

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WARUNG TENGLKENG JUDES RAJEG KABUPATEN TANGERANG

Pradana Purnomo¹, M. Musyfiq Salami²

¹Universitas Pamulang

²Universitas Pamulang

¹pradanapurnomo93275@gmail.com, ²dosen01896@unpam.ac.id

Info Kata kunci:

Harga; Kualitas Pelayanan;
Kepuasan Konsumen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang baik secara parsial maupun simultan. Jenis metode penelitian ini bersifat asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang. Sampel penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin sebanyak 100 orang responden. Teknik pengumpulan data dengan cara kuisioner, teknik analisis data dengan uji validitas, realibilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, uji t parsial dan uji F simultan dengan bantuan software SPSS Versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi $Y = 8,935 + 0,459 X_1$, nilai koefisien korelasi sebesar 0,598, nilai koefisien determinasi sebesar 0,357 berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan hasil nilai thitung > ttabel atau (7,380 > 1,984) dengan nilai signifikansi < 0,050 atau (0,000 < 0,050). (2) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi $Y = 2,109 + 0,677 X_2$, nilai koefisien korelasi sebesar 0,859, nilai koefisien determinasi sebesar 0,738 berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan hasil nilai thitung > ttabel atau (16,595 > 1,984) dengan nilai signifikansi < 0,050 atau (0,000 < 0,050). (3) Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi $Y = 2,041 + 0,008 X_1 + 0,672 X_2$, nilai koefisien korelasi sebesar 0,859, nilai koefisien determinasi sebesar 0,738 berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan hasil Fhitung > Ftabel atau (136,332 > 2,700). dengan nilai signifikansi < 0,050 atau (0,000 < 0,050), maka dalam penelitian ini H_a dapat diterima.

Keywords :

Price; Service Quality;
Customer Satisfaction

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price and service quality on customer satisfaction at Warung Tengkleng Judes Tangerang City, both partially and simultaneously. This research is associative with a quantitative approach. The population in this study were customers of Warung Tengkleng Judes, Tangerang City. The research sample was determined using the Slovin formula of 100 respondents. Data collection techniques by means of questionnaires, data analysis techniques by testing validity, reliability, classic assumption test, linear regression test, correlation coefficient test, coefficient of determination test, partial t test and simultaneous F test with the help of SPSS Version 26 software. The results showed that (1) Price has an effect on customer satisfaction with the regression equation $Y = 8.935 + 0.459 X_1$, a correlation coefficient value of 0.598, a determination coefficient value of 0.357 which has a significant effect on customer satisfaction with the result that $t_{count} > t_{table}$ or (7.380 > 1.984) with a significance value < 0.050 or (0.000 < 0.050). (2) Service quality has an effect on customer satisfaction with the regression equation $Y = 2.109 + 0.677 X_2$, a correlation coefficient value of 0.859, a determination coefficient value of 0.738 which has a significant effect on customer satisfaction with the result that $t_{count} > t_{table}$ or (16.595 > 1.984) with a significance value < 0.050 or (0.000 < 0.050). (3) Price and service quality affect customer satisfaction with the regression equation $Y = 2.041 + 0.008 X_1 + 0.672 X_2$, the correlation coefficient value is 0.859, the determination coefficient value is 0.738 which has a significant effect on customer satisfaction with the results $F_{count} > F_{table}$ or (136.332 > 2.700). with a significance value < 0.050 or (0.000 < 0.050), then in this study H_a could be accepted.



PENDAHULUAN

Pada saat ini dunia usaha telah berkembang dengan sangat pesat, salah satunya yaitu usaha di bidang kuliner. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikannya dapat berkembang dengan baik. Pelaku usaha dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya.

Persaingan yang ketat juga menuntut perusahaan untuk selalu berinovasi terhadap produk atau jasa yang dimiliki agar mampu bertahan dari persaingan serta mampu menarik perhatian dari calon konsumen akan produk atau jasa tersebut. Sebelum merancang inovasi perusahaan harus terlebih dahulu menentukan segmentasi dan target yang akan menjadi sasaran penjualannya. Selain berinovasi terhadap produk atau jasa yang dimiliki, diharapkan perusahaan dapat memasarkan produk atau jasa tersebut kepada calon konsumen dengan tujuan dapat dikenal oleh masyarakat sehingga bisa meningkatkan penjualan.

Usaha kuliner memang tak pernah sepi peminat, mengingat di Indonesia terutama di kota-kota besar seperti Tangerang masyarakatnya sangat sibuk, sehingga menimbulkan keinginan yang serba instan dengan membeli langsung ke rumah makan atau memesan produk lewat aplikasi online yang tersedia, jika masyarakat tersebut tidak memiliki waktu lebih untuk membuat makanannya sendiri, atau hanya sekedar ingin melepas penat dari kesibukan sehari-hari sehingga beberapa individu tetap memilih datang dan menghabiskan waktu di cafe atau tempat makan yang menurut mereka nyaman dan cocok, oleh karena hal tersebut maka penjual atau pihak pengelola harus memberikan yang terbaik bagi konsumennya yang berkunjung disana, serta yang utama adalah tidak melupakan pentingnya, kualitas pelayanan yang maksimal serta harga produk yang terjangkau demi terciptanya kepuasan konsumen, karena kepuasan seorang konsumen merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang di kemudian hari.

Salah satu usaha yang sangat diminati oleh masyarakat yakni usaha makanan. Mengingat, makanan merupakan kebutuhan pokok yang selalu dicari oleh konsumen. Merintis usaha makanan tidak terlalu membutuhkan modal yang banyak atau cenderung menyesuaikan dengan jenis makanan yang akan dijual. Selain itu, bisnis makanan merupakan jenis usaha yang memiliki prospek baik, tentunya apabila direncanakan secara baik untuk mendapatkan kepercayaan konsumen.

Fenomena menjamurnya bisnis kuliner juga terjadi di Tangerang. Terdapat beraneka ragam bisnis kuliner dimulai dari skala kecil seperti warung-warung, sekala menengah seperti rumah makan dan cafe, sampai dengan skala besar seperti restoran. Semakin maraknya ragam kuliner yang disajikan dan semakin berkembangnya jumlah gerai yang menyajikan kuliner di Tangerang, hal ini menjadikan daya tarik penulis untuk melakukan penelitian tentang bisnis kuliner di Tangerang yaitu Warung Tengkleng Judes.

Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang merupakan warung makan tengkleng yang terletak di Jl. Raya Pasar Mauk No 04, RT.04, RW.01, Rajeg, Kec. Rajeg, Rajeg Kabupaten Tangerang, Banten. Rumah makan ini menjual beragam menu olahan kambing diantaranya yaitu tengkleng, sate, tongseng, gule dan masih banyak menu lainnya. Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang selalu melakukan inovasi dan pelayanan terbaik agar konsumennya merasa puas. Dengan memuaskan konsumen maka dapat meningkatkan keuntungan karena konsumen akan melakukan pembelian ulang.

Menurut Tjiptono (2018:56) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Kepuasan konsumen merupakan hal sangat penting bagi sebuah usaha, mencermati dan memperhatikan bagaimana tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen menjadi kunci penting bagi keberlangsungan usaha tersebut. Kepuasan yang dirasakan konsumen akan berdampak pada peningkatan penjualan perusahaan, hal tersebut dapat dilihat apabila konsumen puas dengan produk atau jasa yang diterima maka konsumen akan melakukan pembelian ulang, dan sebaliknya jika konsumen tidak puas maka konsumen tidak akan melakukan pembelian ulang, sehingga ketidakpuasan konsumen menimbulkan dampak negatif bagi perusahaan. Terkait dengan hal itu berikut data jumlah konsumen periode 2020 – 2022 pada Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang.

Tabel 1
Data Jumlah Konsumen Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang
Periode Tahun 2020 – 2022

No	Tahun	Jumlah Konsumen
1.	2020	21.326
2.	2021	21.013
3.	2022	20.792

Sumber: Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang (2023)

Berdasarkan tabel dapat diuraikan bahwa jumlah konsumen Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang dalam kurung waktu 2020 – 2022 mengalami penurunan dimana pada tahun 2020 jumlah konsumen Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang sebanyak 21.326 orang, kemudian pada tahun 2021 mengalami penurunan menjadi 21.013 orang, dan pada tahun 2022 jumlah konsumen Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang kembali mengalami penurunan menjadi 20.792 orang.

Kenaikan dan penurunan jumlah konsumen di Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang juga terlihat dari data penjualan Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang dengan data sebagai berikut:

Tabel 2
Data Penjualan Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang
Periode Tahun 2020 - 2022

Tahun	Hasil Penjualan (Rp)	Target Penjualan (Rp)	Presentase
2020	828.325.000	900.000.000	92,03 %
2021	800.230.000	900.000.000	88,91 %
2022	786.580.000	900.000.000	87,39 %

Sumber: Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang (2023)

Berdasarkan data tersebut bisa dilihat bahwa terjadi penurunan omset penjualan di Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang yang terjadi pada tahun 2020 - 2022. Hal ini dapat dilihat dari hasil penjualan pada tahun 2020 sebesar Rp 828.325.000 dan pada tahun 2021 mengalami penurunan menjadi Rp 800.230.000 lalu mengalami penurunan kembali pada tahun 2022 yang hanya menghasilkan penjualan sebesar Rp 786.580.000. Dari data tersebut target penjualan selama 3 tahun tidak pernah tercapai sepenuhnya.

Terjadinya penurunan penjualan ini bisa disebabkan karena kurang diperhatikannya kepuasan konsumen, seperti halnya ketidaksesuaian harapan konsumen. Konsumen merasa apa yang mereka dapatkan tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan hal ini akan mengakibatkan berkurangnya minat untuk mereka berkunjung kembali dan tentu jika mereka tidak merasa puas maka kesediaan mereka untuk merekomendasikan juga akan berkurang.

Untuk mampu menghasilkan laba yang diinginkan melalui kepuasan konsumen, suatu perusahaan harus dapat menghasilkan produk atau jasa dengan harga yang bersaing dipasaran. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:51), “harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut”. Harga memainkan peranan penting dalam bauran pemasaran, karena penentuan harga terkait langsung nantinya dengan pendapatan yang akan diterima oleh perusahaan. Salah satu langkah strategis yang harus diperhatikan adalah strategi penetapan harga.

Tujuan dari penetapan strategi harga adalah untuk memperhitungkan harga jual yang tepat sehingga dapat mencapai tujuan pemasaran dari produk atau jasa yang ditawarkan, artinya konsumen dapat menerima harga tersebut dan perusahaan dapat memperoleh laba maksimum. Penetapan strategi harga yang dilakukan oleh Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang adalah sebagai berikut:

Tabel 3
Perbandingan Harga Produk Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang Dengan Kompetitor

No	Menu	Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang	Warung Tengkleng Solo Pak Slamet Tangerang	Warung Sate Solo Pak Udin	Warung Sate dan Tengkleng Pak Gino
1	Tengkleng	Rp 38.000	Rp 32.000	Rp 35.000	Rp 33.000
2	Sate Kambing	Rp 38.000	Rp 30.000	Rp 35.000	Rp 35.000
3	Tongseng Kambing	Rp 25.000	Rp 23.000	Rp 23.000	Rp 25.000
4	Gule	Rp 18.000	Rp 15.000	Rp 18.000	Rp 18.000
5	Sate Ayam	Rp 20.000	Rp 20.000	Rp 20.000	Rp 20.000
6	Tongseng Ayam	Rp 23.000	Rp 20.000	Rp 23.000	Rp 22.000
7	Tongseng Sapi	Rp 25.000	Rp 23.000	Rp 23.000	Rp 25.000
8	Tongseng Babat	Rp 23.000	Rp 20.000	Rp 23.000	Rp 22.000

Sumber: Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa perbandingan harga yang ditetapkan Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang bila dibandingkan dengan kompetitor masih jauh lebih mahal. Hal ini menunjukkan bahwa dari segi keterjangkauan harga yang ditawarkan kepada konsumen harganya belumlah terjangkau dan harga tersebut masih lebih mahal dibandingkan produk sejenis yang ditawarkan tempat lain. Harga yang lebih tinggi ini disesuaikan dengan kualitas produk yang diberikan kepada konsumen. Dengan produk yang lebih berkualitas maka dari segi daya saing harga, produk Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang harganya lebih mahal dibandingkan kompetitor. Harga yang ditetapkan juga berdasarkan manfaat yang akan didapatkan oleh konsumen. Dengan manfaat yang lebih baik maka sudah wajar harga yang ditawarkan lebih tinggi.

Selain harga, kualitas pelayanan juga memiliki peran penting bagi kepuasan konsumen, pelayanan yang kurang baik dapat menjadi penyebab dari menurunnya penjualan. Dalam upaya meningkatkan pelayanan perusahaan menciptakan standar pelayanan, dengan memberikan pelayanan yang terbaik diharapkan konsumen akan merasa lebih puas sehingga perusahaan mendapat nilai positif di mata konsumen. Hal ini selaras dengan pendapat Tjiptono (2016:59) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Berikut merupakan standar pelayanan pada Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang dan juga kondisi riil pada Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang.

Tabel 4
Aspek Pelayanan Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang

Aspek Pelayanan	Bentuk Pelayanan yang seharusnya diberikan	Kondisi Riil
Bukti Fisik	Area parkir yang luas Fasilitas fisik lainnya rapi dan bersih	Area parkir yang masih kurang luas Meja kurang rapi dan lantai kurang bersih
Keandalan	Pelayanan yang segera Memuaskan konsumen Membantu konsumen	Konsumen masih sering menunggu pesanan terlalu lama Masih adanya konsumen yang kurang puas Karyawan harusnya aktif menanyakan apa yang akan dipesan konsumen
Daya Tanggap	Tidak membiarkan konsumen menunggu lama	Sering terjadi konsumen menunggu pesanan terlalu lama akibat dari karyawan yang terbatas

Aspek Pelayanan	Bentuk Pelayanan yang seharusnya diberikan	Kondisi Riil
Jaminan	Sabar dan ramah saat dalam melayani konsumen	Masih ada karyawan yang kurang sabar dan ramah saat melayani konsumen
	Memahami keinginan konsumen	Tidak disediakan kotak saran dimana konsumen seharusnya dapat menyampaikan keinginannya
Empati	Memiliki kemampuan komunikasi yang baik	Sering ditemukan karyawan yang dalam menyampaikan informasi sulit dipahami
	Perhatian pribadi	Masih ada karyawan yang dalam melayani bersikap cuek

Sumber: Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang masih belum maksimal dan belum sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Hal tersebut tentu dapat mengakibatkan menurunnya kepuasan dari konsumen dan akan berdampak buruk bagi perusahaan jika tidak segera ditangani.

Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang selalu berusaha meningkatkan kualitas pelayanan kepada para konsumennya agar merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, namun tetap saja ada keluhan yang muncul dari konsumen. Berikut yang tercantum pada tabel 1.5 merupakan data jumlah keluhan konsumen terhadap kualitas pelayanan Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang.

Tabel 5

Data Jumlah Keluhan Konsumen Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang Periode 2020-2022

No.	Jenis Keluhan	Jumlah Keluhan		
		2020	2021	2022
1.	Proses penyajian produk yang dipesan lama	4	9	13
2.	Kurang besarnya area gerai	4	8	11
3.	Kondisi gerai yang panas pada siang hari	6	6	9
4.	Tempat parkir yang kurang luas	9	11	14
5.	Salah dalam membuat pesanan konsumen	8	9	13
6.	Meja belum dibersihkan setelah digunakan oleh konsumen sebelumnya	2	5	7
7.	Rasa makanan yang tidak seperti biasanya	4	3	4
Jumlah		37	51	71

Sumber: Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang (2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukan jumlah keluhan selama periode 2020-2022 mengalami peningkatan dimana pada tahun 2020 jumlah keluhan konsumen sebanyak 37 orang, kemudian pada tahun 2021 jumlah keluhan konsumen meningkat menjadi 51 orang, dan kemudian pada tahun 2022 jumlah keluhan konsumen kembali mengalami peningkatan menjadi 71 orang. Keluhan konsumen tersebut menunjukan adanya indikasi bahwa konsumen mengalami ketidak nyamanan dan tingkat kepuasan yang rendah. Hal ini harus segera ditangani agar tidak menjadi semakin bertambah dan dapat menyebabkan hilangnya kepercayaan konsumen dan bisa saja akan mengurangi niatnya untuk melakukan pembelian kembali.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas maka penulis merasa tertarik melakukan penelitian dengan judul, Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang.

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Manajemen

Pengertian manajemen menurut Hasibuan (2018:28) adalah: "ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu".

Pemasaran

Menurut Hasan dalam Ramadayanti (2019:80). pemasaran adalah proses mengidentifikasi, menciptakan dan mengkomunikasikan nilai serta memelihara hubungan yang memuaskan konsumen untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan.

Manajemen Pemasaran

Menurut Suparyanto dan Rosad (2017:1), “manajemen pemasaran adalah proses menganalisis, merencanakan, mengatur, dan mengelola program-program yang mencakup pengkonsepkan, penetapan harga, promosi dan distribusi dari produk, jasa dan gagasan yang dirancang untuk menciptakan dan memelihara pertukaran yang menguntungkan pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan”.

Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:51), “harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut”.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2016:59) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

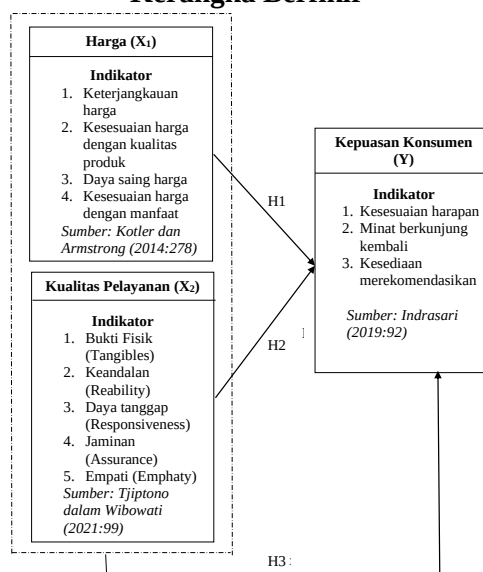
Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2018:76) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya.

Hipotesis

- H01 $\rho = 0$ Diduga tidak terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang.
- Ha1 $\rho \neq 0$ Diduga terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang.
- H02 $\rho = 0$ Diduga tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang.
- Ha2 $\rho \neq 0$ Diduga terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang.
- H03 $\rho = 0$ Diduga tidak terdapat pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang.
- Ha3 $\rho \neq 0$ Diduga terdapat pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang.

Gambar 1
Kerangka Berfikir



Sumber: diolah peneliti, 2024

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif, Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pada Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang pada tahun 2022 dengan jumlah 20.792. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah proposional random sampling. Penentuan jumlah minimal sampel dapat dihitung dengan rumus Slovin. Berdasarkan hasil perhitungan maka dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan sebesar 100 responden. Teknik analisi data yang digunakan adalah Uji Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis dan Uji Koefisien Determinasi.

Definisi Operasional

Tabel 6
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Instrumen	Butir Pernyataan
Harga (X_1) Sumber: Kotler dan Armstrong (2014:278)	1.Keterj angka uan harga	Harga produk yang ditawarkan terjangkau	Harga yang ditawarkan oleh Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang terjangkau	1
		Konsumen setuju dengan harga produk	Konsumen merasa setuju dengan harga yang ditetapkan Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang	2
		Harga yang sesuai dengan kualitas produk	Harga yang ditawarkan oleh Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang sesuai dengan kualitas yang didapatkan	3
	2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga yang ditawarkan bervariasi	Harga yang ditawarkan Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang bervariasi sesuai dengan kualitas produk	4
		3.Daya saing harga	Harga produk Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang bersaing dengan harga yang ditawarkan kompetitor	5
		Harga yang ditawarkan lebih murah	Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang menawarkan harga yang lebih murah dari pada warung sejenis	6
	4. Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga sesuai dengan kualitas produk	Harga yang ditetapkan Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang sesuai dengan kualitas produk yang dihasilkan	7
		Harga yang ditetapkan sesuai dengan harapan konsumen	Harga yang ditetapkan Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang sesuai dengan harapan konsumen	8
Kualitas Pelayanan (X_2) Sumber: Fandy Tjiptono dalam Wibowati (2021:99)	1.Bukti Fisik (Tangibles)	Area jualan terjaga kebersihannya	Area Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang terjaga kebersihannya	1
		Peralatan dan perlengkapan dalam keadaan baik	Perlengkapan (meja, kursi, dll) dan peralatan makan yang disediakan Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang dalam keadaan baik	2
	2. Keadan	Pemesanan dilayani dengan cepat	Pemesanan makanan dan minuman di Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang dilayani dengan cepat	3

Variabel	Dimensi	Indikator	Instrumen	Butir Pernyataan	
	(Reability)	Tenaga pelayan memberikan layanan sesuai kebutuhan	Tenaga pelayan Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang meberikan layanan sesuai kebutuhan konsumen	4	
	3.Daya tanggap (Responsiveness)	Tenaga pelayan tanggap dalam menjelaskan produk	Tenaga pelayan Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang tanggap dalam menjelaskan produk yang tidak diketahui oleh konsumen	5	
		Tenaga pelayan merespon dengan cepat jika ada yang membutuhkan bantuan	Tenaga pelayan merespon dengan cepat jika ada yang membutuhkan bantuan	6	
	4. Jaminan (Assurance)	Mengutamakan kepentingan konsumen	Tenaga pelayan selalu mengutamakan kepentingan konsumen	7	
		Memahami kebutuhan konsumen	Tenaga pelayanan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen	8	
	5. Empat i (Empathy)	Sopan santun dan ramah saat melayani	Tenaga pelayan memiliki sopan santun dan keramahan dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen	9	
		Handal dalam melayani konsumen	Keahlian tenaga pelayan dalam melayani konsumen bisa diandalkan	10	
	Kepuasan Konsumen (Y) Indrasari (2019:92)	1. Kesesuaian harapan	Rasa puas setelah menggunakan produk	Saya merasa puas setelah menikmati makanan dan minuman di Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang	1
			Produk sesuai dengan selera konsumen	Makanan dan minuman yang disediakan Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang sesuai dengan selera saya	2
		2. Minat berkunjung kembali	Berminat berkunjung kembali karena produk memuaskan	Saya berminat untuk berkunjung kembali ke Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang karena produk yang disajikan memuaskan	3
		Berminat berkunjung kembali karena fasilitas nyaman	Saya berminat untuk berkunjung kembali ke Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang karena tempat dan fasilitas yang disediakan nyaman	4	
3. Ketersediaan merekomendasikan		Kesediaan merekomdasika n kepada orang lain	Saya merekomendasikan Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang kepada kenalan saya sebagai salah satu tempat tujuan kuliner karena kualitas pelayanan dan produk yang disajikan sangat memuaskan	5	
		Kesediaan memberikan ulasan positif	Saya akan memberi ulasan positif pada google maps Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang	6	

Sumber: Data diolah penulis (2023)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 7

Hasil Uji Regresi Berganda Variabel Harga (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.041	1.389		1.469	.145
	Harga (X ₁)	.008	.055	.010	.137	.891
	Kualitas Pelayanan (X ₂)	.672	.057	.852	11.858	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 2,041 + 0,008X_1 + 0,672X_2$. Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 2,041 diartikan bahwa jika variabel Harga (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) tidak dipertimbangkan maka kepuasan konsumen (Y) hanya akan bernilai sebesar 2,041 *point*.
- Harga (X₁) 0,008 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel kualitas pelayanan (X₂), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel harga (X₁) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,008 *point*.
- Nilai kualitas pelayanan (X₂) 0,672 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel harga (X₁), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel *kualitas pelayanan* (X₂) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,672 *point*.

Uji Hipotesis

Uji T

Tabel 8

Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Harga (X₁) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	8.935	1.965		4.547	.000
	Harga (X ₁)	.459	.062	.598	7.380	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau (7,380 > 1,984). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi < 0,050 atau (0,000 < 0,050). Dengan demikian maka H₀ ditolak dan H₁ diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 9

Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Kualitas Pelayanan (X₂) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.109	1.291		1.634	.105
	Kualitas Pelayanan (X ₂)	.677	.041	.859	16.595	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau (16,595 > 1,984). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi < 0,050 atau (0,000 < 0,050). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Uji F

Tabel 10
Hasil Uji Hipotesis (Uji F) Secara Simultan Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1402.913	2	701.457	136.332	.000 ^b
	Residual	499.087	97	5.145		
	Total	1902.000	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X1)

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau (136,332 > 3,090), hal ini juga diperkuat dengan signifikansi < 0,050 atau (0,000 < 0,050). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 11
Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Simultan Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.859 ^a	.738	.732	2.268

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X1)

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,738 maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 73,8% sedangkan sisanya sebesar (100-73,8%) = 26,2% dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian bab-bab sebelumnya, dan hasil analisis serta pembahasan mengenai Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang, terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang, hal tersebut dibuktikan dari persamaan regresi $Y = 8,935 + 0,459X_1$, nilai korelasi sebesar 0,598 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sedang. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruh Harga (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 0,357 atau 35,7% dan sisanya sebesar 64,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau (7,380 > 1,984). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,1. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa artinya terdapat pengaruh signifikan antara Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang.
2. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang, hal tersebut dibuktikan dari persamaan regresi $Y = 8,935 + 0,459X_2$, nilai korelasi sebesar 0,859 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 0,738 atau 73,8% dan sisanya sebesar 26,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau (16,595 > 1,984). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,1.

Dengan demikian H0 ditolak dan H2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa artinya terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang.

3. Secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang, hal tersebut dibuktikan dari persamaan regresi $Y = 2,041 + 0,008X_1 + 0,672X_2$, nilai korelasi sebesar 0,859 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruh Harga (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 0,738 atau 73,8% dan sisanya sebesar 26,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji hipotesis diperoleh t hitung $>$ t tabel atau ($136,332 > 3,090$). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,1$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Harga dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Tengkleng Judes Rajeg Kabupaten Tangerang.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Afandi, P. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia. (Teori, Konsep dan Indikator. Riau: Zanaf Publishing.
- Alma, B. (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2017). Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Asasuri, S. (2017). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Graha Indo Persada.
- Daryanto, & Setyobudi, I. (2018). Konsumen dan Pelayanan Prima. Malang: Gava Media
- Dharmmesta, B.S. (2018). Manajemen Pemasaran. BPFE: Yogyakarta.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2018). Manajemen Operasi. Yogyakarta: GPFE
- Hasibuan, Malayu S.P. (2019). Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah, Edisi Revisi, Jakarta: Bumi Aksara.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Konsumen. Surabaya: Unitomo Press.
- Kasmir. (2018). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Kotler, P. (2017). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principle Of Marketing. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). "Marketing an Introduction Prentice Hall twelfth edition". England: Pearson Education, Inc
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2017). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2018). Principles of Marketing, 12th Edition, jiid 1. Terjemahan Bob Sabran, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). Marketing Management. 15th Ed. England: Pearson Education Limited.
- Kurniawan, A.R. (2018). Total Marketing, Yogyakarta: Kobis
- Lupiyoadi, R., & Hamdan, A. (2017). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat
- Mauludin, H. (2017). Marketing Research: Panduan Bagi Manajer, Pimpinan Perusahaan Organisasi. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Robbins, Stephen P., & Coulter, M. (2017). Manajemen Edisi Kesepuluh. Jakarta: Erlangga.
- Rusydi, A. (2017). Manajemen Pemasaran. Bandung: Alfabeta.
- Sedjati, R.S. (2018). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Deepublish
- Siswanto. (2018). Pengantar Manajemen. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Sudaryono. (2016). Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metodologi Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2019). Perilaku Konsumen dan Pemasaran. Yogyakarta: CAPS.
- Suparyanto & Rosad. (2017). Manajemen Pemasaran. Jakarta: In Media.

- Terry, R., George. (2018). *Prinsip – Prinsip Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (2018). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, F. (2018). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, H. (2017). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.

Jurnal:

- Agustin, S. (2016). Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kebab kingabi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(1).
- Anggraeni, R. (2017). Pengaruh Lokasi, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Vanilla Café Tulungagung. Universitas Nusantara PGRI Kediri. *Simki-Economic*, 1(03).
- Arianto, N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Alfamart Roda Hias Serpong. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(1).
- Budiyanto, A. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Brand Image terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen, studi Kasus di PT. Yerry Primatama Hosindo (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana).
- Ghassani, M. T., & Suryoko, S. (2017). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang bandeng juwana vaccum melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (studi kasus pada konsumen PT. Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(4), 311-319.
- Haryoko, U. B., dkk. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer). *Point*, 2 (1).
- Lesmana, (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran Kompetitif Universitas Pamulang*.
- Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1).
- Parhusip, A., dkk. (2020). Peran Manajemen dalam Mengembangkan Pelayanan di Gereja Pentakosta Indonesia Sidang Perumnas Martubung, Medan. *EPIGRAPHE: Jurnal Teologi dan Pelayanan Kristiani*, 4(1), 44-56.
- Pompayo, A., dkk. (2017). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDOMIE GORENG PADA PT. INDOMARCO ADI PRIMA MANADO. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(3).
- PRIYANINGSIH, I. W. (2021). MENCIPTAKAN KEPUASAN KONSUMEN MELALUI MUTU PRODUK, HARGA DAN PELAYANAN PRIMA DI PT KARYA UTAMA STEEL (Doctoral dissertation, STIE MAHARDHIKA SURABAYA).
- Purnamasari, I. Y., dkk. (2019). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen produk m2 fashion online di Singaraja Tahun 2019. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 5(1).
- Puspasari, A. (2018). Pengaruh kualitas produk terhadap word of mouth melalui kepuasan konsumen. *Sumber*, 1(1.168), 1-010.
- Rahayu, S., dkk. (2021). Kajian Tentang Pemasaran Online untuk Meningkatkan Penjualan di Anne Kamper's Pariaman. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 2652-2660.
- Ramadayanti, F. (2019). Peran brand awereness terhadap keputusan pembelian produk. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 111-116.
- Salami, M. M. (2020). STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN PT. TELKOMSEL DALAM RANGKA MEMENUHI KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus pada Layanan Grapari Telkomsel BSD). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(4).
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen best autoworks. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755-764.

- Siska, L., dkk. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kebijakan Pemerintah Terhadap Keputusan Muzakki Berzakat di Baznas Kota Dumai. *Al-Hisbah Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 16-27.
- Solihin, D. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Pemasaran Pada PT Prima Ufuk Semesta (Studi Empiris Pada Outlet Rekanan PT. Prima Ufuk Semesta di Wilayah JABODETABEK), *Jurnal Semarak*, Vol. 3. No. 1.
- Sudirman, A., dkk. (2020). Kepercayaan sebagai pemediasi dampak citra merek dan harga terhadap kepuasan konsumen Gojek. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 66-76.
- Wibowati, J. I. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT MUARAKATI BARU SATU PALEMBANG. *Adminika*, 7(1), 94-110.
- Winata, A., & Fiqri, I. A. (2017). Pengaruh harga dan kualitas jasa terhadap loyalitas konsumen hotel emersia di bandar lampung. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*, 3(02), 133-149.