhan ekonomi banyak terjadi persaingan usaha. Oleh karena itu, perusahaan harus berlomba – lomba merancang strategi pemasaran yang kuat agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumennya dan dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Dengan memahami keinginan, permintaan dan kebutuhan pelanggan maka akan memberikan masukan penting bagi pengelola usaha untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Faktor yang paling utama dalam perusahaan untuk memenangkan persaingan bisa dilakukan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga bersaing. Minat dalam menjalankan usaha saat ini sangat besar bahkan banyak sekali yang menjalankan usaha di dalam bidang yang sama, oleh karena itu kreatifitas dan inovasi perlu dikembangkan. Di Tangerang Selatan ini banyak setiap tempat – tempat pemasaran barang atau jasa yang beredar dan berkembang sangat pesat. Dalam hal tersebut dapat kita perhatikan rata – rata setiap tempat membuka suatu pemasaran penjualan barang maupun jasa. Yang menjadi pembahasan dalam pemasaran saat ini adalah pemasaran mesin pompa air.

Apa lagi di era moderan saat ini, hampir diseluruh daerah mempunyai bor sumur dengan melakukan pengeboran, baik itu untuk rumah tangga, perkebunan, pabrik atau pun tempat lainnya, karena setiap tempat pasti akan membutuhkan pasokan air. Pada tahun 2000an kebanyakan orang hanya menggunakan pompa berbasis daya yang kecil karena sumur dahulu itu prosesnya melalui galian manual, sementara saat ini sumur sudah dilakukan dengan pengeboran dan dimiliki jarak yang

cukup dalam. Toko Jayamico Teknik harus memikirkan strategi pemasaran yang lebih baik dan berkembang baik dalam segi kualitas pelayanan dan harga terhadap proses kepuasan konsumen. Agar terjadi peningkatan nilai pendapatan dan konsumen. Sehingga dapat tercipta kepuasan pembelian konsumen terhadap pompa air. Konsumen merupakan aspek terpenting dalam dunia bisnis, maka dari itu kepuasan konsumen sangat di pentingkan dalam bisnis, kepuasan konsumen bisa menjadi senjata andalan perusahaan menjadi pemenang tetapi bisa juga menjadi boomerang bagi perusahaan jika konsumen tersebut tidak puas terhadap jasa yang diberikan. Kepuasan konsumen dapat ditentukan dari kualitas harga dan kualitas pelayanan yang dihendaki oleh konsumen itu sendiri. Sehingga jaminan kualitas dapat menjadi prioritas yang utama bagi toko tehnik pompa untuk konsumen terhadap pelayanan.

Terkait dengan masalah ini, penting untuk dicatat bahwa kepuasan konsumen bukan hanya soal harga, tetapi juga kualitas pelayanan yang diberikan. Jika konsumen merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diterima, mereka cenderung menjadi konsumen yang loyal dan bahkan merekomendasikan layanan kepada orang lain. Sebaliknya, apabila kualitas layanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan konsumen, maka kepuasan mereka akan menurun dan mereka cenderung beralih ke layanan kompetitor yang memberikan pengalaman yang lebih baik.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Toko Jayamico Teknik. Dalam hal ini, faktor harga, kualitas pelayanan, dan pengalaman konsumen akan menjadi fokus utama. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi beberapa yang ada dalam pelayanan Toko Jayamico Teknik yang perlu diperbaiki agar perusahaan dapat tetap bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Beberapa yang dapat diidentifikasi antara lain adalah pelayanan toko Jayamico tehnik yang diberikan tidak sesuai dengan harapan konsumen, harga yang dianggap terlalu tinggi, dan beberapa keluhan terkait dengan ketidaksesuaian perjanjian. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperbaiki standar operasional prosedur (SOP) dan kebijakan harga agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen secara keseluruhan.

METODE

Metode penelitian ini adalah kuantitatif, menurut Sugiyono (2019:8) berpendapat “penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Penelitian ini merupakan studi empiris yang bertujuan untuk menguji pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan penelitian asosiatif. Menurut sugiyono (2019:65) penelitian asosiatif merupakan suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini digunakan untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh variabel X (variabel bebas) yang terdiri atas Kualitas Pelayanan (X_1), dan Harga (X_2) terhadap variabel (Y) yaitu kepuasan konsumen (variabel terkait), baik secara parsial maupun simultan. Sedangkan alat analisis yang digunakan adalah SPSS (*Statistical Package for the Sosial Sciences*) versi 25.

Menurut Sugiyono (2019:126) berpendapat “populasi adalah jumlah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan Toko Jayamico Teknik. Ditarik dari Jumlah konsumen Toko Jayamico Teknik disimpulkan populasi adalah keseluruhan karakteristik atau sifat subjek atau objek yang dapat ditarik sebagai sampel. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan ialah jumlah responden yang ada di Jayamico Teknik yaitu pada tahun 2023 sebanyak 1.872. Sampel responden data penelitian ini disesuaikan yaitu sebanyak 95 responden. Dalam penelitian ini kuesioner yang dibuat berupa pertanyaan dengan jawaban mengacu pada skala *likert* bentuk *checklist*. Sugiyono (2019:153) berpendapat bahwa analisis regresi berganda digunakan untuk melakukan prediksi bagaimana perubahan nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikan atau diturunkan. Jadi analisis regresi linier berganda akan dilakukan jika jumlah variabel independen minimal dua variabel.

HASIL dan PEMBAHASAN

HASIL

Hasil penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen terhadap Regresi Linier Sederhana $Y = 5,068 + 0,856X_1$ nilai korelasi sebesar 0,765 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang kuat. Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan persamaan regresi $Y = 4,223 + 0,863X_2$ nilai korelasi sebesar 0,790 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat. Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan persamaan regresi $Y = 0,491 + 0,449X_1 + 0,527X_2$ nilai korelasi sebesar 0,836 artinya secara simultan memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat. nilai koefisien determinasi sebesar 69,8% dan sisanya sebesar 30,2% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Tabel 1. Uji Regresi Berganda

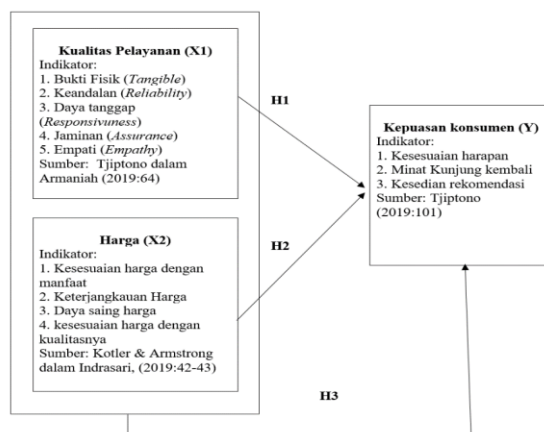
Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.491	2.431		.202	.841
1 Kualitas Pelayanan	.449	.094	.402	4.764	.000
Harga	.527	.090	.495	5.864	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data SPSS Versi 25 diolah, (2024)

Berdasarkan tabel 1. diatas maka diperoleh persamaan regresi $Y = 0,491 + 0,449X_1 + 0,527X_2$, adapun persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut: Konstanta sebesar 0,491 artinya jika kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) nilainya adalah 0, maka kepuasan konsumen (Y)

nilainya adalah 0,491. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,449 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,449, koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif dan searah antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Koefisien regresi variabel harga (X_2) sebesar 0,527 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan harga mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,527. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif dan searah antara harga dengan kepuasan konsumen.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

PEMBAHASAN

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Simultan

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.836 ^a	.698	.692	390.416	.698	106.472	2	92	.000

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil Olah Data SPSS Versi 25, (2024)

Output uji koefisien korelasi berganda antara kualitas pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah sebagai berikut: Berdasarkan tabel 2. diperoleh variabel kualitas pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,836 dimana variabel Kualitas Pelayanan dan Harga memiliki tingkat hubungan yang “Sangat Kuat” terhadap kepuasan konsumen karena berada di antara 0,800 – 1,000.

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Simultan Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.836 ^a	.698	.692	390.416
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan				

Sumber: Olah Data SPSS 25, (2024)

Melihat tabel *Model Summary* di atas dapat dijelaskan bahwa nilai koefisien determinasi antara kualitas pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar *R Square* (R^2) 0,698, artinya Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) memiliki kontribusi terhadap Kepuasan konsumen (Y) sebesar 69,8% dan sisanya sebesar 30,2% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Tabel 4. Uji t Pengaruh Kualitas Pelayanan

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.068	2.684		1.888	.062
1 Kualitas Pelayanan	.856	.075	.765	11.463	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen					

Sumber: Olah Data SPSS 25, (2024)

Berdasarkan tabel 4. di atas diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($11,463 > 1,661$). Hal tersebut juga di perkuat dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian bahwa H_0 ditolak H_a diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dan sangat signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Tabel 5. Uji t Pengaruh Harga

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.093	2.478		2.055	.043
1 Harga	.842	.068	.790	12.420	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen					

Sumber: Olah Data SPSS 25, (2024)

Berdasarkan tabel 5. di atas diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($12,420 > 1,661$). Hal tersebut juga di perkuat dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian bahwa H_0 ditolak H_a

diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dan sangat signifikan secara parsial antara Harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Tabel 6. Uji Simultan (Uji f)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	3.245.796	2	1.622.898	106.472	.000 ^b
1 Residual	1.402.309	92	15.242		
Total	4.648.105	94			
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen					
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan					

Sumber: Olah Data SPSS 25, (2024)

Berdasarkan tabel 6. di atas diperoleh nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $(106,472 > 3,09)$. Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dan sangat signifikan secara simultan antara Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

SIMPULAN

Terdapat hasil pembahasan serta penelitian membahas Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Jayamico Teknik Tangerang Selatan yang telah diuraikan secara statistic dengan menggunakan SPSS Versi 25, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Jayamico Teknik, dengan nilai korelasi diperoleh sebesar 0,765 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,586 atau sebesar 58,6% sedangkan sisanya sebesar 41,4% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(11,463 > 1,661)$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima artinya terdapat pengaruh yang sangat signifikan antara kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada toko Jayamico Teknik.

Harga juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai korelasi diperoleh sebesar 0,790 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,624 atau sebesar 62,4% sedangkan sisanya sebesar 37,6% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(12,420 > 1,661)$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima artinya terdapat pengaruh yang sangat signifikan antara Harga (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Toko Jayamico Teknik.

Secara simultan, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai koefisien korelasi atau tingkat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat diperoleh sebesar 0,836 artinya memiliki hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruhnya secara simultan sebesar 0,698 atau 69,8% sedangkan sisanya sebesar 30,2% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(106,472 > 3,09)$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_{O3} ditolak H_{a3} diterima artinya terdapat pengaruh yang sangat signifikan secara simultan antara Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Toko Jayamico Teknik.

PENGHARGAAN

Penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan berharga selama penyusunan penelitian ini. Masukan konstruktif dan motivasi yang diberikan menjadi pondasi penyelesaian penelitian dengan hasil memuaskan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyediaan data dan informasi yang akurat, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dan memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Ahmad, Z., dkk. (2022). *Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen*. Jurnal Manajemen, 10(4), 924–932.
2. Batubara, F., dkk. (2020). *Harga dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian*. Jurnal Ekonomi, 15(3), 1325–1335.
3. Crismon, E., & Andy, A. (2022). *Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen*. Jurnal Manajemen, 14(2), 77–85.
4. Efendi, G. A., Muliani, L., & Pridia, H. (2018). *Harga dan loyalitas konsumen*. Jurnal Ekonomi & Bisnis, 8(1), 44–55.
5. Fure, J. (2015). *Analisis harga dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis, 9(3), 270–280.
6. Ibrahim, A., & Thawil, S. (2019). *Kualitas pelayanan dalam perspektif manajemen*. Jurnal Ilmu Manajemen, 7(2), 175–183.
7. Indrasari, Meithiana. (2019). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Indihome di PT. Telkom Medan Sumatera Utara (Studi Kasus di Marelana)*. Student Research Journal, 1(1), 303–322.
8. Kedy, V., & Mutmainnah, M. (2024). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 13(1), 66–74.
9. Lesmana, R., & Rarnasari, R. (2019). *Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen*. Jurnal Manajemen, 7(2), 145–1
10. Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
11. Kristianto, A. (2019). *Kepuasan konsumen: Teori dan praktik*. Yogyakarta: Andi.
12. Khosyi, R. M., Magdalena, L., & Nurhajjah, S. (2024). *Kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan*. Jurnal Manajemen, 12(1), 55–65.
13. Maghfiroh, K. (2019). *Analisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen*. Jurnal Riset Ekonomi, 6(2), 88–96.

14. Mutaqin, M. R. (2023). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen*. Jurnal Administrasi Bisnis, 11(2), 100–110.
15. Putranto, A. T., & Kartoni, K. (2020). *Harga dan kualitas terhadap keputusan konsumen*. Jurnal Ekonomi, 9(1), 95–103.
16. Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wilianto, D. (2022). *Kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen*. Jurnal Manajemen