

KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA UMKM DI KEC. PANGKATAN

Lia Safitri¹ dan Listia Rahma Yuni²

Universitas Labuhanbatu

Email : liasyahfitri.np02@gmail.com, listiauwuy@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen. Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* (penelitian penjelasan) dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pelanggan Jw Cafe Pangkatan minimal dua kali atau lebih. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 30 responden yang diambil dengan menyebarkan angket melalui kuesioner. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda analisis. Hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, lokasi dan fasilitas secara bersamaan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Variabel dari kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel lokasi dan fasilitas berpengaruh positif dan pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian ini sebaiknya pemilik JW Cafe terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk mulai dari cita rasa dan porsi yang pas dan juga meningkatkan kualitas pelayanan hal ini dilakukan agar pelanggan terus merasa puas dan akan datang kembali.

Kata kunci : kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, lokasi, fasilitas, kepuasan konsumen

ABSTRACT

In the current era of globalization, the business world is experiencing very rapid development, this is due to the existence of creative and innovative ideas that are always created by entrepreneurs along with the times. This study aims to determine the effect of service quality, product quality, price, location and facilities on consumer satisfaction. The population in this study are consumers of Jw Cafe Pangkatan, with a sample of 30 respondents who were selected by purposive sampling technique. Hypothesis testing in this study using multiple linear regression analysis. The results showed that the variables of service quality, product quality, price, location and facilities simultaneously affect consumer satisfaction. the variables of product quality and price have a positive and insignificant effect on customer satisfaction. While the location facilities variables have a positive and insignificant effect on customer satisfaction

Keywords: *service quality, product quality, price, location, facilities, customer satisfaction*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, kehidupan bisa dikatakan sudah semakin canggih. Perkembangan teknologi membuat para usaha harus menciptakan ide yang kreatif dan inovatif. Pada dasarnya setiap usaha memiliki tujuan untuk mencari sebuah keuntungan. Dimana tujuan tersebut tidak terlepas dari kegiatan pemasaran. Pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan

dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif bagi para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis (Tjiptono dan Diana, 2020:3).

Menurut Daryanto dan Setyobudi (2019), menyatakan Kepuasan Konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi. Kepuasan Konsumen tercipta jika kinerja perusahaan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan. Inilah bisa dikatakan dengan harapan konsumen. Jika kinerja perusahaan melebihi harapan konsumen maka konsumen akan merasa puas. Konsumen yang merasa puas akan membentuk loyalitasnya terhadap perusahaan. Sehingga dapat memberikan dampak positif langsung dalam peningkatan penjualan.

Menurut Tjiptono dalam (Atmaja, 2018) "kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang menemui atau melebihi harapan. Kualitas dapat terpenuhi jika perusahaan dapat memberikan produk sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Kualitas produk merupakan salah satu kunci dari suatu produk yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Apabila perusahaan dapat memberikan atau menawarkan produk minuman yang berkualitas, maka perusahaan dapat menciptakan kepuasan terhadap konsumen.

Menurut Kotler dalam Sunyoto (2019:131), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu.

Kotler dan Armstrong (2018:51) menyatakan bahwa lokasi adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian produk atau jasa kepada para konsumen di mana lokasinya yang strategis.

Menurut (Setyawati et., 2018:53) mengartikan fasilitas yaitu segala sesuatu untuk mendukung kenyamanan konsumen yang disediakan atau disiapkan oleh penjual jasa atau instansi yaitu berupa peralatan fisik.

JW Cafe merupakan salah satu tempat yang memiliki kualitas produk, lokasi, harga, fasilitas dan kualitas pelayanan yang lebih baik diantara pesaing lainnya. Misalnya dari segi produk JW Cafe terkenal dengan cita rasa yang terbilang enak dan dari segi pelayanannya juga baik. Memiliki harga yang sesuai dan fasilitas yg cukup memadai. JW Cafe memiliki lokasi yang strategis yaitu di jalan Perkebuan Pangkatan, Kec. Pangkatan, Labuhanbatu, Sumatera Utara 21462. JW Cafe menyediakan berbagai menu makanan dan minuman yang bisa dijadikan bahan pilihan konsumen. Dengan kualitas pelayanan yg baik serta lokasi dan fasilitas yg baik membuat konsumen sangat nyaman saat berkumpul bersama keluarga, teman ataupun pasangan.

Berdasarkan fenomena diatas, dengan wawancara awal dengan pelanggan dan pihak pemilik dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, lokasi dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2019) kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan .

Kualitas pelayanan adalah titik pusat bagi perusahaan karena dapat mempengaruhi kepuasan dari konsumen dan kepuasan konsumen akan timbul jika kualitas pelayanan disampaikan dengan baik (Mulyapradana, Anjarini dan Harnoto, 2020:28). Kualitas layanan memainkan peran penting dalam suatu perusahaan karena akan mempengaruhi kepuasan dari konsumen, sehingga menghasilkan konsumen yang memiliki loyalitas tinggi kepada perusahaan. Dan perusahaan akan memiliki dampak positif langsung bagi kemajuan perusahaan. Kualitas pelayanan di ukur dengan indikator sebagai berikut:

- 1) *Reliability* (kehandalan)
- 2) *Responsiveness* (daya tanggap)
- 3) *Assurance* (jaminan)
- 4) *Empathy* (empati)
- 5) *Tangible* (bukti fisik)

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan menurut Windarti Dan Ibrahim (2017). Segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi atau melebihi harapan konsumen dan dibeli serta dipergunakan untuk memenuhi keinginan serta kebutuhan. Dimensi kualitas produk menurut Mullins, Orville, Larreche, dan Boyd (2005:422) dalam (M & Ali, 2017) terdiri dari:

- 1) Kinerja (Performance)
- 2) Daya Tahan (*durability*)
- 3) Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance of specifications*)
- 4) Tampilan (*Fitur*)
- 5) Keandalan (*Reliability*)
- 6) Estetika
- 7) Kesan
- 8) Kualitas.

Harga

Menurut Zakaria (2017) harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Sedangkan menurut (Firdiansyah:2017) harga adalah sesuatu yang harus diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran perusahaan. Indikator-indikator dari harga menurut Wifky Muharam dan Euis Soliha (2017) harga dapat di ukur melalui beberapa indikator yaitu:

- 1) Daya Saing Harga
- 2) Kesesuaian Harga Dengan Manfaat Harga
- 3) Harga Sesuai Kualitas Produk.

Lokasi

Menurut Efnita (2017) lokasi merupakan suatu benda atau suatu gejala dalam ruangan yang dapat memberi kejelasan pada benda atau gejala geografi yang bersangkutan secara lebih jauh. Sedangkan menurut Firdiansyah (2017) lokasi adalah tempat untuk

melaksanakan suatu usaha dan merupakan faktor krusial berhasil atau tidaknya sebuah usaha. Menurut Senggetang et al (2019:882) indikator-indikator lokasi meliputi:

- 1) Akses
- 2) Visibilitas
- 3) Tempat parkir yang luas
- 4) Ekspansi

Fasilitas

Menurut (Munawir, 2018:208) Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang sebelumnya harus tersedia sebelum suatu jasa dapat dipromosikan. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam menikmati kepuasan. Sedangkan menurut Syawati et al.,(2018:53) Fasilitas yaitu segala sesuatu untuk mendukung kenyamanan konsumen yang disediakan atau disiapkan oleh penjual jasa atau instansi yaitu berupa peralatan fisik. Menurut (Munawir, 2018:208) indikator dari fasilitas adalah sebagai berikut:

- 1) Pertimbangan/perencanaan spesial
- 2) Perencanaan ruang
- 3) Perlengkapan/perabotan
- 4) Tata cahaya dan warna
- 5) Pesan yang disampaikan secara gratis
- 6) Unsur pendukung.

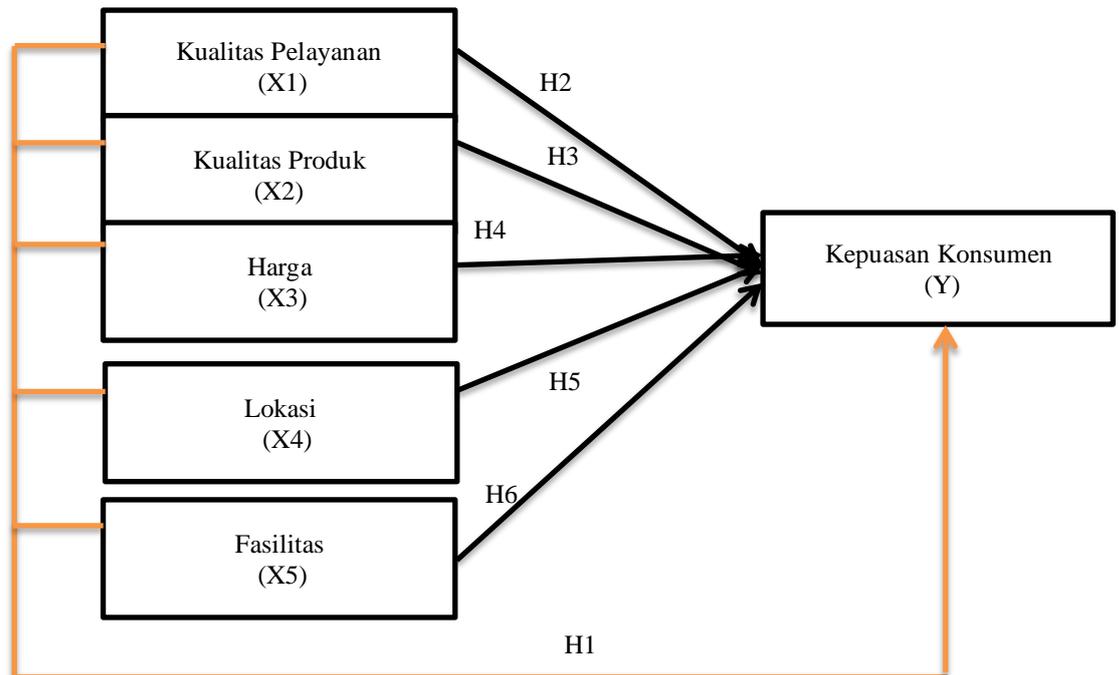
Kepuasan Konsumen

Menurut (Sholeha, 2018:17) kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan senang seseorang setelah ia membandingkan antara kinerja yang dirasakannya terhadap apa yang diharapkannya. Sedangkan menurut (Aswad et al., 2018:79) kepuasan konsumen merupakan luapan rasa senang maupun kecewa yang timbul dari membandingkan kesan yang ia terima terhadap kinerja yang diharapkannya. Kepuasan konsumen inilah yang menjadi dasar tercapainya pelanggan yang loyal Menurut Purnomo Edwin Setyo (2017) indikator kepuasan konsumen, yaitu :

- 1) Terpenuhinya harapan konsumen
- 2) Merekomendasikan kepada pihak lain
- 3) Kualitas layanan
- 4) Loyal
- 5) Lokasi

Kerangka Konseptual

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



Keterangan :

- Pengaruh Secara Parsial
- Pengaruh Secara Simultan

Hipotesis Penelitian

H1 : Kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, lokasi dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Jw Cafe.

H2 : Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Jw Cafe

H3 : Kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Jw Cafe

H4 : Harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Jw Cafe

H5 : Lokasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Jw Cafe

H6 : Fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Jw Cafe

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian menggunakan jenis penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian *eksplanatori* merupakan penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara satu variabel dengan yang lain Sugiyono, (2017:6). Metode ini dikatakan metode kuantitatif karena data dari penelitian berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik. Lokasi penelitian di Jw Cafe, yang beralamat di Jl. Aek Nabara-Negeri lama, Perkebunan Pangkatan, Kecamatan Pangkatan, Kabupaten Labuhanbatu, Sumateta Utara 21462. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang datang langsung di Jw Cafe. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 30 responden. Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan berdasarkan populasi, dengan cara menggunakan *Non-Probability Sampling* dengan

metode *Purposive Sampling* dimana teknik dalam pengambilan sampel ini memiliki pertimbangan-pertimbangan yang sudah ditentukan kepada responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam pengolahan data dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, dilakukan beberapa tahapan untuk mencari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(constant)	,154	,373		,412	,684
	Kualitas pelayanan	,358	,050	1,006	7,350	,000
	Kualitas produk	-,165	,072	-,152	-2,268	,033
	Harga	,075	,054	,119	1,383	,179
	Lokasi	-,215	,082	-,195	-2,618	,015
	Fasilitas	,163	,050	,188	3,273	,003

a. Dependent Variabel : Kepuasan Konsumen

Sumber Data Primer Diolah Tahun 2022

Berdasarkan tabel 3 dapat disusun model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,154 + 0,358 + (-0,165) + 0,075 + (-0,215) + 0,162$$

Persamaan diatas dapat diartikan sebagai berikut:

- a=Nilai Konstanta bernilai positif, artinya jika tidak ada variabel bebas maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan bernilai positif.
- b₁= koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X1) bernilai positive, artinya jika variabel Kualitas Pelayanan (X1) meningkat, maka variabel Kepuasan Konsumen (Y) meningkat.
- b₂= koefisien regresi Kualitas Produk (X2) bernilai negatif, artinya jika variabel Kualitas Produk (X2) meningkat, maka variabel Kepuasan Konsumen (Y) menurun.
- b₃= koefisien regresi Harga (X3) bernilai positive, artinya jika variabel Harga (X3) meningkat, maka variabel Kepuasan Konsumen (Y) meningkat
- b₄= koefisien regresi Lokasi (X4) bernilai negatif, artinya jika variabel Lokasi (X4) meningkat, maka variabel Kepuasan Konsumen (Y) menurun.
- b₅= koefisien regresi Fasilitas (X5) bernilai positive, artinya jika variabel Fasilitas (X5) meningkat, maka variabel Kepuasan Konsumen (Y) meningkat

Uji Hipotesis

a. Pengujian Hipotesis Simultan Uji F

Uji F dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel yang digunakan dalam model regresi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) atau untuk mengukur ketepatan model regresi.

Tabel 2
Anova^a

Model		Sum of squares	df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	43,875	5	8.775	129.591	.000 ^b
	Residual	1.625	24	.068		
	Total	45.500	29			

- a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
 b. Predictors (Constant), Fasilitas, Kualitas Produk, Lokasi, Harga, Kualitas Pelayanan

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2022

Berdasarkan tabel 4 dari hasil pengujian secara simultan diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 129.591 serta nilai $sig < 0,05$ menunjukkan bahwa H_0 ditolak sehingga disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), Harga (X3), Lokasi (X4), dan Fasilitas (X5) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

b. Pengujian Hipotesis Parsial (Uji-t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas pembentuk model regresi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y). Variabel bebas pembentuk model regresi disimpulkan berpengaruh signifikan ($p\text{-value} < 0,05$)

Tabel 3
Coefficients^a

	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients Beta	t	Sig
	B	Std. Error			
(Constant)	.154	.373		.412	.684
Kualitas Pelayanan	.368	.050	1.006	7.350	.000
Kualitas Produk	-.164	.072	-.152	-2.268	.033
Harga	.075	.054	.119	1.383	.179
Lokasi	-.215	.082	-.195	-2.618	.015
Fasilitas	.163	.050	.188	3.273	.003

Dependent Variabel : Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2022

1) Variabel Keualitas pelayanan (X1)

Berdasarkan tabel di atas di peroleh nilai t hitung pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 7.350 serta nilai $sig = 0.000$, hal ini menunjukkan pengujian bahwa H_1 ditolak dapat dikatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

- 2) Variabel Kualitas Produk (X2)
Berdasarkan tabel di atas di peroleh nilai t hitung pada variabel Kualitas Produk (X2) sebesar -2.268 serta nilai sig = 0.033, hal ini menunjukkan pengujian bahwa H₂ ditolak dapat dikatakan bahwa Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
- 3) Variabel Harga (X3)
Berdasarkan tabel di atas di peroleh nilai t hitung pada variabel Harga (X3) sebesar -1.383 serta nilai sig = 0.179, hal ini menunjukkan pengujian bahwa H₃ ditolak dapat dikatakan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
- 4) Variabel Lokasi(X4)
Berdasarkan tabel di atas di peroleh nilai t hitung pada variabel Lokasi (X4) sebesar -2.168 serta nilai sig = 0.015, hal ini menunjukkan pengujian bahwa H₄ ditolak dapat dikatakan bahwa Kualitas Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
- 5) Variabel Fasilitas(X5)
Berdasarkan tabel di atas di peroleh nilai t hitung pada variabel Kualitas Pelayanan (X5) sebesar 3.273 serta nilai sig = 0.003, hal ini menunjukkan pengujian bahwa H₅ ditolak dapat dikatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

c. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase pengaruh yang diberikan variabel Keualitas pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), Harga (X3), Lokasi (X4), dan Fasilitas (X5) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Tabel 4
Analisis Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	.982 ^a	.964	.957	.26022

- a. Predictors : (constant), fasilitas, kualitas produk, lokasi, harga kualitas pelayanan
- b. Dependent variable : kepuasan pelanggan

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2022

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai Adjusted R Square adalah 0.957. Dengan demikian , maka diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 95% yang menunjukkan arti bahwa Kualitas Pelayanan(X1), Kualitas Produk (X2), Harga (X3), Lokasi (X4), dan Fasilitas (X5) memberikan pengaruh simultan (bersama-sama) sebesar 95% terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Sedangkan sisa nya sebesar 5% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang sudah teruraikan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen di JW Cafe Pangkatan.
- b. Kualitas pelayanan berpengaruh secara persial terhadap Kepuasan Konsumen di JW Cafe Pangkatan, dikarenakan karyawan melayanin dengan baik.
- c. Jika tingkat kualitas produk yang dihasilkan semakin tinggi, maka akan berdampak pada peningkatan kepuasan konsumen.
- d. Harga berpengaruh secara persial terhadap Kepuasan Konsumen di JW Cafe Pangkatan. Dengan kata lain konsumen merasa bahwa harga yang ditawarkan sangat terjangkau sesuai dengan fasilitas maupun rasa yang diberikan kepada konsumen.
- e. Lokasi yang strategis dapat menarik pelanggan untuk datang kembali membeli
- f. Fasilitas merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan terhadap konsumen

Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbarasan yang telah diuraikan, penelitian ini dapat memberikan beberapa implikasi dan saran sebagai berikut:

a. Bagi perusahaan

- 1) Berdasarkan penelitian yang dilakukan kualitas pelayanan berpengaruh secara persial terhadap kepuasan konsumen. Sehingga JW Cafe pangkatan harus bisa mempertahankan serta meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen.
- 2) Kualitas produk tidak berpengaruh secara persial terhadap kepuasan konsumen. Sehingga JW Cafe Pangkatan agar meningkatkan Kualitas produk yang diberikan kepada konsumen.
- 3) Harga berpengaruh secara persial terhadap Kepuasan Konsumen di JW Cafe Pangkatan. Sehingga JW Cafe bisa mempertahankan harga yang ditawarkan terjangkau untuk konsumen agar konsumen bisa merasa puas.
- 4) Lokasi tidak berpengaruh secara persial terhadap kepuasan konsumen di JW Cafe Pangkatan. Dengan demikian bisa mencari lokasi yang lebih strategis.
- 5) Fasilitas berpengaruh secara persial terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian JW Cafe Pangkatan agar tetap mempertahankan fasilitasnya.

b. Bagi Penelitian Selanjutnya

- 1) Agar bisa menambah jumlah populasi dan sampel
- 2) Dapat menambahkan variabel penelitian yang akan diteliti

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Asti, E., & Ayuningtyas, E (2020). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KUALITAS*
- [2] *PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN EKOMABIS:*
- [3] *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1-14.
- [4] Suatmodjo, F.A.T. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe
- [5] Zybrick Coffe & Cantina. *Jurnal Agora, Vol 1, No 3*.
- [6] Khaerunnisa, L., & Sembada, A. T. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan
- [7] Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yanaha Di Pt Jayamandiri Demasejati Motor
- [8] Group (Jg Motor) Cibinong. *Jurnal Ilmiah Binaniaga*, 11(2), 39-48.
- [9] Ikhsani, K., & Ali. H. (2017). Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Harga Dan
- [10] Brand Awareness (Studi Kasus Produk Teh Botol Sosro Di Giat Mall Permata Tangerang).
- [11] *Jurnal SWOT, VII(3)*. 523-541.
- [12] Anshar, A. 2019. Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan
- [13] Pelanggan PT. Jalur Nugraha Ekakurir (jne) Gunung Anyar Surabaya. Skripsi,
- [14] Fakultas Ekonomi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.
- [15] Dalatio, A. Dan H. Suprihhadi. 2018. Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Penggan Kafe Pohon Kopi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*7(9):21-39.
- [16] Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi
- [17] Kesembilan Badan Penerbit Universitas Dipogoro. Semarang.