PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI UD. FANY KOTA GUNUNG SITOLI

Aluiwaauri Tafonao[1], Yurmanius Waruwu[2], Setia Murni Telaumbanua[3]
[1,2] Universitas Nias Raya
([1]alui.tafonao@gmail.com, [2]yurmaniuswaruwu89@gmail.com, [3]st_delau@yahoo.com)

Abstrak

Ruang lingkup penelitian ini adalah studi tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di UD. Fany Kota Gunung Sitoli. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di UD. Fany Kota Gunung Sitoli. Metode yang digunakan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear berganda, menggunakan data angket yang disebarkan kepada 40 pelanggan di UD. Fany Kota Gunung Sitoli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga mempengaruhi secara positif dan signifikan kepuasan pelanggan di UD. Fany Kota Gunung Sitoli dengan nilai F_{hitung} (60.506) > F_{tabel} (3,328) dan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05, artinya variabel kualias pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di UD. Fany Kota Gunung Sitoli. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ketika terjadinya peningkatan pada kualitas pelayanan dan harga, maka kepuasan pelanggan mengalami peningkatan. Sebagai sran, diharapkan bagi UD. Fany, agar mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan serta mempertahankan indikator-indikator dari kualitas pelayanan dan harga untuk meningkatkan kepuasan pelanggan baik sekarang maupun di waktu yang akan datang dan diharapkan dimasa mendatang lebih ditingkatkan lagi dalam upaya mencapai tujuan perusahaan.

Kata Kunci: *Kualitas pelayanan; harga; kepuasan pelanggan*

Abstract

The scope of this research is a study of the influence of service quality and price on customer satisfaction at UD. Fany Gunung Sitoli City. The aim of this research is to determine the influence of service quality and price on customer satisfaction at UD. Fany Gunung Sitoli City. The method used is quantitative with multiple linear regression analysis techniques, using questionnaire data distributed to 40 customers at UD. Fany Gunung Sitoli City. The research results show that service quality and price positively and significantly influence customer satisfaction at UD. Fany Gunung Sitoli City with a value of Fcount (60,506) > Ftable (3.328) and a significance level of 0.000 < 0.05, meaning that the service quality and price variables have a positive and significant effect on customer satisfaction at UD. Fany Gunung Sitoli City. This research can be concluded that when there is an increase in service quality and price, customer satisfaction increases. As a

suggestion, it is hoped that UD. Fany, in order to maintain and increase customer satisfaction and maintain indicators of service quality and price to increase customer satisfaction both now and in the future and it is hoped that in the future it will be further improved in an effort to achieve company goals.

Keywords: *Service quality; price; customer satisfaction*

A. Pendahuluan

Dewasa ini persaingan dunia bisnis semakin ketat dengan adanya kemajuan teknologi dan informasi sehingga konsumen mempunyai informasi yang lengkap mengenai alternatif pilihan produk yang tersedia di pasar. Para produsen atau penjual berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan serta memberikan kepuasan secara maksimal kepada konsumen. Oleh sebab itu konsumen merupakan hal utama yang harus diperhatikan disamping produk yang disajikan. Kualitas merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut, yang paling penting untuk menciptakan kepuasan pelanggan adalah kinerja dari agen yang biasanya diartikan dengan kualitas dari agen tersebut. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari pelanggan tentu pelanggan akan semakin puas. Usaha dagang harus mempunyai strategi-strategi dalam memasarkan produknya, agar pelanggan dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya.

Usaha Dagang Fany kota Gunung Sitoli merupakan tempat penjualan atau sebuah usaha yang bergerak di bidang penjualan berbagai macam mainan anak-anak dan kebutuhan-kebutuhan pokok lainnya yang bervariasi serta dilengkapi dengan berbagai macam jenis pakaian anak yang bisa dipesan sesuai dengan tingkat kebutuhan yang diinginkan.

Berdasarkan hasil observasi yang ada pada UD. Fany kota Gunung Sitoli bahwa pelayanan yang kurang memuaskan disebabkan pelanggan menunggu terlalu lama dalam proses pembelian, harga yang sedikit tinggi bila dibandingkan dengan usaha dagang lain yang sejenis. Hal ini akan membuat pelanggan melakukan perpindahan dalam pembelian produk, harga yang tidak relevan dengan kualitas barang, dan prioritas pada kepuasan pelanggan masih kurang memadai,sehingga hal ini menjadi masalah dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Konsep Kualitas Pelayanan

Menurut Gronroos dalam Buyung (2005:2) "kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara

konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan". Menurut Tjiptono dalam Sari (2002:51) mendefinisikan kualitas sebagai berikut: "kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan denganproduk, jasa, manusia, alam dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan".

Dari pendapat para ahli tentang kualitas pelayanan, maka peneliti menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dikatakan baik apabila penyedia jasa memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Demikian juga sebaliknya kualitas pelayanan dikatakan jelek apabila pelanggan memperoleh pelayanan yang lebih rendah dari harapan mereka.

Konsep Harga

Menurut Lamb, dkk dalam Rosalia (2001:60) "harga adalah sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang maupun jasa". Menurut Tjiptono dalam Mustofa (2008:151), "harga adalah satuanmoneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agarmemperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa". Juga menurutKotler dan Keller dalam Mustofa (2009:67),"harga adalah nilai uang untuk menghasilkan pendapatandan biaya".

Dari beberapa teori para ahli diatas maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh suatu manfaat atas barang/jasa baik yang bisa dimiliki maupun digunakan fungsinya karena dimata konsumen harga merupakan atribut penting yang dievaluasi yang merangkap dengan nilai sosial non keuangan yang harus dikorbankan dan bagi perusahaan peran harga dapat membentuk sikap konsumen.

Konsep Kepuasan Pelanggan

Menurut Suhartanto dalam Pertiwi & Handayani, (2008) mengatakan "kepuasan pelanggan menempati posisi penting dalam bisnis karena manfaat yang ditimbulkan bagi perusahaan." Sementara itu, Engel dkk dalam Nurlinda (1990) "mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi *purnabeli* dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya, memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan". Sedangkan menurut Wilkie dalam Nurlinda (1990), "kepuasan sebagai tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk dan jasa".

Dari beberapa defenisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dapat dicapai dengan kualitas yang berfokus pada upaya pemenuhan dan keinginan pelanggan dari adanya ketetapan (konsistensi) penyampaian yang dapat mengimbangi harapan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono dalam Ofela (2010:259), "kualitas pelayanan merupakan salah satu upaya dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan". Selanjutnya "Jika kinerja berada dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika konsumen memenuhi harapan, konsumen puas, Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang, Kotler danKeller dalam Ahmad Samsul Huda (2009:139)".

Berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadapa kepuasan pelanggan dimana kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. Jika harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan tidak sesuai dengan manfaat produk maka hal itu dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan, dan sebaliknya jika harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan sesuai dengan manfaat yang diterima maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, jika manfaat yang dirasakan meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Apabila nilai yang dirasakan pelanggan semakin tinggi, maka akan menciptakan kepuasan pelanggan yang maksimal.

Berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dimana harga yang rendah dan manfaat yang didapat oleh pelanggan terpenuhi maka prlanggan akan puas.

Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman, dkk (1998:53) indikator yang kualitas pelayanan yaitu:

1. *Tangibles*/ Bukti langsung
   Tangibles merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen.
2. *Realiability*/Keandalan
   Relibility merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu.
3. *Responsiveness*/Ketanggapan
   Responsiveness merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap.
4. *Asurance*/Jaminan
   Asurance merupakan pengetahuan dan perilaku *employee* untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam menkonsumsi jasa yang ditawarkan.
5. *Emphaty*/Empati
   Emphaty merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara

individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen.

Indikator Harga

Menurut Charty (2002:70) indikator harga dapat diketahui sebagai berikut:

1. Tingkat harga
   Tingkat harga adalah angka yang menunjukkan nilai, harga, kecepatan perkembangan dan produksi berdasarkan satuan ukur tertentu.
2. Potongan harga
   Potongan harga adalah merupakan kebijakan perusahaan dalam rangka penyesuaian harga.
3. Waktu pembayaran
   Waktu pembayaran tenggang waktu yang diberikan hingga sampai pada saat waktu pembayaran.
4. Syarat pembayaran
   Syarat pembayaran adalah salah satu kriteria pembayaran yang harus di penuhi.

Indikator Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa indikator kepuasan pelanggan menurut Kotler (1995:187), antara lain:

1. Kemantapan sebuah produk
   Kemantapa sebuah produk merupakan strategi yang dimiliki oleh perusahaan sehingga dapat dibedakan dari pelayanan perusahaan lain.
2. Kebiasaan membeli produk
   Kebiasaan membeli produk merupakan suatu dorongan terhadap pelanggan yang melakukan pembelian karna produk tersebut sesuai dengan selera dan dapat memenuhi kebutuhan pelangganitu sendiri.
3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain
   Orang lain memberikan rekomendasi kepada konsumen dan menjelaskan prioritas dalam tindakan yang harus diambil untuk meningkatkan selera konsumen.
4. Melakukan pembelian ulang
   Pembelian ulang (*repeat purchase*), merupakan kegiatan pembelian yang dilakukan lebih dari satu kali atau beberapa kali.
5. Empati,
   Merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen.

B. Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuntitatif yang bersifat sebab akibat (kausal) artinya variabel terhadap objek yang diteliti. Peneliti menggunakan jenis penelitian kuatitatif karena dalam penelitian ini dapat mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih secara objektif terhadap fenomena yang terjadi pada objek tertentu. Menurut Sugiyono (2012:13) "metode penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel pada umunya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau

statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan".

Jenis dan Sumber Data

Jenis data pada penelitian ini adalah mengunakan data primer. Menurut Siagian dan Sugiarto (2000:16) "Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama, dari individu seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti". Sumber data diperoleh dari responden secara langsung melalui penyebaran angket (kuesioner).

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk mengetahui hubungan kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen dengan menentukan nilai yang berhubungan dengan nilai Y (sebagai variabel dependen) dan untuk menaksir nilai-nilai yang berhubungan dengan nilai X (sebagai variabel independen), yang dapat dimodelkan dalam model matematis sebagai berikut:

$$Y = f(X_1, X_2)$$

Atau persamaan regresi liniernya Firdaus, (2004:73) sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel kepuasan pelanggan

β_0 = Konstanta

β_1 = Koefisien persamaan regresi prediktor X_1

β_2 = Koefisien persamaan regresi prediktor X_2

X_1 = Variabelkualitas pelayanan

X_2 = Variabel harga

e = Faktor pengganggu

Untuk mengestimasi koefisien regresinya, persamaan di atas diregresi menggunakan metode *ordinary least square* (OLS), sehingga menghasilkan persamaan berikut Gujarati, (2006:95):

$$\hat{Y} = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 X_1 + \hat{\beta}_2 X_2$$

$$\hat{\beta}_1 = \frac{(\sum yx_1)(\sum x_2{}^2) - (\sum yx_2)(\sum x_1 x_2)}{(\sum x_1{}^2)(\sum x_2{}^2) - (\sum x_1 x_2)^2}$$

$$\hat{\beta}_2 = \frac{(\sum yx_2)(\sum x_2{}^2) - (\sum yx_1)(\sum x_1 x_2)}{(\sum x_1{}^2)(\sum x_2{}^2) - (\sum x_1 x_2)^2}$$

Keterangan:

$\bar{Y}$ =VariabelTerikatyangdiprediksi

$\hat{\beta}_1$= Koefisien persamaan regresi prediktor X_1

$\hat{\beta}_2$= Koefisien persamaan regresi prediktor X_2

e = Faktor pengganggu

y = Selisih nilai Y dengan $\bar{Y}$

x_1 = Selisih nilai X_1 dengan nilai $\bar{X}_1$

x_2 = Selisih nilai X_2 dengan $\bar{X}_2$

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan alat bantu pengolah data yakni aplikasi *SPSS.*

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y), karena nilai t_{hitung} (5.072) > t_{tabel} (1.694) dan tingkat signifikansi 0,000 <0,05, artinya variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) UD. Fany kota Gunung Sitoli. Selanjutnya, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan

bahwa variabel harga (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y), karena nilai t_{hitung} (3.573) > t_{tabel} (1.667) dan tingkat signifikansi 0,001 <0,05, artinya variabel harga (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pengguna UD. Fany kota Gunung Sitoli.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) dan variabel harga (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y), karena nilai F_{hitung} (60.506) > F_{tabel} (3.328) dan tingkat signifikan sebesar 0,000 < 0,05, artinya bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) dan variabel harga (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) UD. Fany kota Gunung Sitoli.

Hasil pengolahan data diperoleh koefesien determinasi (R^2) sebesar 0,807 sehingga dapat ditunjukkan bahwa 80,7% keragaman variabel terikat (kepuasan pelanggan) dapat dijelaskan oleh variabel bebas (kualitas pelayanan dan harga) sedangkan sisanya 19.3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

Analisis dan Pembahasan

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan metode *ordinary last square* (OLS) yang berfungsi untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan UD. Fany kota Gunung Sitoli. dengan persamaan regresi yang diperoleh :

$$\hat{Y} = 1{,}713 + 0{,}594\ X_1 + 0{,}390\ X_2$$

Keterangan :

$\hat{Y}$ = Variabel terikat yang diprediksikan

a = 1,713

b_1 = 0,594

b_2 = 0,390

X_1, X_2 = Variabel bebas

Berdasarkan pada hasil pengolahan data dengan nilai 1,713 merupakan nilai konstanta (kepuasan konsumen) jika nilai kualitas pelayanan dan kualitas produk sama dengan nol. Nilai 0,594 merupakan nilai koefisien dari variabel kualitas pelayanan (b_1) sebesar 0, 0,594 artinya setiap terjadi peningkatan sebesar 1 pada kualitas pelayanan, maka kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,594 di UD. Fany kota Gunung Sitoli. Selanjutnya, koefisien regresi untuk b_2 sebesar 0,390 artinya setiap terjadi peningkatan sebesar 1 pada harga, maka kepuasan pelanggan UD. Fany kota Gunung Sitoli akan mengalami kenaikan sebesar 0,390.

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan di UD. Fany kota Gunung Sitoli juga hasil penelitian sebelumnya yang di teliti oleh Fawzee (2005) searah (relevan) dengan penelitian saat ini, dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Bioskop 21 Sun Plaza Medan. Hasil penelitian menujukkan

bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar 4,829 > 3,340 dan nilai koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0.518. Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Bioskop 21 Sun Plaza Medan.

Berdasarkan penelitian terdahulu dan penelitian yang dilakukan peneliti di atas, maka disimpulkan bahwa hasil penelitian yang dilakukan peneliti saat ini dibandingkan dengan penelitian terdahulu adalah searah (relevan) sampai saat ini. hal tersebut dikarenakan pada penelitian saat ini tercatat bahwa keseluruhan analisis memiliki pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.

D. Penutup

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan dan harga mempengaruhi kepuasan pelanggan UD. Fany kota Gunung Sitoli. Hal ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y), karena nilai thitung (5.072) > ttabel (1.694) dan tingkat signifikansi 0,000<0,05, artinya variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) UD. Fany kota Gunung Sitoli
2. Analisis Regresi untuk X2 terhadap Y
   Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y), karena nilai thitung (3.573) > ttabel (1.667) dan tingkat signifikansi 0,001 <0,05, artinya variabel harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pengguna UD. Fany kota Gunung Sitoli.
3. Analisis Regresi untuk X1 dan X2 terhadap Y
   Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan variabel harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y), karena nilai Fhitung (60.506) > Ftabel (3.328) dan tingkat signifikan sebesar 0,000 < 0,05, artinya bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan variabel harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y)

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan, peneliti menyarankan beberapa hal berikut ini:

1. Diharapkan bagi UD. Fany, agar mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan serta mempertahankan indikator-indikator dari kualitas pelayanan dan harga untuk meningkatkan kepuasan pelanggan baik sekarang maupun di

waktu yang akan datang dan diharapkan dimasa mendatang lebih ditingkatkan lagi dalam upaya mencapai tujuan perusahaan.

2. Kepada peneliti selanjutnya, jika berminat melanjutkan penelitian inisebaiknya memperluas lebih banyak lagi mengenai faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan selain dari kualitas pelayanan dan harga dengan sampel yang lebih banyak.

E. Daftar Pustaka

Buyung. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Mini Market Alfamart Todopuli di Kota Makassar. *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis*. Universitas Hasanuddin.

Charty, Jerome. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Gujarati. 2006. *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Digital Repository Universitas Negeri Medan.

Handayani, Tri Hastuti. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia di Kota Solo. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Huda, Ahmad Samsul. 2014. Pengaruh Pelayanan, Promosi dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Toko Joko Elektronik di Pati. *Jurnal Akademik Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis*. Universitas Dian Nuswantoro.

Mustofa. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Obyek Wisata Taman Lele di Semarang. *Skripsi Jurusan Manajemen*. Universitas Dian Nuswantoro.

Ofela, Hana. 2016. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 5, No. 1.

Parasuraman. 1998. *Manajemen Pemasaran; Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Press.

Rosalia, Silvia Pramista. 2015. iPengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Boneeto di Kota Kediri. *Artikel Skripsi*. Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Suci, Wulan Sari. 2015. Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan di Ndalem Ngabean Resto. Universitas Negeri Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

Yoestini. 2012. Pegaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Spesial Sambal Cabang Lampersari Semarang. *Jurnal Business Review*. Vol. 1, No. 1.