

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PADA APOTEK PANJEREJO**

**Ahmad Fauzan Luthfi<sup>1</sup>, Moh Gufron<sup>2</sup>**

Universitas Bhinneka PGRI

Email : [fauzana371@gmail.com](mailto:fauzana371@gmail.com)<sup>1</sup>, [gufron.ringinpitu@gmail.com](mailto:gufron.ringinpitu@gmail.com)<sup>2</sup>

**ABSTRAK**

Dalam usaha Apotek, kepuasan pelanggan memiliki peran yang sangat penting dalam mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan reputasi sebuah apotek. Harga yang terlalu tinggi dapat mendorong pelanggan mencari opsi lain, seperti apotek lain atau obat generik yang lebih terjangkau. Oleh karena itu, penetapan harga yang bersaing dan sesuai dengan nilai obat-obatan menjadi sangat penting bagi apotek untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualan. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap apotek dan membuat mereka merasa dihargai sebagai konsumen. Sebaliknya, pelayanan yang kurang memuaskan dapat menurunkan kepuasan pelanggan dan mengakibatkan mereka mencari alternatif lain. Penelitian ini berjenis penelitian kuantitatif. Jumlah populasi yang digunakan adalah seluruh pelanggan Apotek Panjerejo. Sampel yang digunakan sebanyak 95 orang yang didapatkan dari perhitungan menggunakan rumus Slovin. Teknik pengambilan data dengan menyebarkan kuesioner atau angket kepada responden. Hasil uji data secara parsial menunjukkan bahwa Harga (X1) memiliki nilai  $t_{hitung} (4,462) > t_{tabel} (1,986)$  dan nilai signifikansi yang diperoleh  $0,000 < 0,05$ . Kualitas Pelayanan (X2) diperoleh nilai  $t_{hitung} (4,408) > t_{tabel} (1,986)$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sedangkan secara simultan menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan hasil  $F_{hitung} (98,095) > F_{tabel} (3,094)$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Nilai Ajusted R<sup>2</sup> sebesar bahwa sebesar 0,674 yang artinya bahwa Kualitas Pelayanan dan Fasilitas mempengaruhi Kepuasan Pelanggan sebesar 62,6% dan sisanya 32,6% Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti : Lokasi, fasilitas, kualitas produk.

**Kata Kunci:** Harga; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Pelanggan

**Pendahuluan**

Dalam usaha Apotek, kepuasan pelanggan memiliki peran yang sangat penting dalam mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan reputasi sebuah apotek. Seiring dengan kemajuan teknologi dan persaingan yang semakin ketat, Apotek perlu memahami serta menanggapi kebutuhan dan harapan pelanggan dengan tepat. Dalam konteks ini, faktor-faktor seperti harga dan kualitas pelayanan memegang peranan kunci dalam membentuk pengalaman pelanggan di Apotek.

Usaha Apotek merupakan salah satu sektor yang memiliki peran strategis dalam menyediakan produk kesehatan dan layanan farmasi kepada masyarakat. Apotek menjadi tempat yang vital bagi pelanggan untuk mendapatkan obat-obatan, konsultasi kesehatan, dan informasi terkait kesehatan. Dalam suasana persaingan yang sengit, Apotek harus mampu beradaptasi dengan perkembangan terbaru serta terus meningkatkan kualitas layanan mereka untuk memenuhi harapan pelanggan.

Pengaruh harga dalam konteks Apotek, harga obat-obatan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan di apotek. Pelanggan seringkali mempertimbangkan harga obat-obatan sehubungan dengan manfaat yang mereka harapkan dari penggunaannya. Menurut (Tjiptono & Gregorius, n.d.) dalam (Suhardi et al., 2022) harga yang ditetapkan oleh suatu perusahaan tidak sesuai dengan manfaat produk maka hal tersebut bisa menurunkan tingkat kepuasan pelanggan, dan sebaliknya jika harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan sesuai dengan manfaat yang diterima maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Harga yang terlalu tinggi dapat mendorong pelanggan mencari opsi lain, seperti apotek lain atau obat generik yang lebih terjangkau. Oleh karena itu, penetapan harga yang bersaing dan sesuai dengan nilai obat-obatan menjadi sangat penting bagi apotek untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualan. Dalam menghadapi persaingan pemilik usaha pun harus mampu bertahan dalam persaingan yaitu dengan memberikan harga yang kompetitif dengan perusahaan yang memiliki usaha di bidang yang sama (Pratiwi & Maulana, 2021).

Selain harga, kualitas pelayanan juga memiliki peranan penting dalam membentuk pengalaman pelanggan di apotek. Menurut (Martono, 2019) kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan yang dapat mempengaruhi daya saing bisnis. Menurut (Juli, 2020) salah satu cara untuk menjual suatu produk perusahaan (jasa) yaitu dengan memberikan keunggulan kualitas dengan kualitas layanan yang lebih baik daripada pesaing dan memenuhi kebutuhan dari para pelanggannya. Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelanggan mengharapkan pelayanan yang ramah, informatif, dan profesional dari petugas apotek. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap apotek dan membuat mereka merasa dihargai sebagai konsumen. Sebaliknya, pelayanan yang kurang memuaskan dapat menurunkan kepuasan pelanggan dan mengakibatkan mereka mencari alternatif lain.

Harga dan kualitas pelayanan diduga bisa menjadi hal penting yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan Apotek. Pada dasarnya kepuasan pelanggan yaitu suatu keadaan dimana keinginan, kebutuhan dan asa pelanggan bisa terpenuhi barang atau pun jasa yang dikonsumsi. Bila asa konsumen melebihi dari apa yang di harapkannya, maka konsumen akan merasa puas (Suhardi et al., 2022). Kepuasan pelanggan akan tercapai apabila kualitas pelayanan yang bagus dengan harga yang terjangkau. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Mega & Bella, 2021) yang mengatakan Pengujian hipotesis F dengan taraf 5% yaitu  $F_{hitung} (48,976) > F_{tabel} (3,09)$ , artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

Usaha Apotek memiliki tantangan sendiri dalam menjaga kepuasan pelanggan. Perubahan regulasi pemerintah, meningkatnya biaya obat-obatan, dan perkembangan teknologi informasi adalah beberapa faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan Apotek. Oleh karena itu, apotek perlu memahami dan mengelola faktor-faktor ini secara bijaksana untuk

memastikan bahwa mereka dapat memberikan harga yang kompetitif dan terus memberikan layanan yang berkualitas untuk memenuhi harapan pelanggan.

## **Kajian Literatur**

### **Kepuasan Pelanggan (Y)**

Menurut (Suhardi et al. 2022) kepuasan pelanggan adalah rasa kekecewaan atau kegembiraan yang diperoleh dengan membandingkan kinerja produk atau hasil yang dirasakan tanggapan pelanggan terhadap kualitas produk dalam pemenuhan yang dibutuhkan. Sedangkan menurut (Solikha and Suprpta 2020) kepuasan pelanggan adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima. Menurut (Boimau and Bessie 2021) kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh pelanggan setelah menerima pelayanan dan membandingkan hasil kinerja yang dirasakan dengan harapannya.

Berdasarkan berbagai pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau perasaan kecewa yang dirasakan oleh pelanggan setelah menerima pelayanan dan membandingkan kinerja produk atau jasa yang diterima oleh pelanggan.

### **Harga (X1)**

Menurut (Rufliansah and Daryanto Seno 2020) harga merupakan satuan ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Sedangkan menurut (Ratnawati and Darmawati 2023) harga adalah berbagai manfaat yang dimiliki oleh suatu produk jasa yang dibandingkan dengan berbagai biaya (pengorbanan) yang ditimbulkan dalam mengonsumsi jasa tersebut. Menurut (Putri, Hermawan, and Izzudin 2022) harga adalah suatu pertimbangan untuk mengambil keputusan dalam membeli suatu barang dan juga merupakan persepsi mengenai produk tersebut. Harga memainkan peranan penting dalam bauran pemasaran, karena penentuan harga terkait langsung nantinya dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan. Bagi perusahaan, dalam menetapkan harga harus sesuai dengan perekonomian konsumen agar para konsumen bisa membeli barang tersebut.

Berdasarkan berbagai pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa harga adalah satuan ukuran untuk merasakan manfaat dalam pengambilan keputusan dalam membeli sesuatu barang agar memperoleh hak kepemilikan atau pemakaian suatu barang atau jasa.

### **Kualitas Pelayanan (X2)**

Menurut (Matantu, Tampi, and Joane. V 2020) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, dan manusia. Dimana di dalamnya terdapat proses dan lingkungan yang diharapkan memenuhi atau melebihi ekspektasi dari pengguna layanan. Sedangkan menurut (Setyawati 2023) kualitas pelayanan yaitu memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan ketepatan penyampaiannya untuk menyeimbangi harapan dari pelanggan atau konsumen. Menurut (Alma Sangi, Tamengkel, and Mukuan 2022) Kualitas pelayanan adalah tingkat layanan yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan pelanggan atau

pengguna. Hal ini berarti bahwa layanan tersebut berkualitas jika perusahaan atau lembaga tertentu mampu menyediakan produk dan jasa (layanan) sesuai dengan keinginan, kebutuhan, harapan pelanggan/pengguna. Kualitas pelayanan adalah landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen atau nasabah.

Berdasarkan berbagai pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah memberikan pelayanan berhubungan dengan jasa berkaitan dengan harapan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

## **Metode Penelitian**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif Deskriptif. Menurut sugiyono (2019) metode kuantitatif dinamakan metode tradisonal, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian, metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Penelitian ini bertujuan untuk menguji variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Menurut (Arikunto 2010) Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian. Dengan demikian peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif.

### **Populasi, Sampel, dan Sampling Penelitian**

Populasi adalah seluruh konsumen Apotek Panjerejo sebanyak 1957 pengunjung. Sampel adalah Sebagian konsumen Apotek Panjerejo sebanyak 95 pengunjung. penelitian ini menggunakan metode accidental sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel.

### **Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data menggunakan sumber primer dan sekunder. peneliti menggunakan data primer berupa kuesioner atau angket, sedangkan data sekunder menggunakan kajian-kajian dari buku, skripsi, dan artikel terkait.

## Pembahasan

### Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil Regresi Linier Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.182	3.566		2.014	.047
	Harga	.447	.094	.462	4.747	.000
	Kualitas Pelayanan	.419	.100	.408	4.192	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Uji Regresi SPSS-26

Dari tabel di atas Dapat dilihat bahwa hasil uji rgeresi linier berganda diperoleh persamaan :

$$Y = a + b1X1 + b2X2$$

$$Y = 7,182 + 0,447X1 + 0,418X2$$

Penjelasan :

- (a) merupakan nilai konstanta sebesar 7,182 menyatakan bahwa apabila variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0 (nol). Maka, nilai variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 7,182.
- (b1) artinya koefisien regresi X1 yaitu 0,447. Hal ini menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan dan yang lain yaitu konstanta tetap atau tidak berubah. Maka akan mempengaruhi variabel Y sebesar 0,447.
- (b2) artinya koefisien regresi X2 yaitu 0,418. Hal ini menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan dan yang lain yaitu konstanta tetap atau tidak berubah. Maka akan mempengaruhi variabel Y sebesar 0,418.

### Uji T

Hasil Uji t (Parsial)

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.182	3.566		2.014	.047
	Harga	.447	.094	.462	4.747	.000
	Kualitas Pelayanan	.419	.100	.408	4.192	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Uji Parsial SPSS-26

Berdasarkan hasil Uji t (Parsial) pada tabel di atas dapat diambil kesimpulan bahwa :

- Nilai  $t_{hitung}$  (4,462) >  $t_{tabel}$  (1,986) dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.
- Nilai  $t_{hitung}$  (4,408) >  $t_{tabel}$  (1,986) dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

## Uji F

### Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7316.834	2	3658.417	98.095	.000 <sup>b</sup>
	Residual	3431.102	92	37.295		
	Total	10747.937	94			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Sumber : Uji F (Simultan) SPSS-26

Berdasarkan tabel di atas Dapat dilihat bahwa nilai  $F_{hitung}(98,095) > F_{tabel}(3,094)$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

## Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

### Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.825 <sup>a</sup>	.681	.674	6.107

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Berdasarkan tabel di atas Nilai R sebesar 0,825. Hasil tersebut menampilkan R<sup>2</sup> adalah Adjusted R square sebesar 0,674 atau 67,4%. Kesimpulan keseluruhannya 67,4% Kepuasan Pelanggan (Y) dipengaruhi oleh Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2). Sedangkan sisanya 32,6% Kepuasan Pelanggan (Y) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Jadi, kontribusi Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 67,4%.

### Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan hasil analisis data menggunakan SPSS-26, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek Panjerejo. Pada variabel Harga (X1) diperoleh nilai  $t_{hitung} (4,462) > t_{tabel} (1,986)$ . Jadi, dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek Panjerejo. Pada variabel Kualitas Pelayanan (X2) diperoleh nilai  $t_{hitung} (4,408) > t_{tabel} (1,986)$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Jadi, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek Panjerejo. Dari persamaan Linier Berganda diperoleh  $Y = 7,182 + 0,447X_1 + 0,418X_2$  yang berarti Koefisien Regresi X1 sebesar 0,447. Sedangkan Koefisien Regresi X2 sebesar 0,418. Maka nilai Y sebesar 7,182. Diperoleh nilai  $F_{hitung} (98,095) > F_{tabel} (3,094)$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek Panjerejo.
4. Hasil Uji Koefisien Determinasi diperoleh bahwa sebesar 67,4% Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh variabel Harga dan Kualitas Pelayanan. Sedangkan sisanya sebanyak 32,6% Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

### Daftar Pustaka

- Haudi, H., Wijoyo, H., & Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Harga Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kitchen Outlet Berbasis Online di Wilayah Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis*, 11(2a), 9–16. <https://doi.org/10.47927/jikb.v11i2a.16>
- Irfan, A. M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Yang Diberikan Kenari Waterpark Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 82. <https://doi.org/10.32507/ajei.v9i2.451>
- Juli, I. (2020). *Manajemen Pemasaran*.
- Martono, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pengguna Kolam Renang Universitas Negeri Yogyakarta Kampus Wates. *Medikora*, 18(1), 27–32. <https://doi.org/10.21831/medikora.v18i1.29193>
- Mega, S. A., & Bella, F. N. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Apotek Alifa Bandar Lampung*. 26. <http://dx.doi.org/10.31219/osf.io/8aq4n>

- Pratiwi, M., & Maulana, A. (2021). Pengaruh harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada marcella Moslem Gallery Karawang. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(1), 1696–1706.
- Suhardi, Y., Zulkarnaini, Z., Burda, A., Darmawan, A., & Klarisah, A. N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 31–41. <https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.718>
- Tjiptono, F., & Gregorius, C. (n.d.). *SEervice, Quality dan Satisfaction*.
- Alma Sangi, Intan Monica, Lucky Franky Tamengkel, and Danny D.S Mukuan. 2022. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana.” *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 3(1): 98–105.
- Anam, Khoirul. 2021. “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA RENTAL MOBIL MITRA TRANSPORT) Suwitho Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 10(9): 1–15.
- Boimau, Hezron, and Juita L D Bessie. 2021. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online Grabbike.” *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)* 14(2): 169–87.
- Dimas, Dwi Kurniawan, and Euis Soliha. 2022. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada My Kopi O Semarang.” *YUME: Journal Manager* 5(1): 348–58.
- Fadhillah, Fitri, and Intisari Haryanti. 2021. “Analisis Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III Cabang Bima.” *At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah* 3(2): 125–39.
- Kumrotin, Evi Laili, and Ari Susanti. 2021. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo.” *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)* 6(1): 1.
- Maknunah, Lu’Lu UI, and Endang Astuningtyas. 2021. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Blitar the Influence of Service Quality on Consumer Satisfaction Course and Training Institution ( Lkp ) Citra Jelita Wonorejo Village , Srengat District Blitar District.” *JURNAL ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK* 14(02): 339–61.
- Matantu, Ret Ningsih, Dolina L. Tampi, and Mangindaan Joane. V. 2020. “Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Gran Puri Manado.” *Productivity* 1(4): 355–60.
- Putri, Ariyanti Widyaningsih, Haris Hermawan, and Ahmad Izzudin. 2022. “Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Acman: Accounting and Management Journal* 2(1): 66–74.
- Ratnawati, D, and A Darmawati. 2023. “Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen PT Produk Rekreasi (Kids Fun).” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7: 27351–64. <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/11066%0Ahttps://www.jptam.org/index.php/jptam/article/download/11066/8768>.



- Rufliansah, Fahmi Firdaus, and Agus Hermani Daryanto Seno. 2020. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Rainbow Creative Semarang)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 9(4): 389–401.
- Setyawati, Ria. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen." *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen* 19(1): 57–63. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/INOVASI/article/view/12660/2345>.
- Solikha, Siti, and Imam Suprpta. 2020. "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada PT. GO-JEK)." *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen* 10(1): 67–81.
- Suhardi, Yusuf et al. 2022. "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal STEI Ekonomi* 31(02): 31–41.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*.