

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PIJAT
TRADISIONAL TUNANETRA BERIJAZAH BAPAK
SURATNO “SUMBER HUSADA” KOTA TANGERANG
SELATAN**

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRICE ON
CUSTOMER SATISFACTION AT TRADITIONAL MASSAGE
FOR THE BLIND WITH A CERTIFICATE FROM MR.
SURATNO "SUMBER HUSADA", SOUTH TANGERANG CITY***

¹Lala Gustina, ^{2*}Merina Aprilia,

^{1,2} Program Studi Manajemen, Universitas Pamulang, Indonesia
lalagustina142@gmail.com, aprilia.meryna@gmail.com

Abstrak

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pijat Tradisional Tunanetra Berijazah Bapak Suratno “Sumber Husada” Kota Tangerang Selatan. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Teknik sampling yang digunakan adalah *Probability Sampling*, metode pengambilan sample menggunakan teori Slovin. Analisis data menggunakan analisis regresi, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan persamaan regresi $Y = 19,186 + 0,307 X1 + 0,121 X2$. Koefisien determinasi berpengaruh secara simultan sebesar 14,5. Uji hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(3,762 > 1,291)$ diperkuat dengan nilai $pvalue < Sig.0,1$ atau $(0,000 < 0,1)$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Harga diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(1,509 > 1,291)$ dengan nilai signifikansi $pvalue > Sig.0,1$ atau $(0,135 > 0,1)$. Maka, H_2 ditolak dan H_0 diterima, hal ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen. Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(7,865 > 2,36)$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_3 diterima, artinya Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Kepuasan konsumen (Y).

Kata Kunci: Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Konsumen

Abstract

The aim of this research is to determine the influence of service quality and price on consumer satisfaction at a traditional massage therapist for the blind with a certificate from Mr. Suratno "Sumber Husada" South Tangerang City. The method used is a quantitative descriptive method with an associative approach. The sampling technique used is *Probability Sampling*, a sampling method using Slovin's theory. Data analysis uses regression analysis, correlation coefficient analysis, coefficient of determination analysis and hypothesis testing. The results of this research are that Service Quality (X1) and Price (X2) have a positive and significant effect on Consumer Satisfaction (Y) with the regression equation $Y = 19.186 + 0.307 X1 + 0.121 X2$. The coefficient of determination has a simultaneous effect of 14.5. Partially testing the hypothesis obtained a value of $t_{count} > t_{table}$ or $(3.762 > 1.291)$ strengthened by a value of $pvalue < Sig.0.1$ or $(0.000 < 0.1)$. So H_0 is rejected and H_1 is accepted. This means that there is a positive and significant influence between service quality and consumer satisfaction. The value obtained is $t_{count} > t_{table}$ or $(1.509 > 1.291)$ with a significance value $pvalue > Sig.0.1$ or $(0.135 > 0.1)$. So, H_2 is rejected and H_0 is accepted, this shows that there is no influence between price and consumer satisfaction. Hypothesis testing obtained a value of $F_{count} > F_{table}$ or $(7.865 > 2.36)$. Thus, H_0 is rejected and H_3 is accepted, meaning that Service Quality (X1) and Price (X2) together have a positive effect on consumer satisfaction (Y).

Keywords: *The Influence of Service Quality, Price and Consumer Satisfaction.*

PENDAHULUAN

Pijat atau *massage* merupakan bahasa universal bagi umat manusia. Hampir setiap manusia melakukan pemijatan sendiri. *Massage* merupakan salah satu manipulasi sederhana yang ditemukan manusia untuk mengelus dan mengusap bagian badan yang sakit.

Pijat atau *massage* adalah terapi kuno yang merupakan salah satu terapi komplementer yang paling banyak digunakan, pijat berasal dari bahasa arab “mass’h” yang berarti tekan lembut, Greene mengatakan bahwa terapi *massage* selama 25 tahun dari Amerika, memberi pengaruh besar pada tubuh secara keseluruhan, diantaranya meningkatkan sirkulasi darah, aliran limpa, serta dapat merangsang dan memperlancar pencernaan dan pernafasan. Selain itu, Sujayanto mengatakan melalui *massage* proses pengeluaran sisa-sisa metabolisme ke dalam darah dipercepat, sehingga pemulihan menjadi cepat. Pijat telah lama diyakini bermanfaat bagi kesehatan, mulai dari meredakan stres hingga mempercepat waktu pemulihan setelah sakit, alergi, depresi, masalah pernapasan, insomnia, cedera saat olahraga dan kelelahan kronis.

Jasa pijat merupakan usaha dengan tujuan memuaskan para konsumen. Dengan munculnya berbagai macam jasa pijat pada saat ini menyebabkan persaingan antara jasa pijat semakin ketat. Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin pesat dan ketat, membuat perusahaan berlomba-lomba untuk terus bersaing dan bertahan di dunia bisnis. Perusahaan harus bisa menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan tujuan utama dari perusahaan dapat tercapai.

Perusahaan dituntut harus lebih kreatif dan inovatif agar produk/jasa yang dihasilkan mampu menarik konsumen, namun sejalan dengan itu perusahaan juga harus mampu melayani konsumennya dengan baik, agar konsumen tersebut loyal dan tetap memilih produk/jasa dari perusahaan kita.

KAJIAN LITELATUR

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen (Tjiptono, 2008:85 dalam Syaiful Aswad dkk, 2018). Berdasarkan definisi ini, kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang dimaksud dalam penelitian ini konsumen sesuai dengan ekspektasi konsumen.

Harga

Kotler dan Keller (2012:25) dalam Freekley Steyfli Maramis dkk (2018:1658-1667) harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen senantiasa menjadi suatu keharusan untuk diperhatikan oleh setiap perusahaan khususnya bidang jasa dalam menjalankan kegiatan usahanya. Saat ini

banyak bisnis kuliner yang semakin memahami arti penting dari kepuasan konsumen dan menyusun strategi untuk memberikan kepuasan bagi konsumennya. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya (Kotler 2001:56 dalam Bagus Handoko, 2016). Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu. Apabila kenyataan sama dengan harapan, maka layanan disebut memuaskan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian kuantitatif dilakukan melalui pendekatan korelasional digunakan untuk proses pengujian atas hipotesis penelitian yang diajukan, yaitu sejauh mana variasi pada suatu faktor yang berkaitan dengan variasi faktor lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hasil uji validitas di atas bahwa setiap 10 butir pernyataan pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) semua dinyatakan valid karena nilai r hitung $> r$ table, yang mana tiap butir pernyataan tersebut layak digunakan dan dapat mengukur dimensi dan variabel dari penelitian ini. pada hasil uji validitas di atas bahwa 10 butir pernyataan pada variabel Harga (X2) semua dinyatakan valid karena nilai r hitung $> r$ tabel. Yang mana setiap butir pernyataan tersebut layak digunakan dan dapat mengukur dimensi dan variabel dari penelitian ini. pada hasil uji validitas di atas, bahwa 10 butir pernyataan pada variabel Kepuasan Konsumen (Y) semua dinyatakan valid karena nilai r hitung $> r$ tabel. Yang mana, tiap butir pernyataan tersebut layak digunakan dan dapat mengukur dimensi dan variabel dari penelitian ini.

Gambar dan Tabel

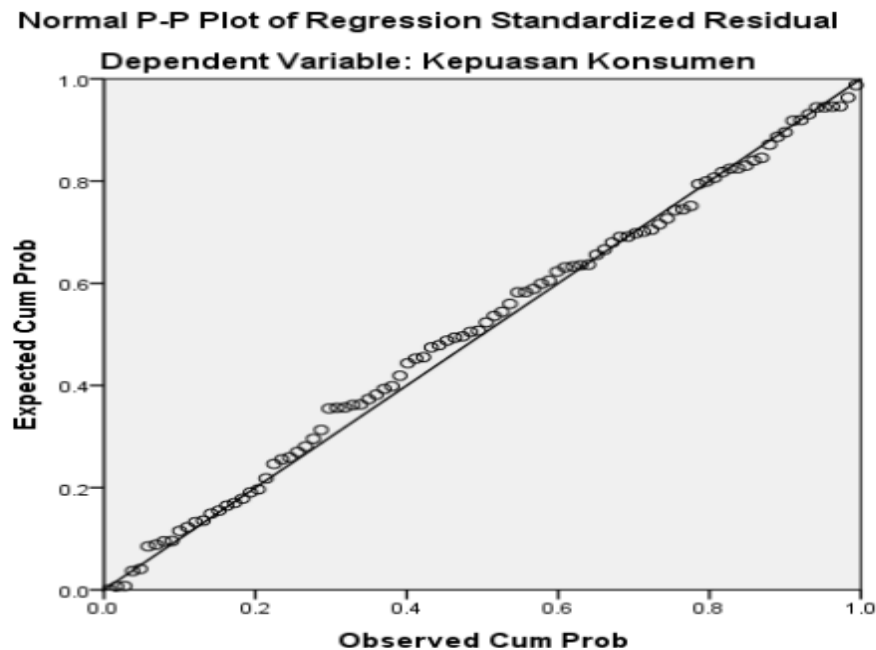
Tempatkan nama tabel di atas tabel, sedangkan nama gambar di bawah gambar. Tuliskan tabel tertentu secara spesifik misalnya Tabel 1, saat merujuk suatu tabel dan keterangan gambar adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Uji Realibilitas
(Center, Times New Roman 10 pt)

Ukuran	Variabel	Tebal	Miring
10	Kualitas pelayanan		
10	Harga Kepuasan konsumen		
10		‘Abstrak ,	
10	Afiliasi penulis, tulisan utama, persamaan, huruf pertama pada judul bab ^a		Sub heading
10	Nama penulis		
15	Judul makalah		

- Jika Nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ dikatakan reliabel.
- Jika Nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,60$ dikatakan tidak reliabel.

Gambar 1. Hasil Uji Normalitas



Uji normalitas grafik P-P Plot, dimana regresi

memenuhi asumsi normalitas jika titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya maka menunjukkan pola distribusi normal.

Gambar 2. Uji Autokorelasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.362 ^a	.131	.122	6.975

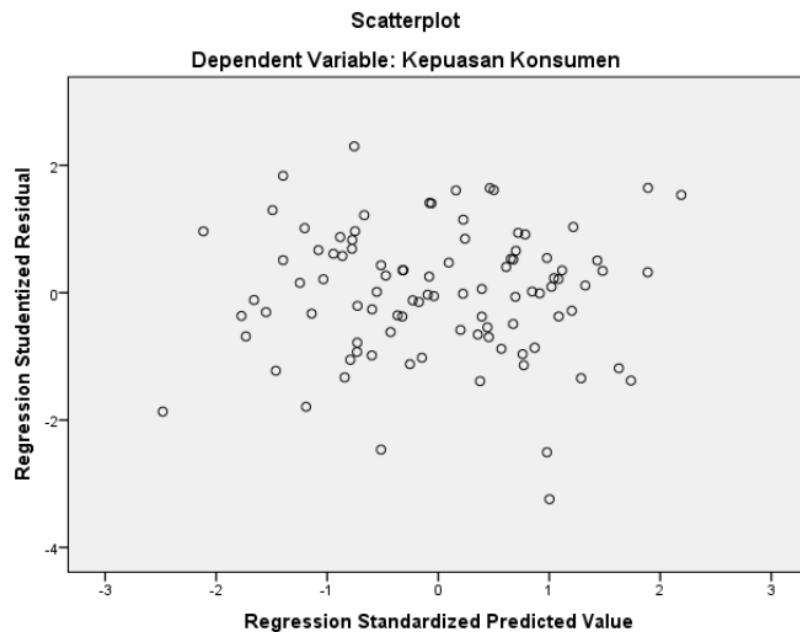
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data yang diolah peneliti, 2023

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai R Square (koefisien determinasi) sebesar 0,131, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 13,1%, sedangkan sisanya $(100-13,1\%) = 86,9\%$ dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Gambar 3. Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan hasil pengujian pada gambar 4.3 menunjukkan, titik-titik yang menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, secara tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, hal ini berarti tidak terjadi penyimpangan heteroskedastisitas pada model regresi yang dibuat.

Gambar 4.4 Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
	(Constant)	19.186	4.219	4.547	.000
	Kualitas Pelayanan	.307	.085	.350	.000
	Harga	.121	.099	.118	.223

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data yang diolah peneliti, 2023

Berdasarkan Gambar 4.4 didapat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 19,186 + 0,307 X_1 + 0,121 X_2$$

Dari persamaan di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 19,186 diartikan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) tidak ada maka telah terdapat nilai Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 19,186 satuan.
- Koefisien regresi kualitas pelayanan X_1 sebesar 0,307 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan kualitas pelayanan X_1 mengalami kenaikan 1, maka kepuasan konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,307. Koefisien bernilai positif artinya

terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, semakin tinggi kualitas pelayanan X1 maka semakin meningkat kepuasan konsumen (Y).

c. Koefisien regresi harga sebesar 0,121 artinya jika variabel independen lainnya tetap dan harga mengalami kenaikan 1, maka kepuasan konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,121. Koefisien bernilai positif, artinya terjadi hubungan positif antar harga dengan kepuasan konsumen. Karena semakin tinggi harga maka semakin meningkat kepuasan konsumen.

Tabel 5. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	761.212	2	380.606	7.865	.001 ^b
	Residual	4500.747	93	48.395		
	Total	5261.958	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

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

Sumber: Data yang diolah peneliti, 2023

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(7,865 > 2,36)$, hal ini juga diperkuat dengan $pvalue < Sig. 0,1$ atau $(0,001 < 0,1)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan konsumen pada Pijat Tunanetra Berijazah Bapak Suratno “Sumber Husada” Kota Tangerang Selatan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pijat Tunanetra Berijazah Bapak Suratno “Sumber Husada” Kota Tangerang Selatan, pada bagian akhir tulisan ini sebagai penutup yang memuat kesimpulan. Beberapa kesimpulan yang penulis kemukakan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan persamaan $Y = 22,971 + 0,317X_1$. Nilai koefisien korelasi Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,362 artinya kedua variabel memiliki tingkat pengaruh atau hubungan yang rendah. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,131, berarti variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 13,1%. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(3,762 > 1,291)$ hal ini diperkuat dengan nilai $pvalue < Sig. 0,1$ atau $(0,000 < 0,1)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Pijat Tunanetra Berijazah Bapak Suratno “Sumber Husada” Kota Tangerang Selatan.
2. Harga (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) namun tidak signifikan, dengan persamaan $Y = 28,097 + 0,158X_2$. Koefisiensi korelasi sebesar 0,154 yang artinya kedua variabel memiliki tingkat pengaruh atau hubungan yang sangat rendah. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,024, artinya variabel Harga (X2) memiliki

kontribusi pengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 02,4%. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(1,509 > 1,291)$ hal ini diperkuat dengan nilai $pvalue < Sig.0,1$ atau $(0,135 > 0,1)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh secara parsial antara harga terhadap kepuasan konsumen di Pijat Tunanetra Berijazah Bapak Suratno “Sumber Husada” Kota Tangerang Selatan.

3. Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan persamaan $Y = 19,186 + 0,307 X_1 + 0,121 X_2$. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,380, artinya variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) berhubungan signifikan secara simultan yang memiliki tingkat pengaruh atau hubungan yang rendah. Nilai determinasi sebesar 0,145 maka variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) secara bersama-sama memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 14,5%. Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(7,865 > 2,36)$, hal ini juga diperkuat dengan $pvalue < Sig.0,1$ atau $(0,001 < 0,1)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan konsumen pada Pijat Tunanetra Berijazah Bapak Suratno “Sumber Husada” Kota Tangerang Selatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2016). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asti, E. G., & Ayuningtyas, E. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Aswad, S., Realize, R., & Wangdra, R. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center. *JIM UPB*, 6(2), 77–85.
- Firmansyah, M. A., & Mahardhika, B. W. (2018). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Gulla, R., Oroh, S. G., & Roring, F. (2015). Analisis Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 3(1), 1313–1322.
- Handoko, B. (2016). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 17(1), 1–13.
- Haryoko, U. B., Pasaribu, V. L. D., & Ardiansyah, A. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer). *POINT: Jurnal Ekonomi & Manajemen*, 2(1), 1–17. <https://doi.org/10.46918/point.v2i1.566>
- Hasibuan, M. S. . (2015). *Manajemen, Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Bumi Aksara.
- Kapahang, N. F., Tampi, J. R. E., & Rogahang, J. J. (2016). Pengaruh Kualitas Produk & Harga terhadap Keputusan Membeli (Studi pada Konsumen Dodol Salak Produksi Desa Pangu). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 4(4), 1–5.
- Kencana, P. N. (2020). The Effect of Price and Service Quality on Customer Satisfaction of PT Huda Express at Mcdonald’s Bintaro Restaurant. *Jurnal Administrate: Jurnal Pemikiran Ilmiah dan Pendidikan Administrasi*

- erkantoran, 7(1), 29. <https://doi.org/10.26858/ja.v7i1.13580>
- Khairani, R., Siregar, C. A., Hutabalian, R. H., & Karolina, I. I. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Matahari Putera Prima (HYPERMART). *Jurnal Manajemen*, 5(2), 129–136.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 6(3), 1658–1667.
- Mukarromah, S. (2018). *Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Toko BajuSenamGrosir.com*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pada Era Media Sosial*. Bandung: Pustaka Setia.
- Priharto, S. (2018). *Mengenal Bauran Pemasaran Atau Marketing Mix*. <https://cpssoft.com/blog/manajemen/mengenal-bauran-pemasaran/>
- Rudianto, R., Hermawan, M., & Gunawan, A. (2018). Analisis dan Usulan Strategi Pemasaran Service Motor Yamaha Terhadap Pesaing (Studi Kasus : PT Berlian Pasteur Jl. Dr. Djunjunan No 119, Bandung). *Journal of Integrated System*, 1(1), 85–104.
- Runtuuwu, J. G., Oroh, S., & Taroreh, R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Resto Cabana Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 2(3), 1803–1813.
- Siswanto, B. (2021). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sudaryono, S. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sudaryono, S. (2017). *Pengantar Manajemen Teori dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Sugiyono, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmawati, R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 7(2), 130– 142.
- Susan, E. (2019). Manajemen Sumber Daya Manusia. *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 9(2), 952–962. <https://doi.org/10.35673/ajmpi.v9i2.429>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran: Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Wahyudi, R., & Purnomo, P. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode SWOT Dan QSPM Pada PT. Sentral Perkasa Jaya. *JKIE (Journal Knowledge Industrial Engineering)*, 7(1), 19–29. <https://doi.org/10.35891/jkie.v7i1.2094>
- Warnadi, W., & Triyono, A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Wijaya, C. V. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy. *AGORA*, 5(1).

Yuliarmi, N. N., & Riyasa, P. (2007). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar. *Buletin Studi Ekonomi*, 12(1), 9–28.