



**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**
(Studi Kasus Pada Kedai HK Kabupaten Sumenep)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Administrasi

Bisnis

Oleh

M. ARIF FERDIYANSYAH

NPM 21801092087



UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
MALANG

2022

RINGKASAN

M. Arif Ferdiansyah 2022, **Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada Kedai HK Kabupaten Sumenep)**. Dosen Pembimbing I : Dra. Sri Nuringwahyu, M. Si, Dosen Pembimbing II : Dadang Krisdianto. S. Sos, M. Si.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan angket. Jumlah sampel sebanyak 100 responden serta menggunakan komputer Program SPSS 16.

Berdasarkan uji parsial harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen kedai HK. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikan $0,024 < 0,05$ dan nilai t hitung ($2,293 > t$ tabel $1,989$.) dan berdasarkan uji persial kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen kedai HK. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikan $0,05$ ($0,000 < 0,05$) dan nilai t hitung ($6,525 > t$ tabel $1,989$). Secara simultan dapat nilai signifikan sebesar sebesar $0,000$. Nilai tersebut $< sig$ $0,05$. Selain itu, nilai F hitung sebesar $39,723 > F$ tabel di temukan sebesar $3,09$ bahwa dalam penelitian ini variabel harga dan kualitas pelayanan ada pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: Harga, Kualitas pelayanan, kepuasan konsumen.

SUMMARY

M. Arif Ferdiyansyah, The effect of price and service quality on customers satisfaction (a case study at HK Restaurant in sumenep regency). the first supervisor is Dra. Sri Nuringwahyu, M.Si, and the second supervisor is Dadang Krisdianto, S.Sos, M.Si.

The purpose of this research is to determine the effect of price and service quality on costumers satisfaction. This type of research is quantitative. Data collection techniques is using a questionnaire. The number of samples is 100 respondents and uses the PPSS 16 computer program.

Based on the partial test, the price has a significant effect on costumers'' satisfaction in the HK restaurant. This can be proven by a significant value of $0,024 < 0,05$ and a t-count value of $2,293 > t$ -table of $1,989$ and based on the partial test of service quality, it has a significant effect on cusomers' satisfaction in HK Restaurant. This can be proven by a significant value of $0,05 (0,000 < 0,05)$ and a t-count value of $(6,525 > t$ tabel $1,989)$. simultaneously can be value while the F table is found to be $3,09$, which is significant at $0,000$. The value is $< sig$ $0,05$ in addition, the calculated F value is $39,723$ while the F table was found to be $3,09$ thar in this research, the price and service quality variables had a positive and significant influence on customers satisfaction.

Keywords : Price, Sevice quality, Customers satisfaction.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan di bidang bisnis saat ini menjadi pekerjaan khusus bagi seorang pengusaha, seiring perkembangan waktu bidang bisnis mulai semakin pesat. Berbagai usaha-usaha dilakukan untuk mencapai tujuan yang perlu diinginkan yang mana ditentukan setiap perusahaan biasanya melalui kegiatan seperti halnya dalam pemasaran, dimana suatu proses kegiatan sosial yang berupa kelompok maupun individu untuk memperoleh keinginan dengan sebuah penawaran, dan secara terbuka saling tukar menukar barang dengan kelompok lain.

Perusahaan seharusnya dapat menawarkan sebuah barang maupun suatu jasa yang telah dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan tujuan dapat bersaing maupun bertahan dengan berbagai perusahaan. Dalam bisnis, antar perusahaan terjadi persaingan sangat ketat dalam mendapatkan para konsumen. Proses pelayanan yang baik terhadap konsumen bisa berdampak positif pada pembeli sehingga dapat meningkatkan nilai. penjualan juga memberikan suatu kepuasan terhadap konsumen. Dalam suatu perusahaan biasanya konsumen mengkritik kepuasan maupun ketidakpuasan suatu barang atau jasa dengan membandingkan hasil yang diperoleh dengan harapan konsumen.

Setiap kehidupan manusia tidak dapat terlepas dari keinginan makan, sebab dengan makan dapat memberikan energi sehingga dapat menjalani kehidupannya. Setiap manusia dalam hal menikmati makanan pasti memiliki cara menikmati yang berbeda – beda, antara lain dengan cara mencari rumah makan yang bagus, elegan, maupun pelayan yang berkelas mewah, semua yang dilakukan konsumen hanya ingin puas setelah apa yang dikeluarkan dengan uang terhadap rumah makan tersebut. Hal tersebut membuat konsumen lebih memilih tempat makanan yang sederhana tapi memiliki kepuasan tersendiri terhadap makanannya. Sebagai pembeli ada yang beranggapan bahwa lebih baik memilih tempat makan biasa atau sederhana, tetapi memiliki rasa yang mewah dari pada rumah makan mewah makanannya kurang enak, dari hal tersebut sehingga timbul kepuasan tersendiri.



Gambar 1. Harga Menu Makanan, Oktober, 2022

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa harga Menu makanan dan minuman bervariasi tergantung dari varian produknya. Seperti harga ayam Pasae Trunojoyo sebesar Rp. 60.000 Rupiah sedangkan restoran pesaing memiliki harga yang lebih terjangkau dari pada restoran Kedai HK. Oleh karena itu, masyarakat di Kabupaten Sumenep akan lebih memilih harga produk yang lebih murah dari pada harga yang mahal.

Harga makanan dan minuman di kedai HK cukup mahal dari kedai lainnya, dapat dilihat dari data perbandingan harga kedai HK dengan kedai lainnya yang berada di dekat lokasi yang sama.

Tabel 1.1
Perbandingan Harga Makanan Dan Minuman

Menu	Harga Berdasarkan Resto		
	Kedai HK Resto	Melita Kichen	Ayam Brewok
Juice Alpukat	15.000	13.000	13.000
Ayam Pasae Trunojoyo	60.000	20.000	20.000
Es Jeruk	8.000	5.000	5.000
Nasi Putih	5.000	3.000	3.000
Lemon Tea	12.000	7.000	8.000
Udang Asem Manis	22.000	20.000	20.000

Sumber : Data perbandingan harga Kedai HK, Oktober, 2022

Berdasarkan tabel 1.1 di ketahui bahwa perbandingan harga resto di sekitar lokasi Kedai HK. Diketahui bahwa dari ketiga resto, kedai HK adalah resto

dengan harga yang lebih tinggi dari dua resto lainnya, misalnya pada menu *juice* alpukat, Kedai HK memiliki harga Rp.15.000 Rupiah tergantung pada pilihan jenisnya, sedangkan Melita Kichen memiliki harga Rp.13.000 Rupiah begitu pula dengan Ayam Brewok yang memiliki harga Rp.13.000 Rupiah

Penentuan harga berorientasi pada laba bahwa setiap perusahaan selalu memiliki harga yang dapat menghasilkan laba terbesar. Tujuan ini dikenal dengan istilah maksimisasi laba Dalam era persaingan global yang kondisinya sangat kompleks dan banyak variabel yang berpengaruh terhadap daya saing setiap perusahaan, maksimisasi laba sangat sulit dicapai, karena sukar sekali untuk dapat memperkirakan secara akurat jumlah penjualan yang dapat dicapai pada tingkat harga tertentu. Dengan demikian, tidak mungkin sebuah perusahaan dapat mengetahui secara pasti tingkat harga yang dapat menghasilkan laba maksimum.

Menurut Kotler & Armstrong dalam Umar (2009: 21) harga merupakan sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. Harga merupakan sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Permasalahan yang ada di penelitian ini karena data penjualan yang di dapatkan dari hasil wawancara, mengalami naik turun dan turunnya itu tidak stabil. Hal ini di sebabkan karena kualitas pelayanan seperti keramahan pelayanannya atau kebersihan restoran kurang memuaskan. Sehingga konsumen tidak memiliki keinginan kembali ke restoran Kedai HK. Jadi peneliti ingin menguji dua variabel yaitu harga dan kualitas pelayanan apakah berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 1.2 Data Penjualan

No	Bulan	Omzet Penjualan
1	Desember	48.244.550
2	Januari	24.359.000
3	Februari	16.436.300
4	MAret	36.933.100
5	April	85.046.278
6	Mei	25.919.700
Total		236.938.928

Sumber: Data penjualan kedai HK, Oktober, 2022

Berdasarkan data penjualan bulan Desember – Mei dapat dilihat bahwa data penjualan kedai HK selama 6 bulan mengalami naik turun. Data penjualan tertinggi pada bulan April 2022 sebesar Rp 85.046.278 Rupiah dan data penjualan terendah pada bulan Februari 2022 sebesar Rp 16.436.300. Rupiah Hal yang menyebabkan terjadinya naik, turun kunjungan pelanggan akibat dari kurang baiknya kualitas pelayanan sehingga banyak pelanggan merasa tidak

puas. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, maka Kedai HK harus menciptakan suatu strategi untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan juga memiliki kemampuan untuk mempertahankan pelanggan. Jadi kedai HK perlu memikirkan cara yang efektif untuk memenangkan persaingan menjadi prioritas utama. Kepuasan pelanggan menyangkut apa yang di ungkapkan oleh pelanggan tentang persepsi dan harapannya terhadap apa yang diperoleh.

Menurut Malik et, al (2012 : 125) kualitas pelayanan adalah pendapat tentang apa yang konsumen rasakan terhadap keseluruhan yang diberikan perusahaan terhadap pelanggan. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller (2011) kepuasan (*satisfaction*) ialah perasaan senang atau kecewa pada seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan terhadap ekspektasi. Sependapat dengan Kotler dalam Kaihatu dkk, (2015 : 6) memberikan definisi kepuasan konsumen sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan dengan harapannya.

Berdasarkan pendapat diatas, yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Haerul Isra Harun (2013) menyatakan bahwa kepuasan konsumen ditentukan oleh kualitas jasa yang dikehendaki sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama dan dijadikan tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan.

Kabupaten Sumenep adalah salah satu kota yang memiliki banyak bisnis makanan dan minuman, salah satunya yaitu bisnis restoran yang bertempat di Jl . Trunojoyo No. 5A Kolor Sumenep yaitu Habibah & Kamil (Kedai HK). Kedai ini sudah berdiri selama 11 tahun dari 2011 sampai sekarang dan masih memiliki banyak pengunjung yang datang membeli makanan. Peneliti merasa tertarik melakukan penelitian di kedai HK karena kedai HK masih banyak digemari masyarakat meskipun banyak pesaing-pesaing dari restoran lain yang juga memiliki potensi pasar yang luas. Padahal di kota Sumenep sudah banyak berdiri restoran yang menjajakan masakan sejenis dengan harga yang hampir sama atau bahkan lebih murah dari kedai HK. Walaupun harga kedai HK cukup tinggi, namun fasilitas di kedai HK ini cukup unik sangat cocok untuk makan bersama keluarga ataupun anak-anak remaja, karena di kedai HK ini di sediakan tempat bermain untuk anak-anak serta ada spot foto juga, adanya fasilitas tersebut memberikan kesan kepuasan konsumen yang tinggi terhadap kedai HK.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Kedai HK Kabupaten Sumenep”**



B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada kedai HK di Sumenep?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada kedai HK di Sumenep?
3. Apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada kedai HK di Sumenep?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah yang telah disebutkan diatas, adapun tujuan penelitian yaitu untuk:

1. Mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada kedai HK di Sumenep.
2. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada kedai HK di Sumenep.
3. Mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di kedai HK di Sumenep.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti selanjutnya atau pihak yang membutuhkan. Adapun manfaat yang diharapkan adalah:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan sebagai sumber informasi dan penerapan ilmu manajemen pemasaran sebagai ilmu pengetahuan mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada kedai HK di kabupaten sumenep. Penelitian ini juga dapat dipergunakan sebagai referensi serta motivasi untuk penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

a. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dan juga dapat sebagai bahan informasi mengenai analisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di tempat perusahaan terkait.

b. Bagi Universitas

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dan pengetahuan mengenai manajemen pemasaran untuk pengembangan kualitas pendidikan universitas di masa depan.

c. Bagi Pelaku Ekonomi

Penelitian ini memberikan informasi yang dapat dijadikan bahan evaluasi dan bahan pertimbangan mengenai pengaruh harga dan kualitas

pelayanan terhadap kepuasan konsumen agar terciptanya citra identitas dikenal oleh masyarakat luas.

E. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan hasil penelitian yang disusun lima bab dengan beberapa sub bab yang saling terkait satu sama lain sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang dilakukannya penelitian, rumusan masalah yang ada tujuannya dilakukan penelitian, dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi uraian penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan peneliti, serta landasan teori yang digunakan dalam pembahasan masalah yang diteliti. Selain itu juga dilengkapi dengan kerangka berpikir dan rumusan masalah hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini mendeskripsikan dan menjelaskan tentang metode penelitian yang didalamnya terdapat jenis penelitian yang diambil, dimana lokasi penelitian dilakukan, variabel penelitian, pengukuran populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyebutkan profil dan objek penelitian, pengajuan dan analisis data, dan pembahasan dari analisis yang dilakukan serta penjelasan mengenai pertanyaan yang disebutkan dalam rumusan masalah.

BAB V: PENUTUP

Bab terakhir dalam penelitian yang berisi kesimpulan dan saran yang merupakan temuan pokok yang menjawab tujuan penelitian. Dari hasil pembahasan dan kesimpulan sebagai jawaban permasalahan penelitian dan bersesuaian dengan tujuan penelitian.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan apa yang di dapat dari hasil pengujian dan pembahasan mengenai harga terhadap kepuasan konsumen pada kedai HK maka dapat ditarik sebagai kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel harga (X1) Berdasarkan hasil uji parsial (t) menunjukkan bahwa harga (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) hal ini dapat di buktikan dengan nilai Signifikansi sebesar $0,024 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,293 > t$ tabel $1,989$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Hal ini menjawab hipotesis H_1 yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y. Jadi variabel diatas menunjukkan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kedai HK.
2. Berdasarkan hasil uji t (parsial) pengaruh kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) didapat nilai Signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $6,525 > t$ tabel $1,989$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Hal ini menjawab hipotesis H_2 yang berarti terdapat pengaruh X2 terhadap Y. Jadi variabel diatas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kedai HK.
3. Berdasarkan hasil Uji F (Simultan) pengaruh harga (X1) dan kualitas

pelayanan (X2) secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 0,000. Nilai tersebut $< \text{sig } 0,05$. Selain itu, nilai F hitung sebesar 39,723 sedangkan F tabel ditemukan sebesar 3,09 yang berasal dari $(k : n-k)$ $(2 : 100-2) = (2:98)$ maka nilai F hitung $39,723 > F \text{ tabel } 3,09$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Hal ini menjawab hipotesis H_3 yang berarti terdapat pengaruh harga (X1) kualitas konsumen (X2) secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y). Jadi variabel diatas menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di kedai HK.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka diajukan saran sebagai berikut:

1. Kedai HK Berdasarkan hasil Uji t terhadap variabel hasil uji t (parsial) pengaruh kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) didapat nilai Signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $6,525 > t \text{ tabel } 1,989$ maka secara parsial variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada kedai HK. Dilihat dari segi indikator pada variabel pengaruh kualitas pelayanan (X2) yang nilainya rendah yaitu 4,18. Hal ini pihak restoran harus lebih teliti dan focus terhadap kebersihan restoran agar konsumen dapat menilai layak tidaknya tempat makan konsumen tersebut. Jika pihak restoran tidak memperhatikan

kebersihan restoran, konsumen berhak memberikan complain atas kurangnya kebersihan restoran.

2. Bagi Akademisi Sebagai bahan referensi atau kepustakaan bagi mereka yang akan membutuhkan informasi dalam bidang pemasaran khususnya mengenai harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.
3. Bagi Peneliti Peneliti selanjutnya diharapkan bisa menambah variabel bebas dalam penelitian agar hasil penelitian bisa menjadi suatu ukuran yang di lihat untuk menentukan variabel apa yang memiliki pengaruh paling besar dalam peningkatan kepuasan konsumen. Demikian saran ini semoga dapat menjadi masukan yang baik serta dapat memberikan gambaran yang positif bagi para pembaca karya tulis ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvionita, Dea (2022) Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar. Undergraduate thesis, Universitas Pendidikan Ganesha. Basu, Swasta dan Irawan. 2008. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty
- Fandy Tjiptono. 2012. Strategi Pemasaran, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Firdiyansyah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam. Skripsi 1-124.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryoko, Sapto (2020). Analisis Data Penelitian Kuantitatif, Cetakan ke-1. Makassar. Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar

- Harun, Haerul Isra. 2013. “Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Pengguna Game Pointblank”
- Kotler, Philip and Kevin L. Keller, 2009a. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13. Erlangga. Jakarta. , 2009b. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2011. Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong Gary (2011). 10th Edition. “Marketing an introduction”.Indonesia: Perason
- Lutfiyanto. (2016). Konsep perilaku manajerial. Edisi 1 jambi :Bumi Cakrawalah.
- Malik, Muhammad Ehsan., Ghafoor, Muhammad Mudasar., Iqbal, Hafiz Kashif. 2012. “Impact of 15 Brand Image, Service Quality and price on customer satisfaction in Pakistan Telecommunication sector”. International Journal of Business and Social Science, Vol. 3 No. 23, December 2012, 123-129
- Nandan dan Wilhlemus. (2012). Manajemen pemasaran teori dan aplikasi dalam bisnis. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Pane, N, D. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pasa Rumah Makan Sidempoon Medan. Skripsi 1-90.
- Pujawan. (2010). Riset Pemasaran Kontemporer, Edisi Pertama . Jakarta : Salemba Empat
- Stanton J. William, 2010, Prinsip Pemasaran, Penyadur Y. Lamarto, Edisi ke 7, Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.



Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : ALFABETA

Siregar, Syofian. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan

Perhitungan Manual & SPSS, Edisi Pertama, Jakarta: Kencana.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung:

PT Alfabet.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.

Tjiptono & Chandra, G. (2012). Pemasaran Strategik. Edisi Kedua. Yogyakarta Yogyakarta: ANDI

Tjiptono, Fandy. 2010, Strategi Pemasaran, Edisi 2, Andi Offset, Yogyakarta.

