



Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Ahass 02303 Bina Swadaya Bekasi

Khalishah Fauziyah¹, Nurul Aisyah²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Universitas Bina Sarana Informatika Jakarta, Indonesia

¹khalishahfauziyah@gmail.com, ²nurul.nly@bsi.ac.id*

Article History

Received : 19-12-2025

Revised : 19-12-2025

Accepted : 23-12-2025

Published : 23-12-2025

Kata Kunci :

Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan

Abstrak

Dalam persaingan, Ahass 02303 Bina Swadaya Bekasi harus memberikan kualitas pelayanan dan harga mampu bersaing untuk menjaga kepuasan pelanggan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Ahass 02303 Bina Swadaya Bekasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini kuantitatif. Teknik pengumpulan data menyebarluaskan kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini nonprobability sampling jumlah sampel yang digunakan 100 responden. Data di uji menggunakan uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi. Alat yang digunakan mengolah data SPSS Versi 25. Hasil penelitian Kualitas pelayanan (X1) diketahui nilai t hitung sebesar 4,282 lebih > dari t tabel 1,985, dan nilai signifikansi 0,000 < dari 0,05. Harga (X2) diketahui nilai t hitung sebesar 3,764 lebih > dari t tabel 1,985, dan nilai signifikansi 0,000 < dari 0,05. Kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat dari F hitung sebesar 58,243 lebih > dari F tabel 3,09 dan nilai signifikansi 0,000 lebih < dari 0,05.

Abstract

In competition, Ahass 02303 Bina Swadaya Bekasi must provide quality service and competitive prices to maintain customer satisfaction. The purpose of this study is to determine the effect of service quality and price on customer satisfaction at Ahass 02303 Bina Swadaya Bekasi. The method used in this research is quantitative. The data collection technique involves distributing questionnaires. The sampling technique used in this study is non-probability sampling with a sample size of 100 respondents. The data was tested using data quality tests, classical assumption tests, hypothesis tests, and the coefficient of determination test. The tool used to process the data is SPSS Version 25. The results of the study show that service quality (X1) has a t-value of 4.282, which is greater than the t-table value of 1.985, and the significance value is 0.000, which is less than 0.05. Price (X2) has a t-value of 3.764, which is also greater than the t-table value of 1.985, and the significance value is 0.000, which is less than 0.05. Service quality and price have a positive influence. The quality of service and price have a positive and significant simultaneous effect on customer satisfaction, as evidenced by the calculated F value of 58.243, which is greater than the F table value of 3.09, and a significance value of 0.000, which is less than 0.05.



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0) license

PENDAHULUAN

Industri manufaktur otomotif di Indonesia merasakan kemajuan yang relatif cepat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap transportasi pribadi. Dalam persaingan, ahass harus memberikan kualitas pelayanan dan harga yang mampu bersaing untuk menjaga kepuasan pelanggan. Ahass 02303 Bina Swadaya Bekasi mendapat berbagai pernyataan positif pelanggan dengan fasilitas yang cukup seperti musholla, toilet, dan ruang tunggu ber-AC. Walaupun harga lebih tinggi dibandingkan bengkel umum, pelanggan memahami bahwa harga sebanding dengan kualitas pelayanan

yang diterima.

Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang terdiri dari kompetensi teknis mekanik, ketelitian pemeriksaan kerusakan, kecepatan penyelesaian (Ardiyanto et al., 2024). Harga menjadi faktor penting karena pelanggan membandingkan dengan pesaing, namun harga terlalu tinggi dapat menurunkan persaingan (Gamal et al., 2025).

Penelitian ini menguji pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Ahass 02303 Bina Swadaya Bekasi, memberikan bukti empiris untuk strategi optimalisasi bengkel resmi sepeda motor. Oleh karena itu, penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Ahass 02303 Bina Swadaya Bekasi" bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan serta memberikan rekomendasi strategis untuk peningkatan daya saing bengkel.

Penelitian ini diharapkan memberi manfaat langsung maupun tidak langsung dalam memahami kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Fokus utama dari penelitian ini ialah untuk menguji kevalidan teori, mengungkapkan realitas empiris, dan mengevaluasi seberapa jauh kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Ahass 02303 Bina Swadaya Bekasi.

TINJAUAN PUSTAKA

Uraian konseptual ini memaparkan landasan teori terkait tema penelitian. Teori-teori yang menyangkut variabel penelitian akan diuraikan lebih jauh. Pembahasan dalam penelitian ini mencakup tiga konsep utama kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan. Ketiganya akan dijelaskan secara terperinci pada bagian berikut ini.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang berkualitas menjadi keutamaan berkompetisi dalam bidang usaha jasa. Kualitas layanan bahkan menjadi faktor penentu kesuksesan suatu bisnis. Baik tidaknya suatu layanan sangat bergantung pada sejauh mana pembuat dapat secara konsisten memenuhi harapan pelanggan (Sa'adah, 2020). Menurut Tjiptono dalam (Tsalisa et al., 2022) Ketika pelanggan merasakan kepuasan dari pelayanan yang diterimanya, mereka cenderung berminat untuk membangun kerja sama yang tetap dan menguntungkan kedua belah pihak dengan penyedia layanan.

Harga

Menurut Kotler dan Keller dalam (Setiawan & Frianto, 2021) Harga adalah faktor penting yang memengaruhi proporsi pasar dan keuntungan sebuah perusahaan. Dari seluruh beragam unsur dalam marketing mix, harga adalah komponen yang bisa mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Sedangkan, elemen lainnya seperti produk, distribusi, dan promosi justru menambah biaya. Selain itu, harga juga memiliki sifat yang fleksibel, yang berarti bisa diubah dengan cepat sesuai dengan kebutuhan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah kondisi emosional yang mencerminkan persepsi positif individu terhadap kualitas kemampuan penyedia jasa dalam menjawab harapan mereka. Akan tetapi, dari sudut pandang perilaku pelanggan, konsep ini menjadi lebih kompleks tanggapan setelah pembelian dari pengguna akan menentukan apakah mereka mengalami kepuasan atau sebaliknya. Dengan demikian, kepuasan pelanggan adalah hasil yang muncul dari perbedaan antara harapan sebelum menggunakan dan persepsi terhadap hasil setelah menggunakan layanan (Adhari, 2021). Menurut Joko, Evrina dan Bella Hartati dalam (Joko et al., 2024) Kepuasan pelanggan juga dapat meningkatkan motivasi dan kepuasan karyawan. Ketika pelanggan memberikan umpan balik positif tentang layanan yang mereka terima, hal tersebut dapat meningkatkan rasa bangga dan kepuasan kerja di antara karyawan yang terlibat dalam proses tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk menguji kevalidan teori, mengungkapkan realitas empiris, dan mengevaluasi seberapa jauh kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Ahass 02303 Bina Swadaya Bekasi. Informasi diperoleh melalui penyebaran kuesioner terhadap responden.

Populasi

Populasi merujuk pada menyeluruh unit analisis yang menjadi ruang lingkup inferensi, terdiri atas sejumlah objek atau subjek dengan karakteristik tertentu yang telah dirumuskan sebelumnya oleh periset sebagai sasaran utama pengumpulan data untuk ditarik simpulan (Putri et al., 2022). Populasi pada penelitian ini ialah seluruh pelanggan yang pernah menggunakan layanan Ahass 02303 Bina Swadaya Bekasi berkisaran 347.480.

Sampel

Sampel dapat dimaknai sebagai gambaran terbatas yang disusun berdasarkan kriteria dan kuantitas dari suatu kelompok populasi (Putri et al., 2022). Penelitian ini menerapkan rumus slovin untuk menetapkan besaran sampel minimum (n) apabila telah diketahui besaran populasi (N) dengan tingkat signifikansi tertentu (a), di mana probabilitas kesalahan yang dapat ditoleransi adalah 5% atau $a = 0,05$. Adapun rumus slovin Menurut Sugiyono dalam (Husen, 2023) adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Margin of error 0,1 (10%)

$$n = \frac{347.480}{(1+347.480 \times 0,1^2)}$$
$$n = \frac{347.480}{(1+347.480 \times 0,01)}$$
$$n = \frac{347.480}{3.474,81} = 99$$

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus slovin, jumlah minimum responden yang diperlukan untuk penelitian ini adalah 99 responden, yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan bantuan SPSS. Data dikumpulkan melalui kuesioner. Kuesioner disebarluaskan menggunakan Google Forms untuk mengukur pendapat responden terkait Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan. Kuesioner adalah alat pengumpulan data melalui pernyataan tertulis untuk memperoleh respons dari responden. Penggunaannya efektif jika peneliti telah memahami informasi dan variabel yang dibutuhkan (Pratiwi & Lubis, 2021) Kuesioner dalam penelitian ini berfungsi sebagai alat untuk mengumpulkan data untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini menggunakan Skala Likert, Skala Likert adalah instrumen pengukuran yang diterapkan untuk mengevaluasi sikap, opini, dan persepsi individu maupun kelompok terhadap berbagai fenomena sosial yang terjadi. Melalui penerapan Skala Likert, variabel penelitian yang hendak diukur dapat diuraikan ke dalam bentuk indikator-indikator variabel yang lebih spesifik (Noviana & Santoso, 2024).

Teknik Analisa Data

Penelitian ini menggunakan beberapa tahapan analisis untuk memastikan kualitas dan ketepatan hasil. Dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas untuk menjamin bahwa instrumen penelitian memiliki kualitas yang baik. Uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas untuk membuktikan bahwa model regresi layak digunakan. Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Untuk menguji hipotesis, digunakan uji t yang berfungsi untuk menganalisis pengaruh parsial dari setiap variabel independen, sedangkan uji F digunakan untuk melihat pengaruh simultan. Sebagai tahap akhir, dilakukan analisis koefisien determinasi (R^2) yang bertujuan mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara menyeluruh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas X1

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas pelayanan (X1)	X1.1	0,337	0,196	Valid
	X1.2	0,461	0,196	Valid
	X1.3	0,410	0,196	Valid
	X1.4	0,380	0,196	Valid
	X1.5	0,448	0,196	Valid
	X1.6	0,458	0,196	Valid
	X1.7	0,554	0,196	Valid
	X1.8	0,533	0,196	Valid
	X1.9	0,452	0,196	Valid
	X1.10	0,532	0,196	Valid
	X1.11	0,537	0,196	Valid
	X1.12	0,517	0,196	Valid

Tabel 2. Hasil Uji Validitas X2

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Harga (X2)	X2.1	0,408	0,196	Valid
	X2.2	0,528	0,196	Valid
	X2.3	0,328	0,196	Valid
	X2.4	0,525	0,196	Valid
	X2.5	0,607	0,196	Valid
	X2.6	0,685	0,196	Valid
	X2.7	0,575	0,196	Valid
	X2.8	0,580	0,196	Valid
	X2.9	0,624	0,196	Valid

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Y

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0,415	0,196	Valid
	Y.2	0,439	0,196	Valid
	Y.3	0,535	0,196	Valid
	Y.4	0,466	0,196	Valid
	Y.5	0,629	0,196	Valid
	Y.6	0,734	0,196	Valid
	Y.7	0,698	0,196	Valid

Hasil uji seluruh item pada variabel Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan dikatakan valid karena nilai r hitung > dari r tabel, sehingga setiap pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur indikator yang dengan baik.

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	12	0,678	<i>Reliable</i>
Harga (X2)	9	0,702	<i>Reliable</i>
Kepuasan Pelanggan (Y)	7	0,643	<i>Reliable</i>

Hasil perhitungan reliabilitas, variabel Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan memiliki nilai *Cronbach's alpha* > 0,60. Dapat disimpulkan bahwa instrumen dalam penelitian ini menunjukkan tingkat reliabel yang memadai.

Uji Normalitas

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

Unstandardized Residual		
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.67320527
Most Extreme Differences	Absolute	.047
	Positive	.038
	Negative	-.047
Test Statistic		.047
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.

Berdasarkan tabel 5. uji normalitas memperoleh nilai *Asymp. Sig* sebesar $0,200 > 0,05$. Maka dapat dikatakan bahwa Kepuasan Pelanggan membuktikan distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

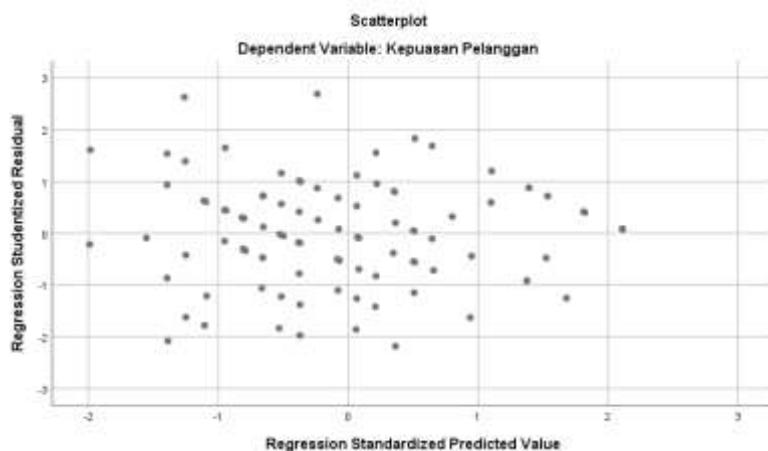
Model		Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF	Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	.479	2.088	.479	2.088
	Harga	.479	2.088		

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel 6. dapat dilihat bahwa nilai VIF untuk setiap variabel yakni:

- 1) Untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) VIF ialah $2,088 < 10$ dan nilai toleransinya ialah $0,479 > 0,10$.
- 2) Untuk variabel Harga (X2), VIF ialah $2,088 < 10$ dan nilai toleransinya ialah $0,479 > 0,10$. Model regresi menunjukkan bahwa tidak terdeteksi adanya gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar diatas, hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat bahwa titik-titik pada gambar scatterplot diatas tidak menghasilkan sebuah gumpalan yang berarti menyebar. Dapat disimpulkan bahwa tidak ditemukan heteroskedastisitas.

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.			
		Unstandardized Coefficients							
		B	Std. Error						
1	(Constant)	6.755	2.264		2.984	.004			
	Kualitas Pelayanan	.263	.062	.424	4.282	.000			
	Harga	.274	.073	.372	3.764	.000			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel 7. maka persamaan regresi linear berganda yakni:

$$Y = 6,755 + 0,263 X_1 + 0,274 X_2$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Harga

Berdasarkan persamaan diatas maka model tersebut memiliki arti sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 6,755 menunjukkan bahwa dengan tanda positif mengindikasikan adanya korelasi linier yang sejalan diantara variable independen dan variable dependen.
2. Nilai koefisien kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,263, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan yang berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel kualitas pelayanan maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,263 dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap,
3. Nilai koefisien harga (X2) sebesar 0,274, menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan yang berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel harga maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,274 dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap.

Uji T

Tabel 8. Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.			
	Unstandardized Coefficients							
	B	Std. Error						
1	(Constant)	6.755	2.264	2.984	.004			
	Kualitas Pelayanan	.263	.062	.424	4.282			
	Harga	.274	.073	.372	3.764			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai t hitung > dari t tabel ($4,282 > 1,985$) dan nilai signifikansi < dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
2. Variabel Harga (X2) memiliki nilai t hitung > dari t tabel ($3,764 > 1,985$) dan nilai signifikansi < dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Uji F

Tabel 9. Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	332.838	2	166.419	58.243
	Residual	277.162	97	2.857	
	Total	610.000	99		

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Berdasarkan tabel 9. uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar $58,243 >$ dari F tabel $3,09$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Uji Koefisien Determinasi Parsial X1

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial X1

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.692 ^a	.479	.474	1.80036	

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Berdasarkan tabel 10. nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,474 atau 47,4% yang mana menunjukkan adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Uji Koefisien Determinasi Parsial X2

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial X2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.678 ^a	.460	.454	1.83380

a. Predictors: (Constant), Harga

Berdasarkan tabel 11. nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,454 atau 45,4% yang mana menunjukkan adanya pengaruh antara harga terhadap kepuasan pelanggan.

Uji Koefisien Determinasi Simultan

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi Simultan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.739 ^a	.546	.536	1.69037

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

Berdasarkan tabel 12. diketahui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,536 atau 53,6%, yang mengindikasikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Harga memiliki pengaruh yang kuat terhadap Kepuasan Pelanggan. Sementara itu, nilai yang tersisa 46,4% kemungkinan disebabkan oleh variabel lain yang tidak digunakan pada penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 4,282 lebih > dari t tabel 1,985, dan nilai signifikansi 0,000 < dari 0,05 maka H0 ditolak H1 diterima. Dapat dipastikan bahwa variabel kualitas pelayanan memperlihatkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Ahass 02303 Bina Swadya Bekasi.

Sementara itu, variabel Harga (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 3,764 lebih > dari t tabel 1,985, dan nilai signifikansi 0,000 < dari 0,05 sehingga H0 ditolak H1 diterima. Dapat dipastikan bahwa variabel harga memperlihatkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Ahass 02303 Bina Swadya Bekasi.

Selain itu, hasil uji F dengan nilai F hitung 58,243 > dari F tabel 3,09 dan nilai signifikansi 0,000 < dari 0,05 sehingga H0 ditolak H1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan kepada kepuasan pelanggan pada Ahass 02303 Bina Swadya Bekasi.

Sebagai rekomendasi, penelitian selanjutnya dapat mengkaji pengaruh variabel lain seperti lokasi strategis, fasilitas bengkel, dan kompetensi teknisi terhadap kepuasan pelanggan di Ahass 02303 Bina Swadya Bekasi.

REFERENSI

- Adhari, L. Z. (2021). *KEPUASAN PELANGGAN & PENCAPAIAN BRAND TRUST*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Andi Riyanto. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Price Discount Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Kepuasan Pelanggan*, 19.
- Ardiyanto, L. D., Pradiani, T., & Fatthorrahman. (2024). PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TOKO BESI DAN KACA “SANTA” YOGYAKARTA. *Jpro*, 5(2).
- Dilmi, Z., Haryanti, I., & Mukminin, A. (2025). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. KILAU SINAR PURNAMA (KSP). *Jurnal PenKoMi: Kajian Pendidikan dan Ekonomi*, 8(1), 63–75.
- Estamarinda, E., Akila, A., & Sinarti, T. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hompizz Pizza Palembang. *Jurnal Manajemen dan Investasi (MANIVESTASI)*, 3(1), 69–82. <https://doi.org/10.31851/jmanivestasi.v3i1.6407>
- Gamal, A., Kartika, M. G., Prihartanti, W., & Rahmanto, A. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Bengkel Motor SMS Surabaya. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(3). <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i3.8502>
- Husen, A. (2023). STRATEGI PEMASARAN MELALUI DIGITAL MARKETING CAMPAIGN DI TOKO MEBEL SAKINAH KARAWANG. *JURNAL ECONOMINA*, 2(6).
- Jelanu, Y. E., & Ayu, S. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Velvet Hotel Gunawangsa Merr. *Jurnal AKTUAL*, 21(1), 1–9. <https://doi.org/10.47232/aktual.v21i1.289>
- Joko, Ervina, & Hartati, B. (2024). *Manajemen Marketing dan Kepuasan Pelanggan Hubungan yang Kuat*. TAKAZA INNOVATIX LABS.
- Majid, M., & Rizaldi, H. (2024). *Manajemen Pemasaran*. PT Nasya Expanding Management (Penerbit NEM - Anggota IKAPI).
- Mujito, Muhamar, H., & Adyas, D. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN: Sebuah Pengantar Untuk Pemula*. EDU PUBLISHER.
- Noviana, M., & Santoso, B. (2024). Pengaruh Bonus Dapat Memotivasi Kerja CV. Auto Bearing Di Dalam Divisi Penjualan. *Jurnal Bisnis Manajemen*, 2(2).
- Pratiwi, G., & Lubis, T. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan UD Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan. *JBM JURNAL BISNIS MAHASISWA*, 1(3), 121–134. <https://doi.org/10.58939/afosj-las.v1i3.83>
- Putri, R., Rosmalia, D., Fahmi, Sihombing, P. R., Siregar, S., Suardika, I. K., Warsitasari, W. D., Akbar, H., Rismayani, & Zahari, M. (2022). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Sa’adah, L. (2020). *Kualitas Layanan, Harga, Citra Merk serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen*. LPPM UNIVERSITAS KH. A. WAHAB HASBULLAH.
- 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>
- Tsalisa, R. A., Hadi, S. P., & Purbawati, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 822–829. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35970>