

---

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN JASA EVENT ORGANIZER CV. BEE PRODUCTION KOTA MALANG**

Oleh

Yusril Deva Fadhila<sup>1</sup>, Sri Hastari<sup>2</sup>, Dwita Laksmi Rachmawati<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan

Email : <sup>1</sup>[ysdevf08@gmail.com](mailto:ysdevf08@gmail.com), <sup>2</sup>[sri.hastari@gmail.com](mailto:sri.hastari@gmail.com), <sup>3</sup>[laksmitadwita@gmail.com](mailto:laksmitadwita@gmail.com)

---

**Article History:**

Received: 21-06-2024

Revised: 18-07-2024

Accepted: 24-07-2024

**Keywords:**

Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

**Abstract:** Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa event organizer CV. Bee Production Kota Malang. Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan cara menyebarkan kuesioner. Populasinya adalah pelanggan yang sudah menggunakan jasa CV. Bee Production di Kota Malang selama bulan Maret-April 2024 sebanyak 69 dokter. Teknik pengambilan sampel menggunakan dengan teknik sensus/sampling jenuh. Dalam penelitian menghasilkan, antara lain : 1). Harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kota Malang. 2). Harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pelanggan yang menggunakan jasa CV. Bee Production. 3). Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pelanggan yang menggunakan jasa CV. Bee Production. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan terkait dengan pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Serta disarankan penelitian kedepannya menambah variabel diluar variabel yang belum diteliti dalam penelitian ini, serta dapat meningkatkan nilai kepuasan pelanggan dalam bidang pelayanan jasa

---

**PENDAHULUAN**

Perkembangan zaman menjadikan banyaknya persaingan membuat perusahaan harus selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang lebih baik dari yang dilakukan oleh para pesaing. Hal ini disebabkan oleh pelanggan yang semakin selektif dalam memilih produk atau jasa untuk digunakan. Dalam bisnis untuk memenangkan persaingan, kepuasan pelanggan merupakan faktor yang paling penting.

Kepuasan pelanggan menjadi perhatian bagi perusahaan dalam mengembangkan strategi pelayanannya dan menjadi tujuan utama perusahaan. Salah satu cara agar kepuasan pelanggan tercapai yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dari perusahaan itu

sendiri. Manfaat yang didapatkan ialah hubungan antara pelanggan dengan perusahaan atau pelayanan jasa menjadi harmonis, pelanggan menggunakan ulang produk atau jasa, pelanggan menjadi loyal terhadap perusahaan serta terbentuknya rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan perusahaan atau penyedia jasa.

*Event Organizer* adalah pihak atau penyedia jasa profesional yang mengatur keberlangsungan suatu acara. Jasa *Event Organizer* pada saat ini diperlukan oleh perseorangan, instansi maupun perusahaan untuk menjalankan suatu acara atau event yang dapat berjalan dengan lancar dan mendapatkan hasil yang memuaskan. Perusahaan EO diharuskan memiliki strategi dalam memasarkan jasanya dan memberikan pelayanan yang berkualitas. Hal ini dapat dilihat dari munculnya inovasi baru yang diciptakan oleh berbagai pihak *Event Organizer*. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti harga yang ditawarkan dan kualitas pelayanan dalam event.

Harga merupakan hal penting yang diperhatikan oleh pelanggan dalam membeli produk atau jasa. Harga juga merupakan faktor penting untuk pelanggan dalam mengambil keputusan untuk melakukan transaksi atau tidak. Harga sebuah produk atau jasa merupakan faktor penentu dalam permintaan pelanggan. Jika pelanggan merasa cocok dengan harga yang ditawarkan, maka mereka akan cenderung menggunakan ulang penyedia jasa seperti EO yang sama untuk acara yang lainnya. Apabila harga yang ditawarkan oleh EO tidak sesuai dengan pelanggan, maka tidak dapat dipungkiri pelanggan tersebut dapat beralih ke EO yang lain. Hal ini menyebabkan EO kehilangan calon pelanggan.

Selain adanya harga dalam kepuasan pelanggan, pelanggan cenderung sensitif terhadap kualitas pelayanan dari suatu produk atau jasa. Pelanggan sangat memperdulikan kualitas pelayanan, sehingga perusahaan *EO* harus memperhatikan dalam melayani pelanggan yang akan menjadikan dampak positif bagi EO. Perlu kreativitas dalam memperbaiki kualitas pelayanan yang menarik bagi pelanggan untuk meningkatkan pelayanan.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011: 164), kualitas pelayanan menjadi ukuran kesempurnaan sebuah produk atau jasa. Menurut Ratih (2010) kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang diterima dengan layanan diharapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan perusahaan EO, hal ini melibatkan seluruh sumber daya yang perusahaan EO.

*CV. Bee Production* (Beeprod) merupakan salah satu *Event Organizer* yang menyediakan jasa khususnya pada event-event bidang kesehatan. Banyaknya event yang diselenggarakan serta pesaing *Event Organizer*, Beeprod melakukan banyak inovasi agar mempertahankan kepuasan pelanggannya. Namun persaingan harga dan kualitas dari berbagai *EO* menyebabkan Beeprod ingin mengetahui apakah penawaran harga serta kualitas pelayanan yang diberikan selama mengadakan event bidang Kesehatan baik di taraf nasional maupun internasional khususnya di Kota Malang dapat memberikan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis uraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada jasa *Event Organizer CV. Bee Production* (BeeProd) yang penulis tuangkan ke dalam sebuah skripsi dengan mengambil judul "Pengaruh Harga

dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa *Event Organizer CV. Bee Production Kota Malang*".

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian yang bersifat kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018 : 130) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian tentang " Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Event Organizer *CV. BEE PRODUCTION* Kota Malang " ini adalah dokter yang pernah menggunakan jasa CV. Bee Production Kota Malang selama bulan Maret-April 2024.

Pada penelitian ini digunakan teknik sampling berupa pengambilan sampel dengan teknik sensus/ sampling jenuh. Samping sensus, yaitu "Teknik pengambilan sampel dimana seluruh anggota populasi di jadikan sampel semua". Sugiyono (2019: 140). Oleh karena itu, sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu sampel jenuh atau semua anggota populasi sebanyak 69 responden. . Dalam rangka memperoleh sejumlah data yang dibutuhkan, maka peneliti melakukan penelitian ke lingkungan kerja *CV. Bee Production (Beeprod)* Kota Malang dengan menggunakan kuesioner.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah instrumen atau kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada instrumen atau kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018:51).

Variabel	R Hitung	R table	Keterangan
Harga (X1)			
X1.1	0.783	0.2335	Valid
X1.2	0.594	0.2335	Valid
X1.3	0.617	0.2335	Valid
X1.4	0.822	0.2335	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)			
X2.1	0.618	0.2335	Valid
X2.2	0.723	0.2335	Valid
X2.3	0.604	0.2335	Valid

X2.4	0.651	0.2335	Valid
X2.5	0.709	0.2335	Valid
X2.6	0.557	0.2335	Valid
X2.7	0.551	0.2335	Valid
X2.8	0.491	0.2335	Valid
X2.9	0.573	0.2335	Valid
X2.10	0.629	0.2335	Valid
X2.11	0.669	0.2335	Valid
X2.12	0.618	0.2335	Valid
X2.13	0.551	0.2335	Valid
X2.14	0.588	0.2335	Valid
X2.15	0.587	0.2335	Valid
X2.16	0.617	0.2335	Valid
X2.17	0.557	0.2335	Valid
X2.18	0.509	0.2335	Valid
X2.19	0.478	0.2335	Valid
X2.20	0.619	0.2335	Valid
X2.21	0.486	0.2335	Valid
X2.22	0.551	0.2335	Valid
X2.23	0.62	0.2335	Valid
X2.24	0.538	0.2335	Valid
X2.25	0.671	0.2335	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)			
Y1	0.8	0.2335	Valid
Y2	0.792	0.2335	Valid

Y3	0.792	0.2335	Valid
----	-------	--------	-------

Diketahui bahwa pertanyaan yang diajukan kepada responden diperoleh valid karena  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Dalam penelitian ini diketahui  $r$  tabel untuk sampel 69 orang yaitu 0.2335. dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semua pertanyaan dalam setiap indikator dinyatakan valid dan layak untuk menjelaskan indikator yang sedang diteliti.

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:45) reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi hasil pengukuran dari kuesioner dalam penggunaan yang berulang. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai ( $\alpha$ ) 0,60.

Variabel	Koefisien Alpha Cronbach	Alpha	Keterangan
Harga (X1)	0,639	0,6	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,922	0,6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,707	0,6	Reliabel

Diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* pada semua variable dependen dan variable independent 0,639; 0,922; 0,707 yang artinya nilainya lebih besar dari 0,6. Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, maka dapat dinyatakan bahwa variabel dari kuesioner dalam penelitian dinyatakan reliabel.

## 3. Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2011) uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat (*dependent*) dan variabel bebas (*independent*) memiliki kontribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini akan menggunakan uji statistik *One Sample Kolmogorof-Smirnov*. Suatu data dikatakan normal jika mempunyai nilai signifikansi lebih dari 0,05.

Kriteria	Nilai Sig	Keterangan
Asymp. Sig	0.200	Berdistribusi Normal

Hasil uji normalitas dengan *Kolmogorof-Smirnov* test yang terdapat pada tabel diperoleh nilai *Asymp. Sig.* sebesar 0.2  $>$  0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

#### 4. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018:107) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Adanya multikolinieritas dilihat dari *Tolerance Value* atau nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*. Jika nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* tidak lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,1, maka model dikatakan terbebas multikolinieritas.

Variabel	Toleransi	VIF	Keterangan
Harga (X1)	0.988	1.012	Tidak terjadi multikolinieritas
Kualitas Pelayanan (X2)	0.988	1.012	Tidak terjadi multikolinieritas

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas tabel diatas dapat diketahui nilai VIF sebesar  $1,012 < 10$  dan toleransi sebesar  $0,988 > 0,1$ . Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas pada kedua variabel.

#### 5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui atau mengukur hubungan antara Harga (X<sub>1</sub>) dan Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Sehingga persamaan umum regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah

$$Y = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + e$$

Variabel Independen	Variabel Dependen	Unstandarized Coefficient		Sig.	Pengaruh
		B	Std. Error		
Constant		-2.910	1.653	0.083	
Harga (X1)	Kepuasan Pelanggan (Y)	0.021	0.063	0.741	Negatif
Kualitas Pelayanan (X2)		0.140	0.012	0.000	Positif

$$Y = -2.910 + 0.021 X_1 + 0.140 X_2$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

- 1). Jika semua variabel independen yaitu Harga (X<sub>1</sub>) dan Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) bernilai 0 atau tidak terdapat perubahan maka nilai Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar -2.910.
- 2). Jika variabel Harga (X<sub>1</sub>) mengalami kenaikan 1 satuan maka Kepuasan Pelanggan akan naik sebesar 0.021 atau 0,2% dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Dengan nilai signifikansi  $0.741 > 0.05$ .
- 3). Jika variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka

Kepuasan Pelanggan akan naik sebesar 0.140 atau 1,4% dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Dengan nilai signifikansi  $0,000 < \text{nilai signifikansi } 0,05$ .

### Uji Hipotesis

#### 1. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2018:179) uji pengaruh bersama-sama digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau joint mempengaruhi variabel dependen. Jika signifikansi F hitung lebih kecil dari 0.05, maka hipotesis diterima, artinya variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

Variabel Independen	Variabel Dependen	F hitung	F tabel	Signifikansi	Keterangan
Harga dan Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan	69.483	3.13	0.000	Menerima H1

Berdasarkan hasil uji simultan (Uji F) tabel diatas dapat dilihat bahwa uji simultan ini menghasilkan nilai F hitung sebesar 69.483 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai F tabel untuk model regresi diatas adalah sebesar 3,13. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

#### 2. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika signifikansi t hitung lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis diterima, yang artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Variabel Independen	Variabel Dependen	T hitung	T tabel	Signifikansi	Keterangan
Harga (X1)	Kepuasan Pelanggan	0.331	1.996	0.741	Menerima H <sub>0</sub>

Dari tabel diatas terlihat bahwa pengujian hipotesis Harga menunjukkan nilai t hitung  $0.331 < t \text{ tabel } 1.996$  dan signifikansi t hitung sebesar 0.741 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini menerima H<sub>0</sub> yang berarti Harga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Variabel Independen	Variabel Dependen	T hitung	T tabel	Signifikansi	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X2)	Kepuasan Pelanggan	11.679	1.996	0.000	Menerima H <sub>1</sub>

Dari tabel diatas terlihat bahwa pengujian hipotesis Kualitas Pelayanan menunjukkan nilai t hitung  $11.679 > t$  tabel  $1.996$  dan nilai signifikansi sebesar  $0.000$  lebih kecil dari taraf signifikansi  $0,05$ . Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini menerima H<sub>1</sub> yang berarti Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

## Pembahasan

### 1. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa dalam penelitian ini menerima H<sub>1</sub> yang berarti Harga dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

*CV. Bee Production* menawarkan layanan yang berkualitas tinggi dapat menetapkan harga yang lebih premium karena pelanggan bersedia membayar lebih untuk yang berkualitas. Selain itu *BeeProd* dapat menawarkan harga yang murah namun tetap memastikan memberikan kualitas pelayanan yang baik agar pelanggan tetap merasa puas.

### 2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa dalam penelitian ini menolak H<sub>1</sub> yang berarti Harga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini dikarenakan untuk event-event yang diadakan oleh pihak kedokteran tidak terlalu mempertimbangkan harga. Para dokter lebih mengutamakan kualitas pelayanan dan melalui rekomendasi.

### 3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian menerima H<sub>1</sub> yang berarti Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

*CV. Bee Production* memiliki strategi untuk mempertahankan kepuasan pelanggan dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik. Sehingga pelanggan tertarik dan menggunakan jasa *Beeprod* kembali bahkan dapat merekomendasikan kepada pelanggan yang lain.

## KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Event Organizer *CV. BEE PRODUCTION* Kota Malang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan uji simultan (Uji F) maka hasil penelitian membuktikan bahwa semua variabel mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

2. Berdasarkan uji parsial (Uji t), hasil penelitian membuktikan bahwa dimensi dari variabel independen Harga memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Sedangkan variabel Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ananta, Reihan Vito. 2022. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dompot Digital Dana." *Convention Center Di Kota Tegal* (2012): 6–32.  
[http://repository.umsida.ac.id/bitstream/handle/123456789/10559/BAB II.pdf?sequence=6&isAllowed=y](http://repository.umsida.ac.id/bitstream/handle/123456789/10559/BAB%20II.pdf?sequence=6&isAllowed=y).
- [2] Andi Riyanto. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Price Discount Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Kepuasan Pelanggan*: 19.
- [3] Didi, Didi Sartika. 2020. "Manajemen Pendidikan Tinggi Islam (Upaya Mereposisi Dan Merekonstruksi Lembaga Pendidikan Tinggi Islam Di Era Globalisasi)." *Southeast Asian Journal of Islamic Education Management* 1(2): 177–94.
- [4] Ghozali. 2019. "Stie Indonesia." *Bab III*: 1–9.
- [5] Li, B A B, and Pengertian Kepuasan Pelanggan. "Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani, Manajemen Pemasaran Jasa , Jakarta: Salemba Empat, 2016, 5. 15." : 15–26.
- [6] Li, B A B, and Tinjauan Pustaka. 2009. "Product As Anything That Can Be Offered To a Market for Attention, Acquisition Use, or Consumption and That Might Satisfy a Want or Need."
- [7] Imron, Imron. 2019. "Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang." *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)* 5(1): 19–28.
- [8] ames W, Elston D, Treat J et al. 20ADa. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen." *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology*.: 8–29.
- [9] ———. 20ADb. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan." *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology*.: 11–33.
- [10] Kotler, P. & Keller, K.L. 2012. "Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Ke 12. Jakarta: Erlangga." 2012: 1–64.
- [11] Made Sandi Merta, Nyoman Trisna Herawati. 2022. "Analisis Transparansi Dan Akuntabilitas Pengelolaan Keuangan Upacara Ngaben Keluarga 'Nyama Sanggah' Pekarangan Arya Nyuh Aya Di Desa Kusamba, Kecamatan Dawan, Kelungkung Bali." *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika, Vol. 12 No. 1, Januari-April 2022 ISSN: 2599-2651* 2(2): 378–85.
- [12] Mailina, Indah, and Tria Patriani. 2023. "Event Management PT Neo Expo Promosindo Dalam Membangun Citra Perusahaan (Studi Deskriptif Pada Event IFBC 2022)." *Event Management PT Neo Expo Promosindo Dalam Membangun Citra Perusahaan (Studi Deskriptif Pada Event IFBC 2022)* 2(2): 44–50.
- [13] Mentor, Katarina Podlogar. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV GLOBAL AC BANJARBARU." (112): 255–62.

- 
- [14] Muawanah, Siti, and Pranitasari Sp. 2020. "Dan Kepercayaan Pengguna Jasa Pengiriman Paket Pt . Jalur Nugraha." : 0-18.
- [15] NS Ramadhini. 2022. "Indikator Kepuasan Pelanggan." *Journal ilmiah* vol 5 no 2: 11.
- [16] Nuraeni. 2021. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI ONLINE GRAB (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi S1 Manajemen 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang)." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 8(1): 94-100.
- [17] Purba, Yeni Marchna Sari. 2021. "Implementasi Program Diklat Berjenjang Tingkat Dasar Dalam Jaringan Untuk Meningkatkan Kompetensi Pendidik PAUD Universitas Pendidikan Indonesia." / *Repository.Upi.Edu | Perpustakaan.Upi.Edu*: 1-9.
- [18] Sugiarto. 2016a. "Pengaruh Etos Kerja Dan Perilaku Kewirausahaan Terhadap Kinerja Perusahaan (Survey Pada Perusahaan Keramik Di Kecamatan Plered Kabupaten Purwakarta)." 4(1): 1-23.
- [19] ———. 2016b. "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi." 4(1): 1-23.
- [20] Sugiyono. 2018. "Manajemen." *Manajemen*: 13-20.
- [21] Sulistyawati, Ni Made Arie, and Ni Ketut Seminari. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 4(8): 2318-32.
- [22] Wisnu W, Lalu Muhammad, Akhmad Saufi, and Baiq Handayani Rinuastuti. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Medina Wedding Organizer." *Jmm Unram - Master of Management Journal* 12(4): 349-60.