

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Tirta Lancar

Agil Sakti Alwaali¹, Aris Hidayat²

Universitas Bina Sarana Informatika¹², Jakarta, Indonesia

sakti.agil2003@gmail.com¹, aris.aay@bsi.ac.id²

Informasi Artikel	Abstract
E-ISSN : 3026-6874 Vol: 3 No: 9 September 2025 Halaman : 27-35	<i>This study aims to determine the influence of service quality and price on customer satisfaction on CV. Tirta Lancar, a septic tank suction service company operating in the DKI Jakarta area. This study uses a quantitative approach with a survey method through the distribution of questionnaires to 72 active customer respondents. The sampling technique used the simple random sampling method and data analysis was carried out using multiple linear regression with the help of SPSS version 26. The results of this study show that the service quality variable has a significant negative effect on customer satisfaction, while price has a significant positive effect on customer satisfaction. Simultaneously, the quality of service and price are able to explain customer satisfaction. These findings show the importance of companies to continue to improve the perception of prices that are comparable to the quality of service and evaluate the dimensions of service that are still lacking.</i>
Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction	

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Tirta Lancar, sebuah perusahaan jasa penyedotan *septic tank* yang beroperasi di wilayah DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 72 responden pelanggan aktif. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *simple random sampling* dan analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan, kualitas pelayanan dan harga mampu menjelaskan kepuasan pelanggan. Temuan ini menunjukkan pentingnya perusahaan untuk terus meningkatkan persepsi harga yang sebanding dengan kualitas pelayanan serta melakukan evaluasi terhadap dimensi – dimensi pelayanan yang dirasa masih kurang.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Di zaman globalisasi sekarang ini, sektor perbisnisan mengalami perkembangan yang sangat pesat serta kompetitif. Pengusaha tidak hanya dituntut untuk menyediakan produk jasa, tetapi juga harus mampu memberi layanan yang memuaskan dan menentukan harga yang kompetitif supaya bisa bertahan dalam persaingan. Salah satu tantangan terbesar bagi perusahaan adalah bagaimana mempertahankan kepuasan pelanggan yang semakin kritis dan selektif dalam memilih layanan. Hal ini juga dirasakan dalam industri jasa penyedotan *septic tank* atau sedot WC, di mana pelanggan tidak hanya mempertimbangkan kecepatan dan ketepatan pelayanan, tetapi juga memperhatikan harga yang dikenakan sebagai salah satu pelaku usaha sedot WC di wilayah DKI Jakarta menghadapi tantangan serupa.

Sebuah perusahaan yang beroperasi dibidang jasa penyedotan *septic tank* atau Sedot WC adalah CV. Tirta Lancar. Suatu perusahaan yang beroperasi disektor jasa penyedotan *septic tank* adalah CV. Tirta Lancar. Perusahaan ini didirikan pada 26 Maret 2018 dan berlokasi di Gedung IBEC, Jakarta Pusat. Layanan yang diberikan mencakup wilayah DKI Jakarta dengan harga bervariasi mulai dari Rp.350.000 tergantung pada jarak lokasi dan kondisi akses kendaraan. Dalam operasionalnya, perusahaan

menghadapi tantangan seperti keterbatasan jangkauan layanan dan sumber daya manusia. Meskipun demikian, CV. Tirta Lancar terus berupaya menambah mutu layanan serta mencantumkan harga kompetitif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. CV. Tirta Lancar memberikan layanan profesional dan efisien yang dapat diandalkan oleh semua pelaku bisnis dan perorangan di Indonesia. Didukung dengan sistem transportasi dan layanan yang kuat serta handal dalam melayani Penyedotan *Septictank*.

Berdasarkan pengamatan awal dan informasi dari pihak pengelola CV. Tirta Lancar, dalam beberapa bulan terakhir terdapat tanda-tanda penurunan dalam pemesanan ulang dari pelanggan. Selain itu, muncul beberapa keluhan yang sering kali diungkapkan, seperti keterlambatan dalam kedatangan petugas, kurangnya komunikasi yang cepat tanggap, serta adanya ketidaksesuaian informasi mengenai biaya tambahan. Situasi ini menunjukkan bahwa meskipun perusahaan telah menerapkan harga yang cukup kompetitif, tingkat kepuasan pelanggan belum mencapai optimal, terutama dalam hal pelayanan. Di sisi lain, banyak penelitian sebelumnya lebih menekankan pada dampak harga serta kualitas pelayanan pada kepuasan konsumen di bidang ritel, makanan, dan layanan digital, sedangkan kajian yang sama dalam sektor jasa lingkungan seperti penyedotan *septictank* masih sangat sedikit. Padahal, sektor ini memiliki karakteristik yang unik, seperti kebutuhan mendesak akan layanan, keterlibatan emosional pelanggan, dan cara pandang terhadap nilai guna layanan yang bersifat fungsional. Sehingga, studi ini menjadi penting untuk memberi landasan teori yang lebih kuat dan berkontribusi pada peningkatan kualitas layanan di perusahaan jasa domestik.

Tujuan dari penelitian ini untuk (1) Mengetahui Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan di CV Tirta Lancar (2) Mengetahui Harga berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan di CV. Tirta Lancar (3) Mengetahui Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh dengan simultan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Tirta Lancar.

METODE

Studi ini bermetode kuantitatif dengan menerapkan teknik survei. “Studi ini tergolong jenis yang mana dalam analisisnya memakai ukuran frekuensi, simbol atau berikutan yang berupa bilangan atau angka dari hasil pengukuran supaya lebih bermakna dari pada menggunakan kata-kata” (Darmawan et al., n.d, 2024). Metode kuantitatif dianggap sebagai teknik studi yang mengambil dalam jumlah besar berdasarkan filosofi *otentikasi*, memeriksa dalam bentuk suatu sampel atau populasi. Teknik pengambilan sampel secara umum dilaksanakan mengacak, lalu datanya akan di analisa secara statistik untuk memeriksa hipotesis yang ditentukan. “Studi survei akan menentukan sampel dari satu populasi serta menerapkan angket untuk dijadikan media pengumpul data” Rohmatunisha et al., (2020). Umumnya, dalam sebuah studi, datanya akan dikumpulkan dari beragam cara, misalnya wawancara terstruktur, tes atau membagikan angket. Dalam studi ini, data yang dipakai berjenis sekunder serta primer.

Data primer seperti “data yang didapati langsung tanpa adanya perantara” Dalam studi ini, datanya akan di dapat langsung dari setiap konsumen CV. Tirta Lancar. Lalu untuk data sekunder tidak di dapat langsung, bisa dari berkas atau sumber lainnya” (Afriansyah et al., 2021). Dalam studi ini, datanya didapati dari artikel, buku atau jurnal yang relevan dengan pembahasan studi ini. Studi ini menguraikan hubungan antara berbagai variabel yang terlibat. Dalam konteksnya, variabel *independen* dalam studi ini mencakup kualitas pelayanan dan kualitas harga, lalu untuk variabel *dependen* yaitu kepuasan pelanggan.

Dari asumsi Sugiyono, (2023:126) “Populasi dikatakan sebagai ranah generalisasi yang berisikan subjek/objek dengan suatu ciri khas untuk dipahami lalu dibuat simpulannya”. Dalam studi ini, populasinya berupa konsumen CV. Tirta Lancar selama periode April–Juni, yang berjumlah 88 pelanggan.

Dalam studi ini untuk menentukan sampelnya akan diterapkan *probability* sampling. Dari asumsi Sugiyono, (2023:129) teknik tersebut akan memberi kesempatan yang selaras untuk setiap bagian populasi dalam dijadikan sampel. Lalu untuk memilih sampelnya akan diterapkan *Sampel*

Random Sampling. Dari asumsi Sugiyono, (2023) tekniknya diasumsikan sederhana atau simpel sebab penentuannya dilaksanakan dengan mengacak tanpa membandingkan strata dalam populasi. Sampel serta populasi dalam studi ini yaitu pelanggan CV. Tirta Lancar, sebuah perusahaan jasa penyedotan *septictank* yang berlokasi di Jakarta Pusat dan beroperasi di wilayah DKI Jakarta. Perusahaan ini dipilih karena bergerak dibidang jasa dan memiliki keterkaitan langsung dengan variabel yang diteliti. Dalam studi ini, populasinya mencakup pelanggan aktif CV. Tirta Lancar selama periode April–Juni 2025, yang berjumlah 88 orang. Sampelnya akan ditentukan dari rumus *slovin* dari tingkatan kesalahan 5%, yang didapati total sampelnya sekitar 72,13 dan dibulatkan menjadi 72 responden.

Dalam studi ini, sebagian teknik yang diterapkan untuk mendapati datanya mencakup kuesioner (angket), dokumentasi serta observasi. Observasi berguna untuk mencermati kejadian di lapangan secara langsung. Angket akan dibagikan pada setiap partisipan yang relevan dengan topik persoalan yang dikaji. Lalu dari teknik dokumentasi berguna menguatkan serta menyelaraskan data yang diperlukan dalam studi ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Kualitas Data

Tabel 1.1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Kisaran	R Tabel	Signifikan	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,545 - 0,757	0,230	0,000	Valid
Harga (X2)	0,239 - 0,633	0,230	0,000	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,349 - 0,812	0,230	0,000	Valid

Sumber: Data diolah Peneliti, 2025

Tabel 1.2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Koefisien Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,821	0,60	Reliabel
Harga (X2)	0,694	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,883	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah Peneliti, 2025

Hasil Uji Asumsi Klasik

Tabel 1.3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		72
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,92548871
Most Extreme Differences	Absolute	,050
	Positive	,050
	Negative	-,037
Test Statistic		,050
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data diolah Peneliti, 2025

Dari tabel 1.3 tersebut dihasilkan sig di atas $\alpha = 0,05$ atau $0,200$. Ini mencirikan jika model regresinya mempunyai data yang menyebar normal.

Tabel 1.4 Hasil Uji Multikolinearitas

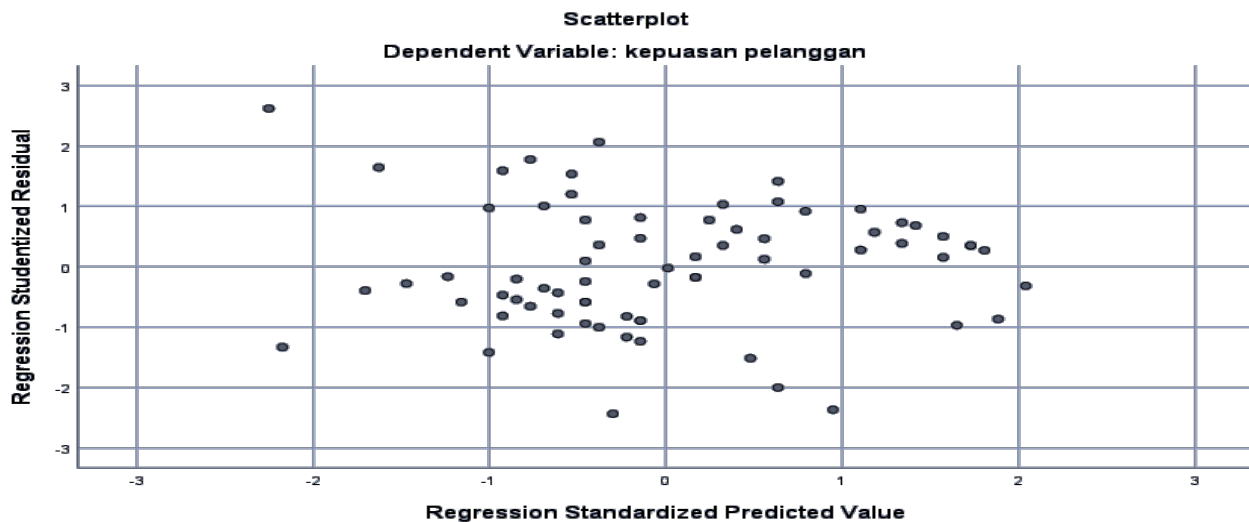
Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	24,990	5,535		4,515	,000		
	kualitas pelayanan	-,673	,138	-,500	-4,887	,000	,704	1,420
	harga	1,121	,138	,833	8,141	,000	,704	1,420

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber: Data diolah Peneliti, 2025

Dari tabel 1.4 diamati setiap variabel mendapati hasil tolerance melebihi $0,10$. Lalu untuk hasil VIF mendapati skor di bawah 10 . Atau bisa diasumsikan jika modelnya terbebas Multikolinearitas.

Gambar 1.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah Peneliti, 2025

Gambar 1.1 Uji Heteroskedastisitas menghasilkan jika titiknya tersebar mengacak di bawah serta atas garis 0 disumbu Y tanpa ada suatu pola. Sehingga bisa diasumsikan model regresi dalam studi ini terbebas heteroskedastisitas.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 1.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
---------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24,990	5,535		4,515	,000
	kualitas pelayanan	-,673	,138	-,500	-4,887	,000
	harga	1,121	,138	,833	8,141	,000

a. Dependent Variable: kepuasan pelayanan

Sumber: Data diolah Peneliti, 2025

Hasil tabel 1.5 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Tirta Lancar. Kualitas pelayanan berpengaruh negatif, artinya peningkatan kualitas pelayanan justru menurunkan kepuasan pelanggan. Sebaliknya, harga berpengaruh positif, artinya semakin baik persepsi harga maka kepuasan pelanggan meningkat. Secara keseluruhan, harga terbukti menjadi faktor yang lebih dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan dibandingkan kualitas pelayanan.

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 1.6 Hasil Uji Parsial (t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24,990	5,535		4,515	,000
	Kualitas Pelayanan	-,673	,138	-,500	-4,887	,000
	Harga	1,121	,138	,833	8,141	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 1.6 diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan koefisien regresi negatif ($B = -0,673$), sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu, variabel harga memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan koefisien regresi positif ($B = 1,121$), sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 1.7 Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	586,292	2	293,146	33,287	,000 ^b
	Residual	607,652	69	8,807		
	Total	1193,944	71			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Sumber: Data diolah Peneliti, 2025

Dari tabel 1.7 dihasilkan R square sejumlah 0,491. Atau diasumsikan setiap variabel bebasnya berkontribusi pada variabel terikat sejumlah 49,1 %, selisihnya 50,9% didampaki variabel diluar studi ini.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 1.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial

Variabel	Coefficients Beta X Coefficients Correlation	Hasil	(%)
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,-500 X - 0,47 X 100	0,235	23,5%
Harga (X_2)	0,833 X 0,561 X 100	0,4673	46,7%
Total			70,23% dibulatkan (70,2%)

Sumber: Data diolah Peneliti, 2025

Dari tabel 1.8 diasumsikan dengan parsial X_1 mendapati hasil 23,5% lalu untuk X_2 mendapati hasil 46,7%.

Tabel 1.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi Simultan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,701 ^a	,491	,476	2,96758
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan				

Sumber: Data diolah Peneliti, 2025

Dari tabel 1.9 dihasilkan R square sejumlah 0,491. Atau diasumsikan setiap variabel bebasnya berkontribusi pada variabel terikat sejumlah 49,1 %, selisihnya 50,9% didampaki variabel diluar studi ini.

Pembahasan

Hasil studi ini menampilkan jika ada kontribusi antar kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan, berikut penjelasannya:

- Dari uji t, dihasilkan X_1 mendapati t hitung sejumlah - 4,887 dengan sig 0,000. Nilainya melampaui t tabel sejumlah 1,995, serta sig di bawah 0,05, atau dimaknai H_1 diterima. Ini mencirikan jika kualitas pelayanan berkontribusi signifikan positif pada kepuasan pelanggan. Hasil ini mengindikasikan bahwa pelanggan CV. Tirta Lancar merasa puas ketika menerima layanan yang bersih, tepat waktu, ramah, dan didukung staf yang responsif serta mengerti kebutuhan mereka, makin optimalnya layanan yang diberi, makin tinggi kepuasan yang dirasakan konsumen.
- Dari pengujian t, untuk X_2 mendapati t hitung sejumlah 8,141 dengan sig 0,000 di bawah 0,5. T hitungnya melebihi t tabel 1,995, atau diasumsikan jika harga berkontribusi dengan signifikan positif pada kepuasan pelanggan. Temuan ini memperkuat pandangan jika pelanggan menganggap harga layanan CV. Tirta Lancar sebagai harga yang wajar, sebanding dengan manfaat yang diberikan, serta bersifat transparan. Ketika harga dianggap adil dan tidak memberatkan, pelanggan cenderung merasa puas dengan pelayanan yang mereka terima.
- Kepuasan Pelanggan dianggap sebagai reaksi konsumen atas ulasan persepsi serta perbandingan antar harapan sebelum membeli serta sesudah merasakan kinerja aktual produk. Dari uji f, didapati f hitung sejumlah 33,287 dengan sig 0,000 di bawah 0,05 serta f hitung melebihi f tabel yang sejumlah 3,13. Ini mengindikasikan jika setiap variabel bebasnya dengan simultan berkontribusi pada kepuasan pelanggan.

Keterbatasan Penelitian

Meskipun riset ini telah direncanakan dan dilaksanakan dengan baik, terdapat beberapa batasan yang perlu diperhatikan dalam memahami hasil dan kesimpulan yang di raih.

1. Dalam studi ini, total partisipannya hanya ada 72 pelanggan CV. Tirta Lancar, yang hanya mewakili dari populasi di area DKI Jakarta.
2. Penelitian ini hanya menginvestigasi 2 variabel independen, seperti kualitas pelayanan dan harga. Sementara itu, kepuasan pelanggan dalam layanan seperti juga bisa dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.
3. Batasan waktu dalam pengumpulan data yang berlangsung selama tiga bulan juga dapat memengaruhi perubahan persepsi pelanggan yang mungkin berubah seiring waktu. Oleh karena itu, hasil dari penelitian ini perlu dipahami dengan mempertimbangkan Batasan-batasan tersebut dan dijadikan dasar untuk penelitian selanjutnya yang lebih menyeluruh.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Dengan parsial, kualitas pelayanan (X1) berkontribusi signifikan negatif pada kepuasan pelanggan (Y) di CV. Tirta Lancar, karena menghasilkan t hitung $-4,887 > t$ tabel $1,995$ serta $sig < 0,000 < 0,05$.
2. Dengan parsial, variabel harga (X2) berkontribusi signifikan positif pada kepuasan pelanggan (Y) di CV. Tirta Lancar, karena menghasilkan t hitung $8,141 > t$ tabel $1,995$ serta $sig < 0,000 < 0,05$.
3. Dengan simultan, variabel kualitas pelayanan (X1) dan Harga (X2) dengan simultan berkontribusi signifikan positif pada kepuasan pelanggan di CV. Tirta Lancar, karena menghasilkan F hitung $33,287 > F$ tabel $3,13$ serta $sig < 0,000$ di bawah $0,05$ ($0,000 < 0,05$).

REFERENCES

- Afriansyah, B., Niarti, U., & Hermelinda, T. (2021). Analysis Of The Implementation Of The Preparation Of Financial Statements Based On Micro, Small And Medium Entity Accounting Standards (SAK EMKM). In *Science Journal* (Vol. 19, Issue 1).
- Arini, Y. T., Kusuma, K. A., & Hariasih, M. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Indomaret Fresh Raya Jati Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(1), 1160–1180. <https://doi.org/10.31955/mea.v9i1.5136>
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (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>
- Candra Susanto, P., Ulfah Arini, D., Yuntina, L., & Panatap Soehaditama, J. (2024). *Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka)*. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1>
- Damaiyanti, A., Komariah Hildayanti, S., Veronica, M., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. In *Jurnal Manajemen* (Vol. 11, Issue 2).
- Darmawan, D., Rizki, Y., Puji, R., Eko, H., Gumilar, B., Dian, L., Pramayanti, I., Arsawan, W. E., Wicaksono, G., Faridatun, T., & Tanwir, N. (n.d.). *Metode Penelitian Kuantitatif Penerbit CV. Eureka Media Askara*.
- Diana Faradisa, S., Sadiqin, A., & Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya, S. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Counter Farah Cell*. 2(1), 56.
- Dr. Meithiana Indrasari. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*.

- Dwi Septi Haryani. (2022). *Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Nilai Pelanggan*.
- Farhat, L., & Marnas, M. (2022). Analisis Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Properti (Studi Kasus pada Perumahan Citra Raya City Jambi). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 364. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.524>
- Fiqih Erinsyah, M., Wiro Sasmito, G., Surono Wibowo, D., Kurnia Bakti, V., Harapan Bersama Jl Dewi Sartika No, P., Kidul, P., Tegal Barat, K., Tegal, K., & Tengah, J. (2024). *Sistem Evaluasi Pada Aplikasi Akademik Menggunakan Metode Skala Likert Dan Algoritma Naive Bayes*. 13(1).
- Fitria, N., Munandar, D. S., & Arifudin, O. (2023). *Manajemen Pengelolaan Media Pembelajaran Pendidikan Islam*. <https://doi.org/https://doi.org/10.30868/ei.v12i03.4660>
- Halimah, M. A., & Yanti, R. D. (2020). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Kilat Khusus Mitra Korporat Kantor Pos Purwokerto. *Jurnal Ecoment Global*, 5(1), 70–79. <https://doi.org/10.35908/jeg.v5i1.916>
- Hedrio Prayoga, & Kartika Yuliantari. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Jasa Layanan Internet. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(1), 134–142. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i1.846>
- Isnaini, M., Win Afgani, M., Haqqi, A., & Azhari, I. (2025). Teknik Analisis Data Uji Normalitas. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(2).
- Luh, N., Indiani, P., Komang, N., Pusparini, N., & Wijaya, B. K. (2024). Jurnal Mirai Management Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Apotekku di Tabanan. *Jurnal Mirai Management*, 9(1), 128–137.
- Manajemen, J., Bisnis, dan, Saputra, R., Hakim, L., Fatchu Ukhriyawati, C., Studi Magister Manajemen, P., Studi Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., & Riau Kepulauan, U. (2022). *Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian*. 2(1), 24–37. <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/JMOB/index>
- Mardiatmoko, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linear Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu*. 3(2). www.investor.iddi
- Ngurah, G., Hermawan, W., Permatasari, R. I., & Almunir, S. (2025). *Dampak Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Anti Karat Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Anti Kara Mobilt*.
- Ramadhan, D. (2020). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tepi Barat Rumah Kopi Rungkut Surabaya Pontjo Bambang Mahargiono Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Ridonny Saputra, M., & Riyadi, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Pengiriman Barang Pada PT Surya Jaya Cargo Di Sandul. *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(2), 165–174.
- Rizky, R., Nugroho, D., Anomsari, A., Ayu, R., Rizkia, A., Sari, P., Farida, I., Program,), Manajemen, S., & Nuswantoro, U. D. (2025). *Customer Satisfaction Sebagai Variabel Moderasi Hubungan Customer Experience Dan Customer Value Terhadap Customer Loyalty Pada Produk Parfum Saff & Co Di Tiktok Shop*. <https://doi.org/https://doi.org/10.31959/jm.v14i1.2823>

- Rohmatunisha, S., Wahyudi, U., & Yudasmar, D. S. (2020). Survei minat siswa dalam mengikuti kegiatan ekstrakurikuler bolabasket pada peserta sekolah menengah pertama. *Sport Science and Health*, 2(2), 119–129.
- Sahnaz Sea Fishabil, Unggul Purwohed, & Tri Hesti Utamingtyas. (2021). Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Kualitas Pelayanan di Era New-Normal. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, 2(3), 679–694. <https://doi.org/10.21009/japa.0203.11>
- Saipuloh, Y. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Hotel The Westin Jakarta. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(9).
- Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor – Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Setiawan, B. P., & Frianto, A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Perusahaan Jasa Ekspedisi Krian). *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 3(3), 352–366. <https://doi.org/10.33752/bima.v3i3.5493>
- Simamora, B. (2022). Skala Likert, Bias Penggunaan dan Jalan Keluarnya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 84–93. <https://doi.org/10.46806/jman.v12i1.978>
- Sinollah, & Masruro. (2019). Pengukuran Kualitas Pelayanan (*Servqual ± Parasuraman*) Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Mayang Collection cabang Kapanjen).
- Siregar, M. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Ompu Gende Coffee Medan. *JURNAL DIVERSITA*, 7(1), 114–120. <https://doi.org/10.31289/diversita.v7i1.5190>
- Siti Romdona, Silvia Senja Junista, & Ahmad Gunawan. (2025). Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara Dan Kuesioner . *JISOSEPOL: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi Dan Politik*, 3(1), 39–47. <https://doi.org/10.61787/taceee75>
- Slamet Widodo. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Molivia Cafe (Studi Kasus pada Konsumen Molivia Cafe, Jalan H.M Joni, Teladan Timur, Kota Medan)*.
- Suarni Mei Fenti Gea1, P. H. H. L. A. B. N. U. N. (2023). 1208-1223.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. www.cvalfabeta.com