

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN
HARGA PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA NICE SO KOTA MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh
Eling Rosa Sejati
22001081136



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

2024

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga produk terhadap kepuasan pelanggan Nice So di kota Malang. Bisnis di era sekarang banyak jenis usaha yang melakukan berbagai macam inovasi dengan kebutuhan yang diperlukan pelanggan, bentuk usaha yang banyak di kenal masyarakat sebagai contoh adalah Nice So. Merupakan swalayan yang menyediakan produk keperluan sehari-hari salah satunya ialah aksesoris, kelengkapan *fashion*, alat tulis kantor dan peralatan elektronik. Metode penelitian yang dilakukan adalah kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* berjumlah 87 responden. Analisa data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan harga produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, kualitas produk, harga produk, Nice So

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of service quality, product quality and product price on Nice So customer satisfaction in the city of Malang. In the current era, there are many types of businesses that carry out various kinds of innovations based on customer needs. An example of a form of business that is widely known to the public is Nice So. It is a supermarket that provides products for daily needs, one of which is accessories, fashion equipment, office stationery and electronic equipment. The research method used was quantitative. Sampling used non-probability sampling with purposive sampling technique totaling 87 respondents. Data analysis uses multiple linear regression analysis. The results of this research show that simultaneously service quality, product quality and product price have a significant effect on customer satisfaction. Partially, product quality has a significant effect on customer satisfaction and product price has a significant effect on customer satisfaction. However, this research proves that service quality does not have a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: customer satisfaction, service quality, product quality, product price, Nice So



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis di era sekarang banyaknya perusahaan jenis usaha yang melakukan inovasi dengan kebutuhan yang di perlukan pelanggan, kejadian ini akan memaksa pelaku pasar untuk bertindak cepat dengan menentukan dan agar dapat bertahan dipasar mereka dapat menerapkan strategi kompetitif. Jenis usaha banyak bergerak pada industri dagang yang berevolusi menjadi bentuk lebih modern, baik berupa toko, minimarket dan swalayan. sebuah bisnis tentunya mengharapkan keberhasilan ketika melakukan bisnis yang dijalankan, salah satu bentuk usaha dengan masyarakat adalah swalayan. Banyaknya swalayan beredar di masyarakat membuat swalayan melakukan inovasi yang lebih agar tetap bertahan dengan pesaing. Swalayan Nice So adalah bentuk swalayan yang cukup lengkap dalam menjual produk keperluan sehari-hari salah satunya ialah aksesoris.

Gambar 1. 1

Kecamatan di Kota Malang	Banyaknya Tempat Usaha dan Pedagang Menurut Kecamatan di Kota Malang					
	Tempat Usaha (Unit)			Pedagang (Orang)		
	2020 ¹⁾	2021 ¹⁾	2022 ¹⁾	2020 ¹⁾	2021 ¹⁾	2022 ¹⁾
Kedungkandang	1 803	1 803	1 883	1 375	1 375	925
Sukun	3 674	3 674	3 633	2 824	2 824	2 596
Klojen	7 812	7 812	8 101	4 296	4 296	4 535
Blimbing	2 670	2 670	2 668	1 931	1 931	2 187
Lowokwaru	1 112	1 112	1 116	478	478	768
KOTA MALANG	17 071	17 071	17 401	10 904	10 904	11 011

Sumber: Dinas Perdagangan Kota Malang, 2023

Data gambar 1.1 menunjukkan bahwa banyaknya tempat usaha dan pedagang di kecamatan kota malang dari tahun ke tahun terjadi peningkatan, di tahun 2020 terdapat tempat usaha sebesar 17.071 jumlah dari 5 kecamatan yang berada di kota malang, tahun 2021 tidak terjadi peningkatan masih sama seperti tahun sebelumnya, pada tahun 2022 terjadi peningkatan sebanyak 17.401 tempat usaha. Selain tempat usaha adapun peningkatan dari segi pedagang (orang) dimana pada tahun 2020 hingga 2021 sebanyak 10.904 pedagang dan terjadi peningkatan pada tahun 2022 yaitu 11.011 pedagang. Dari data tersebut maka dapat di simpulkan bahwa semakin banyak tempat usaha maka semakin banyak pula pesaingnya.

Menurut Irwan (2008:37), kepuasan pelanggan bergantung pada persepsi konsumen terhadap kinerja produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas jika harapannya terpenuhi, dan mungkin sangat puas jika harapan tersebut terlampaui. Irawan mengidentifikasi tiga faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga produk. Penting untuk dicatat bahwa pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga produk terhadap kepuasan konsumen tidak selalu dapat menciptakan kepuasan yang optimal bagi pelanggan.

Sementara itu, Penelitian ini di latar belakang oleh *research gap* pada penelitian terdahulu. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Napitupulu. (2019) pada PT Ramayana Lestari Sentosa mendapatkan kesimpulan bahwasanya Pengujian hasil menunjukkan bahwa Kualitas

produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan, namun berbeda dengan penelitian Dewi & Budiarti. (2021) pada toko *Queenstreetstore* yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh tidak signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, maka dengan itu untuk mengutamakan kualitas produk yang baik walaupun kualitas produk tidak mempengaruhi kepuasan pada hati pelanggan. Oleh karena itu dalam penelitian ini maka kepuasan pelanggan perlu dilakukan penelitian lebih lanjut karena memiliki hasil yang tidak signifikan, dalam kondisi persaingan yang ketat, hal utama yang harus diprioritaskan yaitu kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya akan menarik minat pelanggan untuk membeli ulang suatu produk, sehingga perusahaan dapat bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar.

Akan tetapi kualitas pelayanan dalam sebuah bisnis dapat meningkatkan kepuasan pembelian pada suatu bisnis, dimana pelayanan yang sesuai akan membuat pelanggan merasa puas dan sangat di hargai. Pelayanan adalah salah satu tugas yang harus dilakukan sesuai oleh karyawan, kualitas pelayanan yaitu memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan, kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan. Menurut Ansyari. (2017), mengatakan bahwa “kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan

pelayanan yang mereka terima”. Oleh karena itu kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dapat dilihat dari penelitian yang dilakukan oleh Arifudin & Muta’al (2023). Hasil penelitian pada kesimpulan menunjukkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Namun berbeda dengan penelitian Margareta Evy & Silva. (2021) pada Indomaret Sidoarjo yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Maka dari itu kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan perlu dilakukan penelitian lebih lanjut karena memiliki hasil yang tidak signifikan.

Selain itu, kualitas produk yang sesuai ialah suatu hal sangat penting untuk meraih pasar hal tersebut akan mengarah kepada kepuasan pelanggan. Semakin sesuai kualitas produk yang dimiliki suatu bisnis akan meningkatkan nilai jual yang tinggi. Kualitas produk memiliki hubungan erat dengan kepuasan pelanggan, kualitas memberikan sebuah dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan pada kebutuhan mereka. Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri atas sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka akan berusaha membuat produk yang berkualitas yang ditampilkan baik dari ciri-ciri luar (*design*) produk

ataupun inti (*core*) produk itu sendiri. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas di masa yang akan datang)". Maka dari itu mempertahankan sebuah kualitas produk sangat penting bagi sebuah bisnis karna akan berpengaruh kepada penilaian pelanggan. Pelaku bisnis harus mampu berinovasi agar produk yang dijual sesuai atau pantas dipergunakan oleh konsumen atau tidak. Oleh karena itu kualitas produk dinyatakan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dapat dilihat dari penelitian terdahulu Mahmud. (2021) pada Transmart Setia Budi Semarang. Dengan hasil penelitian menunjukkan kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Selanjutnya harga produk dapat menambah laba melalui penjualan. Maka dari itu pelaku usaha harus menetapkan harga sesuai dengan kemampuan produk sehingga dapat menarik konsumen untuk membeli dan perusahaan akan mendapatkan laba. Dalam hal ini harga mempengaruhi kepuasan pada konsumen, karena kebanyakan suatu usaha membuat harga yang mematok harga yang tidak sesuai sehingga pelanggan makin berkurang pada akhirnya pelanggan memilih tempat lainnya. Jeklin et al. (2016:23) berpendapat bahwa "harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dan harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur harga, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu". Maka dari itu perusahaan harus menetapkan harga sesuai dengan nilai yang diberikan dan

dipahami pelanggan. Oleh karena itu harga produk dinyatakan mempengaruhi kepuasan pelanggan dapat dilihat dari penelitian yang dilakukan Kristina. (2022) Pada PT. Swalayan Maju Bersama Glugur bahwasanya harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, artinya bahwa apabila harga kompetitif maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.

Untuk meningkatkan penjualan tentunya harus memiliki berbagai strategi agar bisa meningkatkan penjualan dan bersaing dengan swalayan-swalayan lainnya. Salah satu strategi yang dilakukan yaitu dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga produk agar dapat menarik perhatian dan kepuasan pelanggan. Permasalahan yang dialami Nice So kota Malang adalah bahwa persaingan antar swalayan di kota Malang sangat ketat sehingga pelanggan diberikan banyak pilihan untuk memilih swalayan mana yang mampu memenuhi kebutuhannya. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, Nice So terus berusaha menciptakan daya saing produk dengan mengandalkan desain produk lebih menarik dan meningkatkan kualitas kegunaan, merek yang ternama dan banyak dicari orang, serta kualitas pelayanan yang sangat bagus dan harga yang sesuai dengan ekonomi pelanggan saat ini.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga produk terhadap kepuasan pelanggan serta mengetahui faktor mana yang lebih cenderung mempengaruhi pembelian terhadap sebuah kepuasan pelanggan.

Pada penelitian ini objek penelitian yang dituju adalah pelanggan pada Nice So Kota Malang terutama mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2020, penelitian ini dilakukan dengan cara membagikan kuesioner pada pelanggan yang sudah pernah membeli barang pada swalayan Nice So. Dalam hal ini dapat di lihat penilaian seberapa baik kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga produk terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut maka peneliti melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Nice So Kota Malang” penelitian ini menggunakan studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2020.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka terdapat rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana deskripsi kualitas pelayanan, kualitas produk, harga produk dan kepuasan pelanggan ?
2. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga produk terhadap kepuasan pelanggan ?
3. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan ?
4. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan ?
5. Apakah ada pengaruh harga produk terhadap kepuasan pelanggan ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan maka tujuan antara lain sebagai berikut :

1. Untuk deskripsi pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, harga produk dan kepuasan pelanggan.
2. Untuk menganalisis kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga produk pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan
3. Untuk menganalisis kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan
4. Untuk menganalisis kualitas produk pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan
5. Untuk menganalisis harga produk pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

1.3.2 Manfaat Penelitian

a. Manfaat secara praktis :

Bagi swalayan Nice So, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam mengembangkan usaha swalayan Nice So dalam mengembangkan strategi guna menarik perhatian dan konsumen yang sekarang menjadi

kompetisi dalam pasar sehingga dapat memaksimalkan profit
swalayan Nice So.

b. Manfaat teoritis :

1) Bagi Akademis

Penelitian ini bisa dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi pembaca, memperkuat penelitian terdahulu dan diharapkan memberikan kontribusi pada perkembangan ilmu di bidang manajemen.

2) Bagi peneliti selanjutnya

Memberikan acuan bagi penelitian lebih lanjut dan menambah kajian ilmiah dan memberikan kemajuan ilmu pengetahuan dan diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan pengetahuan dan wawasan.

3) Bagi Objek Penelitian

Penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam mengambil kebijakan yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga produk terhadap kepuasan pelanggan , untuk dapat evaluasi strategi pemasaran guna dapat meningkatkan penjualan melalui kepuasan pelanggan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga produk pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan Nice So maka dapat diberi kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. Simpulan dari implementasi deskripsi yaitu :
 - a. Variabel kualitas pelayanan diukur dengan indikator bukti langsung (*Tangibles*), keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*) dan empati. Variabel kualitas pelayanan direfleksikan oleh indikator empati sebagai pelanggan dengan pernyataan pihak Nice So memprioritaskan kepentingan saya.
 - b. Variabel kualitas produk diukur dengan indikator kinerja, fitur, kesesuaian dengan spesifikasi, ketahanan, keandalan dan kesesuaian harga dan manfaat. Variabel kualitas produk direfleksikan oleh indikator kesesuaian dengan spesifikasi dengan pernyataan yaitu spesifikasi produk Nice So sesuai dengan fisik produk.
 - c. Variabel harga produk diukur dengan indikator keterjangkauan harga, kesesuaian harga, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat produk. Variabel harga produk direfleksikan oleh indikator kesesuaian harga dengan manfaat produk dengan pernyataan saya merasa produk Nice So sesuai dengan manfaat yang saya rasakan.

- d. Variabel kepuasan pelanggan diukur dengan indikator kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasi. Variabel kepuasan pelanggan direfleksikan oleh indikator minat berkunjung kembali dengan pernyataan saya akan berkunjung kembali ke Nice So jika saya membutuhkan barang yang sama.
2. Kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
 3. Kualitas pelayanan yang terdiri dari indikator bukti langsung (*Tangibles*), keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*) dan empati dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, akan tetapi pada item pernyataan jaminan (*Assurance*) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
 4. Kualitas produk yang terdiri dari indikator kinerja, fitur, kesesuaian dengan spesifikasi, ketahanan, keandalan dan kesesuaian harga dan manfaat dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
 5. Harga produk yang terdiri dari indikator keterjangkauan harga, kesesuaian harga, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat produk dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini memiliki keterbatasan yang dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi penelitian selanjutnya yang meneliti topik yang sama. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini yaitu :

1. Objek penelitian hanya difokuskan pada Nice So sehingga untuk hasil penelitian ini hanya digunakan untuk Nice So.
2. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya. Hal ini dapat disebabkan oleh perbedaan dalam pemikiran, anggapan dan pemahaman antar responden, faktor lain juga seperti tingkat kejujuran dalam pengisian kuesioner.

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dijalankan ada beberapa saran yang dapat diajukan, sebagai berikut :

1. Bagi penelitian selanjutnya
 - a. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk mengambil sampel yang lebih banyak, hal ini bertujuan untuk keakuratan data yang lebih baik dalam penelitiannya.
 - b. Diharapkan adanya tambahan variabel lain yang mungkin juga mempengaruhi banyak hal dalam penelitian ini.
2. Bagi perusahaan
 - a. khususnya Nice So kota Malang diharapkan untuk selalu meningkatkan dari segi kualitas pelayanan agar memberikan jaminan pengembalian dan penukaran barang seperti yang telah di tentukan perusahaan.

- b. Untuk selalu meningkatkan kualitas produk dengan desain yang realistis dan memudahkan pelanggan dalam membeli produk dengan tujuan meningkatkan jumlah pembelian pelanggan.
- c. Agar selalu konsisten dengan harga yang telah ditetapkan dan memberikan harga sesuai dengan kualitas dari sebuah produk agar pelanggan merasakan kepuasan dan melakukan pembelian ulang.



DAFTAR PUSTAKA

- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo
- Armstrong. 2016. *Marketing an Introduction*, Edisi 13, USA: Perason Education.
- Ansyari, U. L. (2017). Simpati Pada Mahasiswa Psikologi. *Universitas Medan*.
- Arifudin, A. A., & Muta'al, R. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Mulia Jaya Tondongkura Kecamatan Tondong Tallasa Kabupaten Pangkajene Dan Kepulauan. *Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology*, 1(1), 8–16. <https://doi.org/10.31004/ijmst.v1i1.54>
- Dewi, L. K., & Budiarti, A. (2021). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas *Queenstreetstore* Anindhyta Budiarti Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya arus modernisasi yang ada di Surabaya bahkan dipenjuru dunia . Fashion meliputi beberapa secara cepat menu. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(5), 1–19.
- Feigenbaum. 2000. Kendali Mutu Terpadu. Edisi Ketiga, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press
- Irawan, Handi, 2008. Membedah strategi Kepuasan pelanggan. Cetakan pertama: PT. Gramedia: Jakarta
- Jeklin, A. 2016. Analisis Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Dan Solvabilitas Terhadap *Price Earning Ratio (Per)* Perusahaan Pt.Imsc Madiun Dan Perusahaan Sub Sektor Transportasi Di Bei. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, July, 1–23.
- Khoiruman, K. (2020). Pembelajaran Materi PAI Berwawasan Multikultural. *Jurnal Pendidikan Edukasia Multikultura*, 13(2), 8–10.

<https://ejournal.iainbengkulu.ac.id/index.php/multikultura/article/view/3400>

- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2009), Manajemen Pemasaran, Edisi 13. Jakarta.
- Kottler, P. (2011). Manajemen pemasaran, Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Kristina. (2022). Pengaruhkualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Pasar Swalayan Maju Bersama Glugur. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 6(1), 68–78.
- López, I. dan J. P. Parra, (2016), *Is a most helpful eWOM review really helpful? The impact of conflicting aggregate valence and consumer's goals on product attitude*, *Internet Research*, Vol. 26 Iss 4 pp.
- Lupiyoadi, R. (2020). Manajemen Pemasaran Jasa : Berbasis Kompetensi. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Mahmud, N. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Transmart Setiabudi Semarang. *Jnomi Dan Bisnis STIE Anurnal Ekoindyaguna*, 3(1), 159–167.
- Margareta Evy da Silva. (2021). Quality of Service and Price Perception Affect Customer Loyalty With Consumer Satisfaction As a Mediation Variables. *Journal of Applied Management and Business (JAMB)*, 1(2), 25–31. <https://doi.org/10.37802/jamb.v1i2.144>
- Mukarom, Zaenal dan Muhibudin Wijaya Laksana. Manajemen Pelayanan Publik. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2015.
- Mursid, M. 2014. Managemen Pemasaran, Bumi Aksara, Jakarta
- Napitupulu, F. (2019). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Ramayana Lestari Sentosa. *Kinerja*, 16(1), 1–9.
- Novi, Semmaila, I., Kusyana, D. N. B., & Pratiwi, K. A. (2019). Tata Kelola. Pengaruh kualitas Layanan Dan KuaLitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Widya Manajemen*, 7(2), 21–39. <http://pasca-umi.ac.id/index.php/tata/article/view/174>

- Payne, A. (2011). *Pemasaran jasa (The Essence of Service Marketing)* terjemahan Fandy Tjiptono, Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi
- Rahmayanti, D., & Afrinando, R. (2016). *Perancangan Sistem Informasi pada Bagian Gudang PT. PN VI Unit Usaha Ophir. Jurnal Optimasi Sistem Industri: 12(2), 420-426.*
- Ramli, Samsul, 2013. *Bacaan Wajib Para Praktisi Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah*, Visi Media, Jakarta.
- Rangkuti. 2006. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Jakarta : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.*
- Srilestari, K., Management, P. B., Manajemen, P. S., Bisnis, F., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2022). *Kepuasan Pelanggan Pada Supermarket Super Indo Di Kota Surabaya. 10(1).*
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung
- Tjiptono, 2008 .*Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Pemasaran Jasa.* Yogyakarta. Andi
- Widyastuti, P. (2018). *Kualitas dan Harga sebagai Variabel Terpenting pada Keputusan Pembelian Sayuran Organik.* Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 2 No. 1, pp 17-28.
- Zikmund, William G, 2003. *Customer Relationship Management: Integrating Marketing Strategy and Information Technology.* USA: John Willey & Sons, Ltd.