

Gema Ekonomi (Jurnal Fakultas Ekonomi)

e-ISSN: 2621-0444
Vol. 12 No. 4 April 2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN
DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

Firda Yunisah, Abdullah Rakhman

Pascasarjana Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta, Indonesia
Email: firdayunisah@gmail.com, abdullah.rakhman@kwikkiangie.ac.id

Abstract

product quality affects the performance of a product or service that matches its ability to meet stated or implied customer needs. Lewis & Booms (1983) revealed that service quality can be interpreted as a measure of how much the level of service provided is able to match customer expectations (Tjiptono, 2017: 142). Price is defined as the overall sacrifice that consumers are willing to make in order to obtain a specific product or service (Grewal & Levy, 2022: 448). Satisfaction is a person's feeling of pleasure or disappointment as a result of comparing the perceived product or performance (or result) of a service with expectations (Kotler & Keller, 2021: 89). This study aims to examine the effect between product quality variables, service quality and price on consumer satisfaction of Closed Warehouse rental users in Marunda PT. XYZ that make consumers feel satisfied are influenced by many things. Some factors that affect consumer satisfaction are Product Quality, Service Quality and Price. The research method used is quantitative research method. The number of respondents in this study was 94 investors. The sample used was an investor who rents a closed warehouse in Marunda, PT. XYZ. The sampling technique is based on purposive sampling using the questionnaire method, namely by providing a list of questions to respondents. The analysis method uses Multiple Regression Analysis with SPSS program version 20.0. From this study, it can be concluded that Product Quality has a positive and significant influence on Consumer Satisfaction of Closed Warehouse Rental Users in Marunda PT. XYZ, Service Quality has a positive and significant influence on Consumer Satisfaction of Closed Warehouse rental in Marunda PT. XYZ and also Price have a positive and significant influence on Consumer Satisfaction of Closed Warehouse Rental Users in Marunda PT. XYZ.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Price, Customer Satisfaction

Abstrak

Kualitas produk memengaruhi kinerja produk atau layanan yang sesuai dengan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat.

Lewis & Booms (1983) mengungkapkan kualitas layanan bisa diartikan sebagai ukuran seberapa besar tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Tjiptono, 2017:142). Harga didefinisikan sebagai pengorbanan keseluruhan yang bersedia dilakukan konsumen dalam rangka mendapatkan produk atau jasa spesifik (Grewal & Levy, 2022:448). Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai akibat dari membandingkan produk atau performa (atau hasil) layanan yang dirasakan dengan ekspektasi (Kotler & Keller, 2021:89). Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel kualitas produk, kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna sewa Gudang Tertutup di Marunda PT. XYZ. Faktor yang membuat konsumen merasa puas dipengaruhi oleh banyak hal. Beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen adalah Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 94 investor. Sampel yang digunakan adalah investor pengguna sewa Gudang Tertutup di Marunda PT. XYZ dan perusahaan yang telah menyewa lebih dari 1 tahun. Teknik pengambilan sampel berdasarkan purposive sampling dengan menggunakan metode kuesioner yaitu dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden. Metode analisis menggunakan Analisis Regresi Berganda dengan program SPSS versi 20.0. Dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna sewa Gudang Tertutup di Marunda PT. XYZ, Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen sewa Gudang Tertutup di Marunda PT. XYZ dan juga Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna sewa Gudang Tertutup di Marunda PT. XYZ.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Dalam kondisi persaingan ekonomi yang semakin ketat saat ini dan semakin cepatnya perkembangan zaman sehingga secara tidak langsung memengaruhi peningkatan kebutuhan manusia akan produk dan jasa. Persaingan bisnis yang semakin dinamis, kompleks, dan tidak pasti sehingga memengaruhi selera pelanggan dalam memilih produk atau jasa sesuai kebutuhannya. Pelanggan akan mulai melihat suatu jasa yang paling mampu memenuhi kebutuhannya, hal ini memacu para pengelola perusahaan untuk dapat berpikir secara kreatif, inovatif agar selalu memberikan diferensiasi, serta keunggulan bagi perusahaannya dibandingkan dengan para pesaingnya.

Pandemi Covid-19 telah memberikan dampak yang sangat luar biasa bagi Indonesia, tidak hanya pada aspek kesehatan masyarakat namun juga aspek ekonomi. Banyak sektor-sektor industri di Indonesia yang sangat terpuak dengan pandemi Covid-19 dan mengalami perlambatan pertumbuhan ekonomi. Kawasan Industri telah mendongkrak perekonomian Indonesia dari pandemi Covid-19. Kawasan industri berperan penting dalam upaya mempercepat pemulihan ekonomi nasional dari dampak pandemi Covid-19 dan memberikan kontribusi signifikan terhadap nilai investasi di Indonesia sehingga terjadi peningkatan jumlah dan luasan kawasan industri dalam lima tahun terakhir.

Minat investor untuk melakukan kegiatan usaha logistic ekspor impornya di Indonesia cukup tinggi. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Desember Tahun 2022, kinerja sektor logistik didorong oleh perkembangan ekspor mengalami pertumbuhan di Tahun 2022 sebesar 6,58% dibandingkan Tahun 2021 dan impor di Indonesia mengalami sedikit penurunan sebesar 6,61% di Tahun 2022 dibandingkan Tahun 2021. Meskipun menurun di antaranya karena kenaikan harga.

PT. XYZ merupakan salah satu Kawasan Industri di Jakarta. PT. XYZ mempunyai 3 (tiga) wilayah Unit Usaha yaitu : Cakung, Marunda & Tg. Priok. Jenis usaha yang banyak diminati oleh investor di Marunda adalah Gudang tertutup. Usaha Gudang tertutup

merupakan usaha penyewaan properti Gudang tertutup kepada investor yang berorientasi kegiatan logistik berupa penumpukan barang untuk ekspor dan impor.

Dengan banyaknya Kawasan Industri yang tumbuh dan kinerja logistik yang meningkat, membuat persaingan disektor tersebut semakin ketat, maka perlu diperhatikan apakah konsumen tersebut merasa puas dengan layanan yang diberikan. Ketidakpuasan ini dapat menyebabkan pemutusan jalinan hubungan kerja antara konsumen dengan PT. XYZ sebagai pengelola Kawasan. Konsumen bisa berganti ke Gudang Tertutup lainnya yang bisa memberikan kepuasan. Untuk menghindari hal tersebut, maka perlu diketahui faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen supaya konsumen dapat merasa puas dan juga loyal.

METODE PENELITIAN

Objek dalam penelitian ini adalah PT. XYZ di Marunda. Subjek penelitian ini adalah Investor Pengguna Gudang Tertutup PT. XYZ di Marunda yang sudah dan masih menjadi pelanggan selama lebih dari 1 tahun. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu non-probability sampling yaitu judgemental sampling, merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu yang memang memiliki informasi yang diperlukan. Dalam hal ini responden yang dipilih untuk menjadi sumber dari penelitian hanyalah investor yang perusahaannya terdaftar dan menyewa lebih dari 1 Tahun di PT. XYZ di Marunda. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik komunikasi dengan survey melalui kuisioner yang disebarakan melalui aplikasi Google Form, dengan menyebarkan kuesioner kepada 94 responden sebagai sampel minimum yang diperoleh dari $47 \times 2 = 94$. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert dengan lima titik (1) “Sangat tidak setuju” sampai (5) “Sangat setuju”. Pengolahan dan analisis data menggunakan aplikasi Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 20.0 dengan melakukan analisa uji statistik deskriptif (uji validitas, uji reliabilitas, analisis persentase responden, dan analisis rata-rata variabel), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikoloniearitas) dan uji analisis regresi berganda (uji F, uji t, dan koefisien determinasi) untuk menentukan kelayakan model penelitian dan hubungan antar variable.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Rata-Rata Variabel

Rata-Rata Variabel Kepuasan Konsumen

Tabel 1. Statistik Deskriptif Instrumen Kepuasan Konsumen

Indikator	Pernyataan	Skor Rata-rata
Konfirmasi Harapan	1. Saya merasa puas akan produk & jasa yang diberikan oleh PT. XYZ di Marunda.	3,75
	2. Gudang Tertutup di Marunda PT. XYZ sangat membantu dan sesuai dengan harapan saya.	3,95
Niat Beli Ulang	3. Saya berminat untuk membangun Kerjasama Kembali menggunakan Gudang Tertutup di Marunda PT. XYZ.	4,03
Kesediaan untuk Merekomendasi	4. Saya akan merekomendasikan Gudang Tertutup di Marunda PT. XYZ kepada keluarga, teman dan rekan bisnis.	4,04
Nilai Rata-Rata		3,94

Sumber: Olahan data kuesioner, 2023

Tabel 7 menunjukkan data rata-rata penilaian kepuasan konsumen pengguna sewa gudang tertutup di Marunda PT. XYZ yaitu 3,94 (dalam skala 1 – 5) . yang menunjukkan pelanggan puas dengan gudang tertutup di Marunda PT. XYZ. Nilai rata-rata terendah terdapat pada indikator ke 1 yaitu “Saya merasa puas akan produk & jasa yang diberikan oleh PT. XYZ di Marunda.” dengan nilai rata-rata sebesar 3.75. Hal ini menunjukkan bahwa produk dan pelayanan yang diberikan oleh gudang tertutup di Marunda PT. XYZ masih perlu ditingkatkan agar menjadi yang terbaik dibandingkan dengan pesaing lain.

Rata-Rata Variabel Kepuasan Produk

Tabel 2 Statistik Deskriptif Instrumen Kualitas Produk

Indikator	Pernyataan	Skor Rata-rata
Kinerja (<i>Performance</i>)	1. Performa/Kinerja Bangunan Gudang Tertutup memenuhi untuk kegiatan operasional logistic.	3,87
Ketahanan (<i>Durability</i>)	2. Umur bangunan Gudang Tertutup tidak lebih dari 50 tahun.	4,01
Kesesuaian Spesifikasi (<i>Conformance to Spesification</i>)	3. Produk Gudang Tertutup sesuai dengan standarisasi yang dibutuhkan untuk kegiatan operasional logistic.	4,03
Fitur (<i>Features</i>)	4. Tersedianya fasilitas ruang kantor, wc, pos satpam sebagai penunjang bangunan utama Gudang tertutup.	3,80
Keandalan (<i>Reliability</i>)	5. Gudang Tertutup tahan terhadap bencana & cuaca.	3,79
	6. Lantai Gudang Tertutup mampu menahan beban berat sesuai kebutuhan.	4,12
Keindahan (<i>Esthetica</i>)	7. Tampilan Gudang Tertutup terlihat menarik.	3,92
Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>)	8. Kesan kualitas produk Gudang Tertutup sesuai dengan visi perusahaan PT. XYZ sebagai penyedia sarana logistic.	4,06
	Nilai Rata-Rata	3,95

Sumber: Olahan data kuesioner, 2023

3. Rata-Rata Variabel Kepuasan Pelayanan

Tabel 3 Statistik Deskriptif Instrumen Kualitas Pelayanan

Indikator	Pernyataan	Skor Rata-rata
	1. Kondisi Bangunan Kantor Pelayanan di Marunda PT. XYZ nyaman dan tertata rapi.	3,78
Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	2. Fasilitas yang ada di Marunda PT. XYZ sangat lengkap.	3,59
	3. Pegawai Kantor Marunda PT. XYZ rapi dan profesional.	3,70
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	4. Kantor Pelayanan cepat dalam menangani keluhan konsumen.	3,63
	5. Kantor Pelayanan cepat dalam menyelesaikan persoalan konsumen.	4,15

Jaminan (<i>Assurance</i>)	6. Seluruh data perusahaan saya dan Gudang yang saya sewa dijaga dengan baik keamanannya.	3,79
	7. Pegawai Kantor Pelayanan dapat menjawab setiap pertanyaan yang saya tanyakan.	4,20
	8. Pegawai Kantor Pelayanan menjelaskan dengan sopan kepada saya.	3,87
Empati (<i>Emphaty</i>)	9. Kantor Pelayanan mengerti dan memahami kondisi dan keinginan saya.	3,87
Reliabilitas (<i>Reliability</i>)	10. Saya mudah menghubungi Kantor Pelayanan.	3,99
	11. Kantor Pelayanan selalu menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu.	4,03
	Nilai Rata-Rata	3,87

Sumber: Olahan data kuesioner, 2023

4. Rata-Rata Variabel Harga

Tabel 4. Statistik Deskriptif Instrumen Harga

Indikator	Pernyataan	Skor Rata-rata
Keterjangkauan Harga	1. Harga Sewa Gudang Tertutup di Marunda yang ditetapkan PT. XYZ terjangkau.	3,55
Kesesuaian Harga dengan Kualitas	2. Harga Sewa Gudang Tertutup sudah sesuai dengan mutu produk yang diberikan oleh PT. XYZ.	3,88
Daya Saing Harga	3. Dengan harga sewa Gudang Tertutup yang diberikan PT. XYZ, dapat bersaing dalam pangsa pasar.	3,97
Kesesuaian Harga dengan Manfaat	4. Dengan harga sewa Gudang Tertutup yang diberikan PT. XYZ, dapat memberikan pelayanan yang memuaskan.	3,75
Total Rata-Rata		3,79

Sumber: Olahan data kuesioner, 2023

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

**Tabel 5 Output Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,09354412
Most Extreme Differences	Absolute	0,077
	Positive	0,047
	Negative	-0,077
Kolmogorov-Smirnov Z		0,751

Asymp. Sig. (2-tailed)	0,625
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	

Sumber: Olahan data kuesioner, 2023

Berdasarkan tabel 5 output diatas dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) pada kolom Unstandardized Residual adalah sebesar 0,625 atau lebih besar dari nilai $\alpha = 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal, sehingga memenuhi persyaratan dari regresi linear berganda.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 6 Output Hasil Uji Multikolonearitas

Coefficients ^a			
Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
(Constant)			
1 KP	0,285	3,503	
KL	0,257	3,894	
H	0,424	2,357	

a. Dependent Variable: KK

Sumber: Olahan data kuesioner, 2023

Berdasarkan hasil output pada tabel 6 dapat dilihat bahwa setiap variabel independen memiliki nilai Variance Inflation Factor (VIF) antara 1 sampai 10, serta nilai Tolerance Value yang > dari 0,1. Dengan demikian, dapat disimpulkan bawah data tidak bersifat multikolinearitas atau dapat dikatakan tidak ada korelasi yang kuat antar variabel bebas.

Tabel 7. Output Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,1476	0,7314		2,9365	0,0042
0,4160 KP	-0,0311	0,0425	-0,1413	-0,7326	0,4657
KL	-0,0249	0,0304	-0,1661	-0,8171	0,4160
H	0,0508	0,0586	0,1374	0,8684	0,3875

a. Dependent Variable: ABRES
Sumber: Olahan data kuesioner, 2023

Berdasarkan hasil pengujian diatas dapat dilihat bahwa seluruh variabel memiliki nilai signifikansi di atas 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak ada masalah Heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 8. Output Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	371,096	3	123,699	100,104	,000 ^b
Residual	111,213	90	1,236		
Total	482,309	93			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga
Sumber: Olahan data kuesioner, 2023

Berdasarkan output SPSS yang ada pada tabel diatas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$KK = -5,599 + 0,303 KP + 0,170 KL + 0,299 H$$

Keterangan:

KK = Kepuasan Konsumen

KP = Kualitas Produk

KL = Kualitas Pelayanan

H = Harga

Berdasarkan persamaan regresi dapat dilihat bahwa nilai koefisien regresi Kualitas Produk sebesar 0,303. Hal ini dapat diartikan setiap kenaikan variabel Kualitas Produk sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan kenaikan Kepuasan konsumen sebesar 0,303. Koefisien regresi bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan persamaan regresi dapat dilihat bahwa nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan sebesar 0,170. Hal ini dapat diartikan setiap kenaikan variabel Kualitas Pelayanan sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan kenaikan Kepuasan konsumen sebesar 0,170. Koefisien regresi bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

Sedangkan untuk variabel Harga, nilai koefisien regresinya adalah sebesar 0,299. Hal ini dapat diartikan setiap kenaikan variabel Harga sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan kenaikan Kepuasan Konsumen sebesar 0,299. Koefisien regresi bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara Harga terhadap Kepuasan Konsumen.

Uji Model (Uji F)

Tabel 15. Output Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	371,096	3	123,699	100,104	,000 ^b
Residual	111,213	90	1,236		
Total	482,309	93			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga
Sumber: Olahan data kuesioner, 2023

Uji Signifikansi (Uji t)

Tabel 16. Output Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-5,599	1,255		-4,462	0,000
Kualitas Produk	0,303	0,073	0,393	4,151	0,000
Kualitas Pelayanan	0,170	0,052	0,326	3,266	0,002
Harga	0,299	0,100	0,231	2,976	0,004

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Olahan data kuesioner, 2023

Uji t digunakan untuk menunjukkan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hal ini dapat dilihat dari hasil output SPSS pada tabel coefficients, dimana diketahui bahwa:

- 1) Variabel Kualitas Produk (X1) memiliki nilai Sig. (1-tailed) sebesar $0,000/2 = 0,000$ dimana memenuhi syarat signifikansi, yaitu lebih kecil atau sama dengan α (0,05). Di sisi lain nilai koefisien β adalah positif sebesar 0,303, dimana arah hubungan yang positif tersebut mendukung hipotesis penelitian yang menunjukkan arah yang positif. Hasil tersebut membuktikan bahwa kualitas produk secara individual berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
- 2) Variabel Kualitas Pelayanan (X2) memiliki nilai Sig. (1-tailed) sebesar $0,002/2 = 0,001$ dimana memenuhi syarat signifikansi, yaitu lebih kecil atau sama dengan α (0,05). Di sisi lain nilai koefisien β adalah positif sebesar 0,170, dimana arah hubungan yang positif tersebut mendukung hipotesis penelitian yang menunjukkan arah yang positif. Hasil tersebut membuktikan bahwa kualitas pelayanan secara individual berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
- 3) Variabel Harga (X3) memiliki nilai Sig. (1-tailed) sebesar $0,004/2 = 0,002$ dimana memenuhi syarat signifikansi, yaitu lebih kecil atau sama dengan α (0,05). Di sisi lain nilai koefisien β adalah positif sebesar 0,299, dimana arah hubungan yang positif tersebut mendukung hipotesis penelitian yang menunjukkan arah yang positif. Hasil tersebut

membuktikan bahwa harga secara individual berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Koefisien Determinasi (Uji R²)

Tabel 17. Output Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,877 ^a	0,769	0,762	1,11162

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Olahan data kuesioner, 2023

Dari hasil pengolahan koefisien determinasi diatas dapat diketahui bahwa besarnya nilai R Square adalah sebesar 0,769 yang artinya 76,9% variasi Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga. Sementara itu selebihnya atau sebesar 23,1% (100% - 76,9%) dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari model penelitian ini.

Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel Kualitas Produk dalam penelitian ini menggunakan dimensi yang terdiri *Performance, Durability, Conformance to specification, Features, Reliability, Esthetica, Perceived Quality* menunjukkan nilai rata-rata jawaban sebesar 3,94 yang termasuk dalam kategori setuju atas semua indikator yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa Kualitas Produk Gudang Tertutup di Marunda PT. XYZ sesuai dengan keinginan konsumen sehingga konsumen merasa puas. Dimulai dari kinerja bangunan Gudang tertutup yang dapat memenuhi kegiatan operasional logistik, umur bangunan yang tidak lebih dari 50 tahun, bangunan sesuai standarisasi untuk kebutuhan operasional logistik, tersedianya fasilitas pendukung bangunan utama gudang tertutup (ruang kantor, wc, pos satpam) lantai gudang tertutup yang mampu menahan beban berat sesuai kebutuhan, bangunan gudang tertutup yang tahan terhadap bencana & cuaca, tampilan gudang yang terlihat menarik dan kesan kualitas gudang tertutup yang sesuai dengan visi perusahaan PT. XYZ yaitu sebagai penyedia sarana logistik. Berdasarkan hasil uji penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen pengguna gudang tertutup di Marunda. PT. XYZ menghier Tenaga Ahli (Konsultan/Kontraktor) yang berpengalaman dan bersertifikasi untuk merancang dan membangun setiap produk yang direncanakan termasuk produk Gudang Tertutup.

Skor rata-rata jawaban responden yang paling rendah berada pada indikator KP5. Indikator KP5 adalah Gudang tertutup tahan terhadap bencana & cuaca. Walaupun terendah tetapi secara skor rata-rata masih menunjukkan kategori setuju. PT. XYZ selalu berusaha memberikan kualitas material pada produk bangunan Gudang tertutup yang terbaik. Tetapi tidak menutup kemungkinan adanya cuaca ekstrim yang buruk di wilayah DKI Jakarta.

Mengenai hasil penelitian ini masih ada beberapa responden yang tidak setuju dengan beberapa pernyataan seperti kinerja bangunan Gudang tertutup memenuhi kegiatan operasional logistik, Gudang tertutup sesuai standarisasi yang dibutuhkan untuk kegiatan operasional logistik, Gudang tertutup tahan terhadap bencana & cuaca, lantai Gudang tertutup mampu menahan beban berat sesuai kebutuhan. Hal ini bisa disebabkan karena tingginya ekspektasi dari konsumen tersebut. Akan tetapi PT. XYZ selalu berusaha untuk

meningkatkan kualitas produk yang terbaik supaya dapat memberikan kepuasan konsumen dan juga membina hubungan jangka panjang dengan para konsumennya.

Secara garis besar jawaban responden atas variabel Kualitas produk sudah baik, mayoritas responden setuju dan juga sangat setuju, artinya kualitas produk PT. XYZ memenuhi ekspektasi konsumen sehingga membuat konsumen merasa puas. Akan tetapi karena ada responden yang masih belum setuju terhadap perihal tersebut, maka PT. XYZ harus berusaha bagaimana caranya untuk dapat meningkatkan kualitas produk supaya dapat membuat seluruh konsumen merasa puas. Karena kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Handoko (2002 : 23) dalam jurnal penelitian Tri Yanto (2017:1) , kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan dinilai produk tersebut semakin berkualitas.

Menurut Arumsari (2012:45) bahwa kualitas produk adalah faktor-faktor yang terkandung dalam sebuah barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil yang cocok dengan tujuan barang yang diproduksi.

Menurut Tjiptono (2015:105) bahwa definisi konvensional dari kualitas merupakan performansi sebagai gambaran langsung dari suatu produk, keandalan, mudah untuk digunakan, estetika dan sebagainya. Dalam arti strategi, kualitas adalah segala sesuatu yang dapat memberikan kebutuhan konsumen sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen.

Kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong (2018: 249), merupakan salah satu alat positioning utama seorang pemasar. Kualitas produk memengaruhi kinerja produk atau layanan yang sesuai dengan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat.

Hasil penelitian ini mendukung dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Agus dan Rakhman (2022), Izzuddin et al., (2020), Nadia et al., (2021), Resti (2021), Sari et al., (2017), Ruffiansah et al., (2020), Keloay et al., (2019), Diza et al., (2016), Linardi (2019) dan Mahira et al., (2021) yang menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen.

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel Kualitas Pelayanan dalam penelitian ini menggunakan dimensi yang terdiri Bukti Fisik (Tangibles), Daya Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), Empati (Empathy), dan Reliabilitas (Reliability) menunjukkan nilai rata-rata jawaban sebesar 3,87 yang termasuk dalam kategori setuju atas semua indikator yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh PT. XYZ sesuai dengan keinginan konsumen sehingga konsumen merasa puas. Dimulai dari kondisi bangunan yang baik, fasilitas pendukung yang tersedia, pegawai kantor terlihat rapi dan profesional, cepat dalam menangani keluhan dan menyelesaikan permasalahan, seluruh data investor dijaga dengan baik keamanannya, pegawai kantor yang dapat menjawab setiap pertanyaan yang investor tanyakan, pegawai kantor mengerti dan memahami kondisi dan keinginan investor, investor mudah menghubungi kantor pelayanan dan PT. XYZ selalu menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu. Berdasarkan hasil uji penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen pengguna sewa Gudang Tertutup di Marunda PT. xyz.

Skor rata-rata jawaban responden yang paling tinggi atau sangat setuju berada pada indikator KL7 dengan nilai 4,20. Indikator KL7 adalah pegawai kantor PT. XYZ cepat dalam menyelesaikan persoalan konsumen. PT. XYZ selalu memotivasi karyawannya agar selalu mengembangkan diri baik dari pengetahuan maupun skill, serta PT. XYZ selalu mengadakan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan diri.

Skor rata-rata jawaban responden yang paling rendah berada pada indikator KL2 dengan nilai 3,59. Indikator KL2 adalah fasilitas yang ada di Marunda PT. XYZ sangat

lengkap. Walaupun terendah tetapi secara skor rata-rata masih menunjukkan kategori setuju. Sebenarnya PT. XYZ selalu berusaha untuk meningkatkan fasilitasnya infrastruktur sarana dan prasarannya.

Mengenai hasil penelitian ini masih ada beberapa responden yang tidak setuju dengan beberapa pernyataan seperti fasilitas yang lengkap, pegawai kantor rapi dan professional, pegawai cepat dalam menangani keluhan, pegawai cepat dalam menyelesaikan persoalan, data perusahaan investor dijaga baik keamanannya, pegawai dapat menjawab setiap pertanyaan investor, pegawai menjelaskan dengan sopan ke investor, pegawai mengerti dan memahami kondisi dan keinginan konsumen, investor mudah menghubungi kantor pelayanan, pegawai selalu menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu. Hal ini bisa disebabkan karena tingginya ekspektasi dari konsumen tersebut. Akan tetapi PT. XYZ selalu berusaha untuk meningkatkan dan memberikan pelayanan yang terbaik supaya dapat memberikan kepuasan konsumen dan juga membina hubungan jangka panjang dengan para konsumennya.

Secara garis besar jawaban responden atas variabel Kualitas pelayanan sudah baik, mayoritas responden setuju, artinya kualitas pelayanan di PT. XYZ memenuhi ekspektasi konsumen sehingga membuat konsumen merasa puas. Akan tetapi karena ada responden yang masih belum setuju terhadap perihal tersebut, maka PT. XYZ harus berusaha bagaimana caranya untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan supaya dapat membuat seluruh konsumen merasa puas. Karena kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas Pelayanan menentukan seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan untuk mencapai atau melebihi ekspektasi konsumen. Apabila kualitas pelayanan yang dirasakan sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen akan merasakan kepuasan sehingga konsumen diharapkan akan setia untuk jangka panjang.

Lewis & Booms (1983) dalam Tjiptono (2017:142) mengungkapkan secara sederhana kualitas layanan bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Kualitas pelayanan memberikan nilai tambah bagi para konsumen untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan (Tjiptono, 2017:139).

Hasil penelitian ini mendukung dari hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sitinjak et al., (2022), Maulana dan Rakhman (2022), Wulandari dan Rakhman (2022), Yunita dan Rakhman (2022), Agus et al., (2021), Ahmad et al., (2020), Resti (2021), Rina et al., (2017), Muhani et al., (2022), Adiputra dan Pradana (2017), Novita et al., (2017), Media et al., (2022), Keloay et al., (2019), Satria et al., (2020), Diza et al., (2016), Anwar et al., (2020), Linardi (2019), Herlina dan Tugiono (2020), Sintya et al., (2018), Gunardi dan Erdiansyah (2020), Husni et al., (2020), Diapinsa et al., (2019), Mahira et al., (2021), Firdyansyah (2017) yang menunjukan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen.

Analisis Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel Harga dalam penelitian ini menggunakan dimensi yang terdiri Keterjangkauan Harga, Kesesuaian Harga dengan Kualitas, Daya Saing Harga, dan Kesesuaian Harga dengan Manfaat menunjukan nilai rata-rata jawaban sebesar 3,79 yang termasuk dalam kategori setuju atas semua indikator yang diberikan. Hal ini menunjukan bahwa responden setuju bahwa Harga yang diberikan oleh PT. XYZ sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diterima oleh konsumen. Berdasarkan hasil uji penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen Pengguna Gudang Tertutup di Marunda PT. XYZ.

Skor rata-rata jawaban responden yang paling tinggi untuk variabel Harga berada pada indikator H3 dengan nilai 3,97. Indikator H3 adalah harga sewa Gudang tertutup yang diberikan PT. XYZ dapat bersaing dalam pangsa pasar. Mayoritas konsumen sangat setuju bahwa harga sewa yang diberikan masih dapat bersaing dengan pangsa pasar lainnya.

Skor rata-rata jawaban responden yang paling rendah untuk variabel Harga berada pada indikator H1 dengan nilai 3,55. Indikator H1 adalah harga sewa Gudang tertutup di Marunda PT. XYZ terjangkau. Harga sewa Gudang tertutup di Marunda PT. XYZ masih tergolong terjangkau, karena yang menyewa di PT. XYZ mendapatkan insentif khusus yaitu pelayanan pemberian izin untuk kegiatan usaha para investor yang langsung diterbitkan oleh PT. XYZ sebagai pengelola kawasan sehingga investor tidak perlu lagi mengurus izin usahanya di instansi-instansi atau departemen terkait.

Selain itu, seluruh bangunan Gudang Tertutup di PT. XYZ memiliki Sertifikasi Layak Fungsi (SLF). Konsumen tentu juga akan memilih keamanannya dengan kebutuhannya dibandingkan dengan harga yang dibayarkan. Selain itu dengan adanya kualitas yang baik, konsumen juga merasa puas dengan layanan yang diberikan. Sesuai dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Kotler, Keller & Chernev (2022:264) bahwa Harga mengomunikasikan positioning nilai perusahaan dari produk atau mereknya. Harga yang tinggi menunjukkan kualitas yang tinggi sehingga diyakini dapat memberikan kepuasan bagi para pelanggannya.

Harga telah menjadi faktor utama yang memengaruhi pilihan para pembeli. Salah satu masalah yang sering timbul adalah perusahaan yang terlalu cepat menurunkan harga untuk mendapatkan penjualan daripada meyakinkan pembeli bahwa produknya yang bernilai lebih layak dihargai tinggi. Kesalahan umum lainnya termasuk penetapan harga yang terlalu berorientasi pada biaya daripada berorientasi pada nilai bagi pelanggan (Kotler & Keller, 2008:345).

Hasil penelitian ini mendukung dari hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yunita dan Rakhman (2022), Prasetya dan Rakhman (2022), Pratama dan Rakhman (2022), Sudigdo et al., (2021), Hengki et al., (2018), M. Richo et al., (2022), Rina et al., (2017), Rufliansah et al., (2020), Keloay et al., (2019), Satria et al., (2020), Linardi (2019), Herlina dan Tugiono (2020), Sintya et al., (2018), Diapinsa et al., (2019), Firdyansyah (2017) yang menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut : (1) Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Sehingga dapat diartikan apabila semakin tinggi Kualitas Produk maka Kepuasan Konsumen juga akan semakin meningkat. Sebaliknya, jika Kualitas Produk semakin rendah, maka Kepuasan Konsumen juga akan semakin menurun.; (2) Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Sehingga dapat diartikan apabila semakin tinggi Kualitas Pelayanan maka Kepuasan Konsumen juga akan semakin meningkat. Sebaliknya, jika Kualitas Pelayanan semakin rendah, maka Kepuasan Konsumen juga akan semakin menurun.; (3) Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Sehingga dapat diartikan apabila semakin tinggi upaya Harga maka Kepuasan Konsumen juga akan semakin meningkat. Sebaliknya, jika upaya Harga semakin rendah, maka Kepuasan Konsumen juga akan semakin menurun.

DAFTAR PUSTAKA

Adi, A., Triyanto, dan Pamesti, G. (2017). Penerapan Model Pembelajaran Student Teams Achievement Division Dengan Pendekatan Open Ended Untuk Meningkatkan Tingkat

- Berpikir Kreatif Dan Hasil Belajar Siswa. *Jurnal Pendidikan Matematika Dan Matematika (Jpmm)*. Vol 1 No. 4. Hlm 61-80.
- Adiputra, N., & Pradana, M. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Holyshoes. *Вестник Росэдравнадзора*, 6(3), 5–9.
- Agiesta, W., Sajidin, A., & Perwito (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Ka Lokal Bandung Raya. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)* Vol. 5 No.
- Anggriana, R., & Qomariah, N., & Santoso, B (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online “Om-Jek” Jember. *Jsmbi (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia)* Vol. 7 No. 2 Desember.
- Anwar S.M, Nillasari, & Duriani. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Mitra Bangunan Di Kecamatan Bua, Kabupaten Luwu*. [http://repository.umpalopo.ac.id/id/eprint/289%0Ahttp://repository.umpalopo.ac.id/289/3/BAB 201620074-dikonversi_compressed.pdf](http://repository.umpalopo.ac.id/id/eprint/289%0Ahttp://repository.umpalopo.ac.id/289/3/BAB%201620074-dikonversi_compressed.pdf)
- Assauri, S., (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Agiesta, W., Sajidin, A., & Perwito (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Ka Lokal Bandung Raya. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)* Vol. 5 No.
- Budi, S., Hengki., & Winata, A. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hostel Harion Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Magister*, Vol. 04 No. 01.
- Cooper, Donald R & Schindler, Pamela S. (2014). *Business Research Method*. New York: McGrawHill.
- Dheany, Arumsari. 2012. Analisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) Merek Aqua (Studi pada Konsumen Toko Bhakti Mart KPRI Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah). Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro : Semarang.
- Diza, F., Moniharapon, S., & Ogi, I. W. J. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. FIFGROUP Cabang Manado). *Jurnal EMBA*, 4(1), 109–119.
- Firdyansyah, I. (2017). P Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam. *Jurnal Elektornik Rekaman (Riset Ekonomi Bidang Manajemen Dan Akuntansi)*, Vol. 1 No. 1.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grewal, Dhruv & Levy, Michael. (2022). *Marketing* (Eight Edition). New York: McGrawHill.
- Gunardi, C. G., & Erdiansyah, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku. *Prologia*, 3(2), 456. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6387>
- Herlina, R. L., & Tugiono, J. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek RF Bandung*. 2019, 27–33.
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). diputra, N., & Pradana, M. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Holyshoes. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, Vol. 6 No.1 Juni 2020, 72 - 78.
- Indrasari, M., (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya : Unitomo Press.
- Keloay, G., Rumawas, W., & Asaloei, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh Wenang Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 26. <https://doi.org/10.35797/jab.8.2.2019.23511.26-33>
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12 Jilid 1) (Bob Sabran, Penerjemah.). Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2015). "Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition", England : Pearson Education, Inc
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management* (15th edition). USA : Pearson)
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2018). *Principles of Marketing* (17th edition). USA : Pearson)
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran* (Edisi Keenam) (Diana Kurnia S, Penerjemah.). Yogyakarta : Andi.
- Kotler, P., Keller, K.L., Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th edition). United Kingdom : Pearson)
- Linardi, R. (2019). *Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Online Shop RI _ Watch*. 7(1), 5.
- Lovelock, Christopher. (2014). *Pemasaran Jasa Perspektif Indonesia Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Mahira., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi, Volume 2, 2021 | Hlm.1267-1283.
- Maulana, D., Chandra., & Rakhman, A. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Retailer Produk Ramen Ottogi Di DKI Jakarta Yang Dimediasi Oleh Minat Beli. Kwik Kian Gie School of Business. Vol 11 No 4 (2022): GEMA EKONOMI.
- Meida, F., Astuti, M., & Nastiti, H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Sociolla Di Era Pandemic Covid-19. *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(2), 157–166. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/1326>
- Muhani & Nurani, A. Tiara. (2022). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Starbucks: Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Promosi dan Kepercayaan Pelanggan. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, Volume 18, No. 1.
- Pratama, A. C., & Rakhman, A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Kepuasan Pelanggan Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Acne Care Scarlett Whitening Di Kelapa Gading, Jakarta Utara. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(2), pp. 621-628. doi: 10.47492/jih.v11i2.2269.
- Prasetya, G. S., & Rakhman, A. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Brand Ambassador, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Tokopedia. Vol 11 No 5 (2022): GEMA EKONOMI.
- Priansa, Donni Juni. (2021). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Purnama, I., Nadia, & Rialdy, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Alat-Alat Bangunan Pada PT. Rodes Chemindo Medan. *Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 2021, hal 982 -992/
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*, 8(2), 92–121.
- Rufliansah, F. F., Hermani, A., Seno, D., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. 2020. (2020). *TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi pada Konsumen Rainbow Creative Semarang) Pendahuluan*. IX(Iv), 389–401.
- Resti, M., Indriana. (2021). P Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Varian Produk, dan Kualitas Produk. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Volume 18, No. 2, April 2021
- Ritonga, Husni.M., Pane, D.N., & Rahmah, C.A., (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda Idk 2 Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, Vol. 12 No. 2 Desember 2020.

- Rianto, R.M., Setyawati, W.Novita., Rohaeni, H., Woelandari, S. Dewi., (2022). Pengaruh Harga, Promosi dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Provider Telkomsel Pada Generasi Milenial Muslim di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 2022, 2159-2166.
- Sari, N., & Setiyowati, S. (2017). Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Pb Swalayan Metro. *Jurnal Manajemen Magister*, Vol 03. No.02, Juli 2017.
- Satria, & Nasution, A. E. (2021). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Jasa Gojek di Medan. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, Volume 4, Nomor 2.
- Schiffman, L. G. & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behavior* Edisi 11 Global Edition . England: Pearson Education Limited
- Sekaran, Uma & Bougie, Roger. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis* (Edition 6 Buku 1) (Kwan Men Yon, Penerjemah.). Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma & Bougie, Roger. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis* (Edition 6 Buku 2) (Tim Editor, Penerjemah.). Jakarta: Salemba Empat.
- Sintya, L. I., Karuntu, M. M., Sam, U., & Manado, R. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Online Pada Mahasiswa Feb Unsrat Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1778–1787.
- Sitinjak, JR. Tumpal., Rakhman, A., Sitinjak, T., Brastoro., & Bernadine.,(2022). The Influence Of Service Quality On Customer Loyalty Mediated By Brand Trust. *International Journal Of Social Science (IJSS)*Vol.2 Issue. 3 October 2022, Pp: 1731-1744ISSN: 2798-3463 (Printed) | 2798-4079 (Online)
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian dan Pengembangan : Research and Development.*, Bandung: Alfabeta.
- Sudigdo, A., & Taufik, T. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Garuda Express Delivery (GED) Terhadap Kepuasan Pelanggan. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 2(02), 137–146. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v2i02.191>
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2017). *Service Management : Mewujudkan Layanan Prima* (Edisi 3). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian* (Edisi Terbaru). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Strategi Pemasaran : Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta : Andi.
- Tresiya, D., Djunaidi, D., & Subagyo, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek Di Kota Kediri). *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2), 208. <https://doi.org/10.30737/jimek.v1i2.310>
- Wulandari, D., & Rakhman, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Siswa. Vol 11 No 5 (2022): GEMA EKONOMI.
- Yanto, Tri. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Swalayan Macro Mart Mojokerto Kota Kediri). *Jurnal Sikmi Economic* Vol. 01 No. 02 Tahun 2017.
- Yunita & Rakhman, A. (2022). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Konsultan Pajak Lys. Vol 11 No 4 (2022): GEMA EKONOMI.

Copyright holders:
Firda Yunisah, Abdullah Rakhman (2023)

First publication right:
Gema Ekonomi (Jurnal Fakultas Ekonomi)

This article is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International

