

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Miss Laundry di Kota Tegal

Manajemen Pemasaran

Dwi Handika Novandi^{1*)}, Deddy Prihadi²⁾

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pancasakti Tegal

*Email: Dikanovandi589@yahoo.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality, price and location on miss laundry customer satisfaction in the city of Tegal. The hypotheses in this study are: 1) Service Quality partially influences the Miss Laundry customer satisfaction in Tegal City, 2) The price partially influences the Miss Laundry customer satisfaction in Tegal City, 3) Location partially influences the Miss Laundry customer satisfaction in the City Tegal, 4) Service Quality, Price, and Location Simultaneously affect the satisfaction of Miss Laundry customers in Tegal City. The population in this study are consumers and users or visitors who have come and been involved in customer satisfaction miss laundry in the city of Tegal. The sample in this study amounted to 100 respondents with certain criteria using a Incidental sampling method. Data sources in this study are primary data obtained directly from filling out the questionnaire given to respondents. Data collection techniques using a questionnaire or questionnaire. Data analysis method using data analysis techniques used Multiple Linear Regression Analysis and Significant Test (Classic Assumption Test, t Test, F Test, and Coefficient of Determination Test). Based on the analysis that has been done, the results of the study can be concluded that (1) Service quality affects customer satisfaction with a probability value (Sig) $0,000 < 0.05$, (2) Price influences customer satisfaction with a probability value (Sig) $0,000 < 0,05$, (3) Location does not affect customer satisfaction with a probability value (Sig) $0,853 > 0.05$, (4) Service Quality, Price and Location jointly affect the customer satisfaction of Miss Laundry in Tegal City. This is evidenced in the F test sig value because the significance value of $0,000 < 0.05$.

Keywords: Service Quality, Price, Location, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan miss laundry di kota tegal. Hipotesis dalam penelitian ini adalah: 1) Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Miss Laundry di Kota Tegal, 2) Harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Miss Laundry di Kota Tegal, 3) Lokasi secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Miss Laundry di Kota Tegal, 4) Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Secara Simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Miss Laundry di Kota Tegal. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen dan pengguna atau pengunjung yang pernah datang dan terlibat dalam kepuasan pelanggan miss laundry di kota tegal. Sampel penelitian ini berjumlah 100 orang responden dengan kriteria tertentu dengan menggunakan metode *Incidental sampling*. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung dari pengisian kuesioner yang diberikan kepada responden. Teknik pengumpulan data menggunakan metode angket atau kuesioner. Metode analisis data menggunakan Teknik

analisis data yang digunakan Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji signifikan (Uji Asumsi klasik, Uji t, Uji F, dan Uji Koefisien Determinasi). Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa (1) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan dengan nilai probabilitas (Sig) $0,000 < 0,05$, (2) Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai probabilitas (Sig) $0,000 < 0,05$, (3) Lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai probabilitas (Sig) $0,853 > 0,05$, (4) Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Miss Laundry di Kota Tegal. Hal ini dibuktikan dalam uji F nilai sig karena nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Di zaman ini, perkembangan bisnis yang sangat melejit telah berdampak pada semakin banyaknya usaha baru yang di rilis masyarakat baik yang berskala kecil maupun yang berskala besar. Fenomena tersebut, diikuti dengan tingginya perkembangan penyediaan jasa laundry kiloan. Keberadaan jasa laundry tersebut, mampu menunjang kebutuhan para pelanggan untuk mencuci pakaiannya. Usaha laundry semakin tumbuh dan melejit di berbagai tempat mulai dari tempat terpencil sampai tempat keramaian. cuci laundry ini sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat saat sekarang ini yang ingin serba praktis, karena tuntutan kesibukan dari berbagai kalangan contohnya seperti para ibu rumah tangga, mahasiswa, karyawan negeri maupun karyawan swasta. Biasanya mereka menyerahkan pada jasa laundry dan mereka rela mengeluarkan uang untuk menggunakan jasa laundry asal semua pekerjaan mencuci pakaian dan menyetrica terselesaikan dengan baik.

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran adalah suatu proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain. (Kotler & Keller, 2009:5).

Tjiptono (2005) dalam Danang Suyonto (2012:227) kualitas pelayanan yaitu kualitas atau mutu dalam industri jasa pelayanan: “suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku ditempat produk tersebut diadakan dan penyampaianya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen”. Dengan adanya pelayanan yang baik tentunya akan meningkatkan kepuasan yang diterima dari produk/jasa yang telah terjual.

Kotler & Keller, (2009:67) Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan; elemen lain menghasilkan biaya. Mungkin harga adalah elemen

Konsentrasi: Jurnal Manajemen dan Bisnis, Volume 1, No. 1, Desember 2020, p. 26-37

termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu. Salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih komunitas. Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis, stabilitas, dan persaingan.

Kotler & Keller, (2009:138) dalam Jurnal (Bailia 2014) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Hipotesis :

- H1 :** Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Miss Laundry di Kota Tegal
- H2 :** Harga secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan Miss Laundry di Kota Tegal
- H3 :** Lokasi secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Miss Laundry di Kota Tegal
- H4 :** Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Miss Laundry di Kota Tegal

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode studi kasus dengan analisis deskriptif kuantitatif. populasi penelitian yaitu menggunakan pelanggan yang berjumlah 100 responden di Miss Laundry di Kota Tegal, metode sampling yang digunakan yaitu metode *incidental sampling* yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan atau insidental yang bertemu dengan peneliti, bila di pandang orang yang (kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data). Mengapa metode ini digunakan karena dapat mempermudah peneliti untuk mendapatkan responden. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif yaitu data berupa Penelitian Lapangan (*field research*) dengan mengamati secara langsung terhadap suatu objek yang akan diamati atau diteliti yang diperoleh berupa data dan informasi dari tempat penelitian melalui : Angket atau kuesioner yang dibagikan kepada responden.

Metode Successive Interval (MSI)

Konsentrasi: Jurnal Manajemen dan Bisnis, Volume 1, No. 1, Desember 2020, p. 26-37

Disini peneliti menggunakan data interval dengan cara merubah menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI) adalah merubah data ordinal menjadi data interval. Menurut Sambas Ali Muhidin (2011:28)

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas berarti instrument dapat di gunakan untuk alat yang digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuisioner.
2. Uji Realibilitas alat untuk menguji kekonsistenan jawaban responden pertanyaan di kuisioner.

$$r_i = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_i = Reliabilitas instrument

k =Banyaknya butir pernyataan atau kuesioner

$\sum \sigma_t^2$ = Jumlah varians butir

σ_t^2 = Varians total

Teknik Analisis Data

Dalam Penelitian ini menggunakan Metode Teknik analisis data yang digunakan Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji signifikan (Uji Asumsi klasik, Uji t, Uji F, dan Uji Koefisien Determinasi)

HASIL PENELITIAN

Rekapitulasi Hasil Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas

No	r hitung				r tabel	Keterangan
	Y	X1	X2	X3		
1	0,685	0,455	0,579	0,608	0,361	Valid
2	0,789	0,600	0,734	0,699	0,361	Valid
3	0,661	0,837	0,665	0,650	0,361	Valid
4	0,682	0,805	0,640	0,584	0,361	Valid
5	0,546	0,768	0,716	0,610	0,361	Valid
6	0,648	0,824	0,649	0,760	0,361	Valid
7	0,466	0,836	0,668	0,480	0,361	Valid

Sumber Penelitian : Hasil Pengolahan SPSS 22

Ket: Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) Lokasi (X3) dan Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil Penelitian : Seluruh r hitung $>$ r tabel dengan taraf signifikan 5% atau 0,05 dan ($N=30$) maka didapat r_{tabel} sebesar 0,361. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh hasil instrumen adalah Valid.

Tabel 2. Uji Realibilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,756	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan (X1)	0,855	Reliabel
3	Harga (X2)	0,786	Reliabel
4	Lokasi (X3)	0,74	Reliabel

Sumber Penelitian : Hasil Pengolahan SPSS 22

Untuk uji Reliabilitas menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*, dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (Reliabel) konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018: 45) Hasil Penelitian: Masing masing variabel memiliki nilai *Alpha*, diatas 0,70 yang berarti dapat dikatakan layak dipakai sebagai alat ukur penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolonieritas

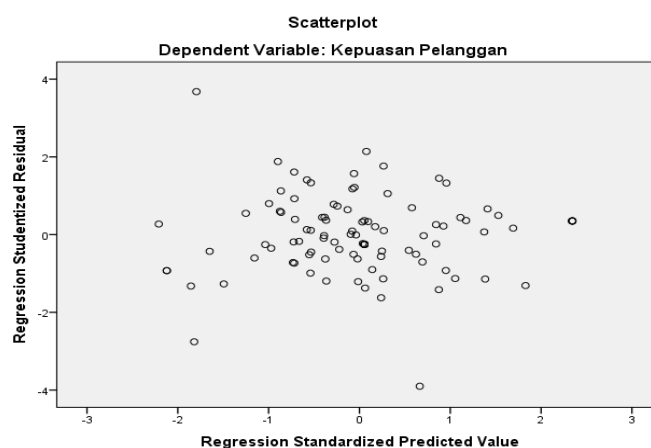
Tabel 3. Hasil Uji Multikolonieritas Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	,349	2,863
	X2	,354	2,825
	X3	,570	1,754

Dependent Variable: Y

Dalam tabel 3 diatas tampak bahwa hasil uji Multikolonieritas untuk variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi menghasilkan nilai tolerance 0,349; 0,354; 0,570 dan 2,863; 2,825; 1,754 Hasil uji multikolonieritas sebagai mana tampak pada tabel menghasilkan nilai tolerance lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Sehingga dapat di simpulkan bahwa tidak mengalami masalah multikolonieritas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Dari hasil uji Heteroskedastisitas yang tampak dalam gambar di atas dapat dijelaskan bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokolerasi

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi Model Summary^b

Model	Durbin-Watson
1	1,988

- a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1
 b. Dependent Variable: Y

Hasil uji Autokorelasi yang tampak dalam tabel di atas didapatkan nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,988 Hasil uji Autokorelasi sebagaimana pada tabel di dapatkan nilai DW hitung sebesar 1,988. Karena nilai DW berada diantara $-1 > 1,988 < 2$, maka dapat di simpulkan tidak terjadi Autokorelasi.

Uji Normalitas

Tabel 5. Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	100
Normal Parameters ^{a,b} Mean	,0000000
Std. Deviation	2,30927578
Most Extreme Absolute	,077
Differences Positive	,077
Negative	-,058
Test Statistic	,077
Asymp. Sig. (2-tailed)	,146 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Dari table 5 yaitu uji Normalitas di atas diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,146 lebih besar di bandingkan nilai yang di tentukan sebesar 5%. Hasil uji Normalitas dengan Kolmogorovsmirnov test yang terdapat pada tabel di peroleh nilai test statistik sebesar 0,077 dan Asymp. Sig. Sebesar 0,146 > 0,05. Maka dapat di simpulkan bahwa data distribusi normal.

ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	6,921	1,922
X1	,459	,090
X2	,408	,096
X3	-,015	,079

a. Dependent Variable: Y

Dari hasil Analisis regresi linear berganda yang tampak pada tabel 6 diatas dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 6,921 + 0,459_{X1} + 0,408_{X2} - 0,015_{X3}$$

Konsentrasi: Jurnal Manajemen dan Bisnis, Volume 1, No. 1, Desember 2020, p. 26-37

Adapun persalahan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 6,921, artinya jika Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), Lokasi (X3) nilainya adalah 0, maka konsumen yang mengambil kepuasan pelanggan (Y) nilainya 6,921.
- 2) Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,459 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1% maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,459. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh antar kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Miss Laundry di Kota Tegal.
- 3) Koefisien regresi variabel Harga (X2) sebesar 0,408 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan harga mengalami kenaikan 1% maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,408. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh antar harga terhadap kepuasan pelanggan Miss Laundry di Kota Tegal.
- 4) Koefisien regresi variabel Lokasi (X3) sebesar -0,015 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan lokasi mengalami kenaikan 1% maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami penurunan sebesar -0,015. Koefisien bernilai negatif artinya tidak terjadi pengaruh antar lokasi terhadap kepuasan pelanggan Miss Laundry di Kota Tegal.

Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Berdasarkan hasil perhitungan uji signifikan parsial yang di tunjukan pada tabel menyatakan bahwa untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan Lokasi (X3) menghasilkan nilai t masing-masing 5,109; 4,244, dan (-0,186) dengan signifikan masing-masing 0,000; 0,000; 0,853

Uji Signifikan Simultann (Uji F)

Dari data penghitungan uji signifikan secara simultan yang tampak pada tabel di atas, nilai F hitung sebesar 72,658 dengan nilai signifikan 0,000. Sehingga untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan Lokasi (X3) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Miss Laundry di Kota Tegal.

Koefisien Determinasi

Konsentrasi: Jurnal Manajemen dan Bisnis, Volume 1, No. 1, Desember 2020, p. 26-37

Dapat diketahui nilai R square adalah 0,694 atau sama dengan 69%. Hal ini berarti sebesar 69% Kepuasan Pelanggan Miss Laundry di kota Tegal di pengaruhi variabel independen (Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi). Sedangkan 31% di pengaruhi oleh variabel-variabel lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil dari uji validitas variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari 7 butir pertanyaan menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan dalam kuesioner terkait dengan variabel kepuasan pelanggan dikatakan valid dengan nilai r_{hitung} masing-masing 0,455 ; 0,600 ; 0,837 ; 0,805 ; 0,768 ; 0,824 ; 0,836 dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,361 bisa dikatakan valid karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil dari uji validitas variabel harga yang terdiri dari 7 butir pertanyaan menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan dalam kuesioner terkait dengan variabel kepuasan pelanggan dikatakan valid dengan nilai r_{hitung} masing-masing 0,579 ; 0,734 ; 0,665 ; 0,640 ; 0,716 ; 0,649 ; 0,668 dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,361 bisa dikatakan valid karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil dari uji validitas variabel lokasi yang terdiri dari 7 butir pertanyaan menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan dalam kuesioner terkait dengan variabel kepuasan pelanggan dikatakan valid dengan nilai r_{hitung} masing-masing 0,608 ; 0,699 ; 0,650 ; 0,584 ; 0,610 ; 0,760 ; 0,480 dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,361 bisa dikatakan valid karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$,

Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Miss Laundry di Kota Tegal. Hal ini dibuktikan dalam uji F nilai sig karena nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- a) Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Miss Laundry di Kota Tegal. Hal ini dibuktikan dalam uji t nilai sig yang kurang dari α (0.05) yaitu 0,000.

Konsentrasi: Jurnal Manajemen dan Bisnis, Volume 1, No. 1, Desember 2020, p. 26-37

- b) Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Miss Laundry di Kota Tegal. Hal ini dibuktikan dalam uji t nilai sig yang kurang dari α (0.05) yaitu 0,000.
- c) Lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Miss Laundry di Kota Tegal. Hal ini dibuktikan dalam uji t nilai sig lebih dari α (0.05) yaitu 0,853.
- d) Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Miss Laundry di Kota Tegal. Hal ini dibuktikan dalam uji F nilai sig karena nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan begitu sebaiknya perusahaan lebih bisa meningkatkan kualitas pelayanan yang positif lagi dengan cara meningkatkan kualitas terhadap produknya.
2. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan begitu sebaiknya perusahaan dapat lebih dikembangkan lokasi perusahaan agar lebih mempermudah calon pelanggan datang ke Miss Laundry.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianti Rini& Zulkifli (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Citra Laundry Kota Pariaman*. Jurnal MENARA Ilmu Vol. XI Jilid 2 No. 78 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sumatera Barat Pariaman. Dipetik pada 16 November 2019, dari <https://www.jurnal.umsb.ac.id/index.php/menarailmu/article/view/588>.
- Aristo Felix Stephanus (2016). *Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Woless Chips*. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 1, Nomor 4, Oktober 2016*. Dipetik pada 16 November 2019, dari <http://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/220>
- Bailia, F.T., Jefry, dkk. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung-warung Makan Lamongan di Kota Manado*. Universitas Sam Ratulangi Manado. ISSN 2303-1174. Dipetik pada 19 Desember 2019, dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5959>.
- Fatin Arifina Wulan, M. Ato'illah & Lestari Esti Deni (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Es Krim Glico Wings (Studi Kasus di Outlet Anugerah abadi Lumajang)*. Jurnal Riset Manajemen Vol. 1 No. 2 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Gama Lumajang. Dipetik pada 17 November 2019, dari <http://jkm.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/view/71>.

- Firdiyansyah Indra (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap kepuasan Pelanggan pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam. Dipetik pada 19 Desember 2019, dari <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56283188/Indra.pdf?1523350700=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPENGARUH KUALITAS PELAYANAN HARGA DAN LO.pdf&Expires=1591621906&Signature=fBzGkJ9tRa1AG0DeioWB7dL97pLK0sTLQConQrFRlIeV0RnYOXJ9XeJIWYbAWd6edNKCUFw9z2x2a10rMKgUDkDJMXMplRb1hzt8X9L4E54nPBelWqr5a7CXNwY8YRP1etCvBJkJsho6q~YBu4zg1ODKXQ34wpq2VYRfpk1xFAbX6HTl6y7NAaQv-T4JPfxJgYsRWLP65TvgQ-A1Qn26e2wSKc~4O-> .
- Ghozali, 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate*. Edisi 9. Semarang: BPUD.
- Hardiati Sri, Ruci Sarwi (1999). Analisis Kinerja Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Telkomsel Malang Area. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol.1, No. 1, September 1999* : 56 – 6. Dipetik pada 16 Desember 2019, dari <http://jurnalmanajemen.petra.ac.id/index.php/man/article/view/15593>.
- Jily Bernadette Mandey (2013). *Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild*. Jurnal EMBA Vol. 1 No. 4 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado. Dipetik 17 November 2019, dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2577>
- Kotler, Philip dan Keller Kevin. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 dan jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Lenzun. J. Jessica, Massie. D.D. James, Adare Decky (2014) Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Parbayar Telkomsel. *Jurnal EMBA*, Vol 2 No. 3 September 2014, Hal 1237-1245. Dipetik pada 20 Februari 2020, dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5802>
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran (Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global)*. Bandung: Alfabeta.
- Morissan. (2015). *Periklanan (Komunikasi Pemasaran Terpadu)*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Muhidin, Ali., & Somantri, Ating. (2011). *Dasar-dasar Metode Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.
- Naingolan, Loreh Paulina, dkk. (2016). Jurnal Kualitas Pelayanan, Keragaman produk, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. Universitas Diponegoro. Hal 1-11. Dipetik pada 19 Maret 2020, dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/viewFile/13601/13155>
- Rachman, Faychur. (2014). *Jurnal Ilmu & Riset manajemen*. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan AUTO 2000 Sungkono Surabaya. Vol. 3 No.11. Dipetik pada 19 Maret 2020, dari https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Pengaruh+Kualitas+P

Konsentrasi: Jurnal Manajemen dan Bisnis, Volume 1, No. 1, Desember 2020, p. 26-37

[elayanan%2C+Harga+dan+Lokasi+terhadap+Kepuasan+Pelanggan+AUTO+2000+Sungkono+Surabaya.&btnG=](#)

- Simamora, Bilson. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Edisi 3. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiranta. 2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha ilmu.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Suyonto, Danang. 2012. *Konsep Dasar Riset Manajemen dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi IV*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Triasmawan, Ramadhani, Miya, dkk. Jurnal. Kajian Kualitas Layanan, Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus Pada Water Boom Niagara Ambulu Jember). Volume 20/No.01/April 2016. Dipetik pada 20 Februari 2020, dari <http://repository.unmuhjember.ac.id/1243/>
- Yuliana Riska (2018). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Little White Cafe Kota Bandung*. Jurnal Manajemen dan Bisnis (ALMANA) Vol.2 No.2 Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Langlangbuana. Dipetik pada 16 November 2019, dari <https://www.neliti.com/publications/284253/pengaruh-harga-dan-kualitas-pelayanan-terhadap-kepuasan-konsumen-di-little-white>.