

ANALISIS PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PDAM WANUA WENANG MANADO

Jecky Jeremia Tatoya^{1*}, Cysca Adelaida Juliana Langi², Jufrina Mandulangi³.

¹Manajemen Bisnis, Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado, jeckytatoya04@gmail.com

²Manajemen Pemasaran, Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado, cyscaikelangi@gmail.com

³Administrasi Bisnis, Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado, jufrinamandulangi@polimdo.ac.id

*Korespondensi: jeckytatoya04@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Price and Service Quality on Customer Satisfaction at PDAM Wanua Wenang Manado. The research employed a quantitative approach with data collected through questionnaires distributed to 38 respondents. The variables examined were Price (X1), Service Quality (X2), and Customer Satisfaction (Y). Data analysis was carried out using multiple linear regression tests with SPSS version 26. The results show that, partially, Price does not have a significant effect on Customer Satisfaction, while Service Quality has a significant effect on Customer Satisfaction. Simultaneously, Price and Service Quality have a significant effect on Customer Satisfaction with a coefficient of determination (R^2) of 0.411 or 41.1%, while the remaining 58.9% is influenced by other factors. In general, respondents' perceptions of the variables Price, Service Quality, and Customer Satisfaction fall into the good category.

Keywords : Price, Service Quality, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PDAM Wanua Wenang Manado. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang dibagikan Penelitian kepada 38 responden. Variabel yang diteliti adalah Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Analisis data dilakukan dengan uji regresi linear berganda menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, sedangkan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Secara simultan, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,411 atau 41,1%, sementara 58,9% dipengaruhi oleh faktor lain. Secara umum, tanggapan responden terhadap variabel Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan berada dalam kategori baik.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah Penelitian

Selain menghadapi persaingan pasar yang ketat, dunia usaha saat ini juga dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan permintaan pelanggan. Oleh karena itu, loyalitas pelanggan terhadap produk maupun jasa yang ditawarkan menjadi sangat penting. Salah satu sumber daya alam yang memiliki peranan vital adalah air, yang dibutuhkan dalam pembangunan serta berfungsi menopang berbagai aktivitas masyarakat. Kebutuhan akan air bersih terus meningkat seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk. Oleh karena itu, diperlukan sistem pengelolaan air yang efisien guna mencegah terjadinya eksploitasi secara berlebihan. Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 14 Tahun 1987 tentang Pengalihan Sebagian Urusan Pemerintahan di Bidang Pekerjaan Umum, menjadi dasar dalam pengaturan pemenuhan kebutuhan masyarakat terhadap air bersih di Indonesia. Sesuai dengan aturan tersebut, PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum) berfungsi sebagai lembaga pelayanan publik yang bertugas menyediakan air bersih secara berkelanjutan. PDAM diharapkan mampu membiayai operasional dan meningkatkan layanannya secara mandiri. Penilaian terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM berkaitan langsung dengan tujuannya dalam memenuhi kebutuhan air bersih masyarakat.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi keberhasilan suatu bisnis. Dalam dunia usaha, kepuasan pelanggan berperan sebagai tolok ukur dalam menentukan standar kualitas layanan yang diberikan. Pelanggan akan merasa puas apabila memperoleh layanan yang bermanfaat serta mampu memenuhi, bahkan melampaui, harapan mereka. Kesesuaian antara harapan pelanggan dengan layanan yang diterima menjadi indikator utama kualitas layanan. Semakin tinggi kualitas layanan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya akan berdampak pada keberlangsungan dan kinerja penyedia layanan. Konsumen yang sudah merasa puas cenderung menunjukkan perilaku yang positif, seperti kembali menggunakan layanan atau menyarankan kepada orang lain atau memberikan testimoni yang baik. Misalnya, dalam konteks layanan kesehatan, pasien yang puas akan lebih mungkin untuk kembali berobat dan merekomendasikannya kepada lingkungan sekitarnya. Kotler dan Keller (2012:150) dalam (Anam, 2021) mengemukakan kepuasan pelanggan merupakan kondisi psikologis yang muncul ketika seseorang membandingkan kinerja atau hasil suatu produk dengan harapannya. Apabila kinerja produk tidak sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa puas. Namun, apabila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan merasakan kepuasan yang lebih tinggi, bahkan hingga menimbulkan perasaan senang atau gembira.

Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan untuk memperoleh suatu produk atau layanan. Selain itu, harga juga menggambarkan nilai yang dipersepsikan konsumen sebagai timbal balik atas manfaat yang didapat dari kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

Bagi konsumen, harga menjadi salah satu pertimbangan utama dalam pembelian, dan banyak yang menghubungkan harga dengan nilai suatu produk (Fitria & Sopian, 2024). Kotler dan Armstrong (2014:345) dalam jurnal (Anam, 2021) menyatakan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen sebagai nilai tukar untuk memperoleh manfaat dari kepemilikan atau penggunaan suatu barang maupun jasa. Bagi konsumen yang peka terhadap harga, harga rendah umumnya menjadi faktor kunci karena memberikan kepuasan dengan nilai *value for money* yang tinggi. Harga sering dijadikan acuan oleh pelanggan untuk menilai apakah suatu barang atau jasa sepadan dengan biaya yang dikeluarkan. Kepuasan pelanggan cenderung menurun apabila perusahaan menetapkan harga yang tidak sebanding dengan manfaat yang diperoleh. Sebaliknya, tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat apabila persepsi mereka terhadap nilai yang diterima dianggap lebih tinggi (Gunawan & Megawati, 2023).

Selain faktor harga, kualitas layanan juga menjadi elemen penting dalam menentukan keberhasilan sebuah perusahaan. Kualitas layanan mencerminkan nilai produk yang ditawarkan dan berperan besar dalam menarik minat konsumen. Layanan yang baik tidak hanya membantu perusahaan mencapai tujuan jangka pendek, tetapi juga memperkuat hubungan jangka panjang dengan konsumen. Perusahaan dapat meminimalkan pengalaman negatif pelanggan serta meningkatkan pengalaman positif melalui pemberian layanan yang optimal. Untuk memastikan bahwa layanan yang diberikan mampu memenuhi bahkan melampaui harapan pelanggan, perusahaan perlu merencanakan, mengoordinasikan, melaksanakan, serta mengawasi sistem manajemen mutu secara cermat, konsisten, dan berkesinambungan.

Kotler dan Keller (2016) dalam (Gunawan & Megawati, 2023) menjelaskan bahwa kualitas layanan dapat diartikan sebagai keseluruhan atribut suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan maupun keinginan pelanggan, baik yang bersifat eksplisit maupun implisit. Sementara itu, Zeithaml dkk. mendefinisikan layanan sebagai seluruh aktivitas ekonomi yang menghasilkan keluaran selain objek fisik, dikonsumsi dan diciptakan secara bersamaan, memberikan nilai tambah, serta pada prinsipnya bersifat tidak berwujud bagi konsumen pertama.

PDAM Wanua Wenang Manado, resmi bernama Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Wanua Wenang, adalah badan usaha milik daerah kota Manado yang telah berdiri sejak 1976. Tugas utamanya adalah menyediakan air bersih bagi warga Manado, melalui beberapa Instalasi Pengolahan Air (IPA) seperti IPA konvensional, Degremont, Politeknik, Puri dan lainnya. PDAM Wanua Wenang Manado beralamat di Jl. Yos Sudarso No. 65, Paal Dua, Kecamatan Paal Dua, Kota Manado, Sulawesi Utara, Indonesia.

Berdasarkan temuan di lapangan, terdapat beberapa indikator yang menunjukkan lemahnya persepsi pelanggan terhadap harga dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh PDAM Wanua Wenang Manado. Dari aspek harga, masih ditemukan pelanggan yang mengeluhkan keterjangkauan tarif, terutama pada pelanggan rumah tangga berpenghasilan rendah. Sub

indikator seperti "pelanggan merasa tarif masih terjangkau oleh pendapatan rumah tangga" serta "tidak ada keluhan terhadap tagihan bulanan" belum sepenuhnya terpenuhi, yang menandakan masih adanya beban ekonomi yang dirasakan oleh sebagian pelanggan. Selain itu, sub indikator "harga yang dibayarkan sebanding dengan kualitas air bersih yang diterima" dan "harga yang dibayar sebanding dengan manfaat yang diperoleh seperti mandi, memasak, dan mencuci" juga dinilai masih lemah. Hal ini menunjukkan adanya ketidakseimbangan antara persepsi pelanggan terhadap harga yang dibayarkan dan manfaat yang dirasakan.

Dari aspek kualitas pelayanan, masih terdapat kelemahan dalam indikator reliabilitas dan kompetensi. Beberapa pelanggan menyampaikan bahwa responden belum sepenuhnya responsif dan mampu menangani keluhan dengan efektif. Pada sub indikator "responden mampu menangani masalah pengguna jasa" dan "konsumen merasa puas dengan informasi pelayanan mengenai program yang tersedia", respon pelanggan menunjukkan adanya ketidakpuasan. Indikator memahami pelanggan, khususnya dalam aspek kepekaan responden terhadap keluhan, juga belum maksimal diterapkan dalam pelayanan sehari-hari. Kelemahan pada kedua aspek tersebut berdampak pada kepuasan pelanggan. Beberapa sub indikator seperti "harapan pelanggan terhadap kualitas layanan sebelum mencoba", "efektivitas produk dalam memenuhi kebutuhan", hingga "tingkat penyesalan setelah pembelian layanan" menunjukkan hasil yang kurang memuaskan. Bahkan, sub indikator "kesediaan merekomendasikan layanan kepada orang lain" dan "kesetiaan untuk menggunakan kembali layanan di masa depan" berada pada tingkat yang rendah.

Berdasarkan fenomena tersebut, penting untuk dilakukan penelitian lebih lanjut. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: "Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PDAM Wanua Wenang Manado."

Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PDAM Wanua Wenang Manado.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PDAM Wanua Wenang Manado.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PDAM Wanua Wenang Manado.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut (Nugroho & Yulianto, 2024) harga dapat diartikan sebagai jumlah uang atau nilai yang dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa, atau sebagai total nilai yang diberikan oleh konsumen sebagai imbalan atas manfaat yang diterima dari produk atau jasa tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Nugroho & Yulianto, 2024), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk

tersebut. Sementara menurut Dharmesta dan Irawan (2005), harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.

Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha pada kegiatan yang sifatnya jasa. Kualitas memiliki beberapa definisi dan menurut Gaspersz (Amin & Adil, 2018) pengertian kualitas secara konvensional menggambarkan karakteristik langsung dari suatu produk, seperti performansi (performance), keandalan (reliability), mudah dalam penggunaan (easy to use), estetika (esthetics) dan sebagainya. Menurut Kotler dalam (Kusuma & Haryanto, 2023) kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Suatu barang atau jasa akan dinilai bermutu apabila dapat memenuhi ekspektasi atau harapan pelanggan terhadap produk atau jasa. Sedangkan menurut Salomon dalam Rizan & Arrasyid (Ekonomi et al., 2022) berpendapat bahwa kepuasan konsumen dibentuk melalui keseluruhan perasaan atau perilaku seseorang tentang sebuah produk atau jasa setelah membeli dan mengonsumsinya.

Menurut Umar (2005:65) dalam jurnal (Kusuma & Haryanto, 2023) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah tujuan utama setiap bisnis. Hal ini tidak hanya penting untuk keberlanjutan perusahaan, tetapi juga memperkuat posisi kompetitif di pasar. Pelanggan yang merasa puas dengan produk atau layanan suatu perusahaan biasanya akan melakukan pembelian berulang dan menjadi pengguna jangka panjang. Dengan demikian, kepuasan pelanggan menjadi elemen penting yang memengaruhi keputusan mereka untuk membeli kembali, yang pada akhirnya menyumbang porsi terbesar terhadap pendapatan perusahaan.

METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kategori kuantitatif eksplanatori. Tujuannya untuk melihat pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PDAM Wanua Wenang Manado selama 6 bulan penelitian, dari data yang diperoleh jumlah pengunjung pelanggan di kantor PDAM Wanua Wenang Manado rata-rata perhari sebanyak 41 pelanggan, maka diakumulasikan selama 6 bulan penelitian jumlah populasi sebanyak $41 \text{ pelanggan} \times 30 \text{ hari} \times 6 \text{ bulan} = 7.380$ pelanggan, teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan stratified random sampling dimana populasi yang di ambil mewakili tiap-tiap kecamatan yang ada di kota Manado, sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 38 pelanggan.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dari:

1. Observasi
2. Kuesioner
3. Kajian Pustaka

Model Penelitian

Uji t :

X1 (Harga)

H0: Harga secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan pada PDAM Wanua Wenang Manado.

H1: Harga secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan pada PDAM Wanua Wenang Manado.

X2 (Kualitas pelayanan)

H0: Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan pada PDAM Wanua Wenang Manado.

H1: Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan pada PDAM Wanua Wenang Manado.

Uji f :

H0: Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan Kepuasan Pelanggan pada PDAM Wanua Wenang Manado.

H1: Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan Kepuasan Pelanggan pada PDAM Wanua Wenang Manado.

HASIL DAN DISKUSI

Hasil Penelitian

Penelitian mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Wanua Wenang Manado melibatkan 38 responden. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel harga berada pada kategori baik dengan skor rata-rata 67,16%, namun secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Sig. 0,642 > 0,05), sehingga faktor harga bukanlah penentu utama dalam meningkatkan kepuasan dikarenakan harga air di PDAM Wanua Wenang Manado tergolong murah. Sebaliknya, kualitas pelayanan memperoleh skor rata-rata 69% dengan kategori baik dan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Sig. 0,005 < 0,05; thitung 3,027 > ttabel 2,030), yang berarti semakin baik kualitas layanan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan secara keseluruhan berada pada kategori baik dengan skor 66,63%, meskipun masih terdapat gap sebesar 33,37% yang perlu diperhatikan. Secara simultan, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Fhitung 12,215 > Ftabel 3,24; Sig. 0,000 < 0,05). Nilai Adjusted R² sebesar 0,411 menunjukkan bahwa 41,1% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sementara sisanya sebesar 58,9% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian.

Tabel 1. Model Summary Korelasi dan Regresi Berganda Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.641 ^a	.411	.377	8,996
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan				

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1977.369	2	988.685	12.215	.000 ^b
	Residual	2832.841	35	80.938		
	Total	4810.211	41			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga						

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerances	VIF
1	(Constant)	13.146	6.303		2.086	.044		
	Harga	.081	.173	.089	.469	.642	.469	2.134
	Kualitas Pelayanan	.772	.255	.573	3.027	.005	.469	2.134
a. Dependent Variable: Kinerja								

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Variabel Harga (X1) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PDAM Wanua Wenang Manado. Hal ini menunjukkan bahwa harga air PDAM dinilai cukup wajar, namun bukan faktor utama yang menentukan kepuasan pelanggan.
2. Variabel Kualitas Pelayanan (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan PDAM, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.
3. Secara simultan, variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan kontribusi sebesar 41,1%, sedangkan 58,9% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

4. Secara umum, skor penilaian responden terhadap Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan berada pada kategori baik, namun masih terdapat gap yang perlu diperbaiki agar bisa meningkat menjadi sangat baik.

Saran

Bagi PDAM Wanua Wenang Manado

1. Meningkatkan kualitas pelayanan, terutama aspek daya tanggap, kecepatan penanganan keluhan, serta komunikasi yang lebih efektif dengan pelanggan.
2. Melakukan evaluasi berkala terkait harga agar tetap sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan serta daya beli masyarakat.
3. Memanfaatkan hasil penelitian ini untuk menetapkan strategi peningkatan kepuasan pelanggan melalui program inovasi layanan.

Bagi Penelitian Selanjutnya

1. Perlu menambahkan variabel lain seperti kepercayaan, citra perusahaan, dan fasilitas teknis, yang kemungkinan juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Memperluas jumlah responden dan cakupan wilayah agar hasil penelitian lebih representatif.
2. Memperluas jumlah responden dan cakupan wilayah agar hasil penelitian lebih representatif.

KETERBATASAN PENELITIAN

Batasan masalah dalam penelitian ini ditetapkan untuk menjaga fokus pembahasan agar tidak berkembang di luar konteks yang telah ditentukan. Penelitian ini berfokus pada ruang lingkup kajian mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian dibatasi pada objek penelitian, yaitu pelanggan PDAM Wanua Wenang Manado.

REFERENSI

- Akmami, J. (n.d.). Nurafrina Siregar-Analisis Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan. 2(3), 538-551.
- Amin, A. R. S., & Adil, M. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Publik Pada Kantor Distrik Hingk Kabupaten Pegunungan Arfak Provinsi Papua Barat. *Jurnal Competitiveness*, 7(1), 65-75.
- Anam, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Rental Mobil Mitra Transport). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(9), 1-15.
- Ekonomi, F., Kristen, U., & Yogyakarta, I. (2022). Ongko Pribadi, Hadi Purnomo. *EQUILIBRIUM - Jurnal Bisnis & Akuntansi*, XVI(2), 80-89.

- Elvis, F., & Sabela, F. N. (2023). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum (Studi pada Perumda Sirin Maragun Kota Sekadau). *Jurnal Manajemen Sains Dan Organisasi*, 3(3), 232–239. <https://doi.org/10.52300/jmso.v3i3.8229>
- Fitria, A. N., & Sopian, Y. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Gojek Indonesia. *As-Syirkah: Islamic Economic & Financial Journal*, 3(4), 103–109. <https://doi.org/10.56672/syirkah.v3i4.379>
- Gunawan, H., & Megawati, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Swarna Dwipa. *MDP Student Conference*, 2(2), 333–337. <https://doi.org/10.35957/mdp-sc.v2i2.4246>
- Innayah, A. (2023). Upaya Peningkatan Keterampilan Siswa Melalui Program Kelas Keterampilan TKR Di MAN 2 Ngawi. *Jurnal Tawadhu*, 7(1), 24–32.
- Iwan Hermawan. (2020). Bab Isi Metode Penelitian. Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3), 248–253).
- Kusuma, N. R., & Haryanto, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Penyediaan Air Bersih Terhadap Kepuasan Pelanggan di PDAM Kabupaten Tapin. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2(2), 125–130.
- Mazwar, M., & Kuleh, Y. (2023). Pengaruh E-WOM dan Kualitas Produk Serta Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 25(2), 408–417.
- Mervin, S., Program, T., Bisnis, S. A., Bisnis, S. T., Dua, M., & Bitung, S. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 3(1).
- Nasution, S. M. A., & Nasution, A. E. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Aplikasi Gojek di Medan. *MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(2), 1–9.
- Nugroho, A. S., & Yulianto, A. E. (2024). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Rumah Makan Teras Melody. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 13(1), 1–20.
- Sri Handayani, L., & Syarifudin, A. (2022). The Effect of Service Quality, Price and Relationship Marketing on Consumer Satisfaction on Gojek Transportation Service. *Jurnal Unrika*, 11, 298–313. <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms>
- Yudianto, A., & Hidayat, R. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada PDAM Kabupaten Cirebon). *Jurnal Uyr*, 11(1), 34–50.