

Hubungan Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Banana Roll, Medan

Dewi Sintauli Zebua¹, Yuliana^{1,*}

¹Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Cendana, Medan, Indonesia

Email: ¹dewisintauli832@gmail.com, ^{2,*}yuliana_njo@yahoo.com

Email Penulis Korespondensi: yuliana_njo@yahoo.com

Abstrak-Penelitian ini membahas tentang kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Banana Roll, Medan. Metode Pengumpulan Data menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data pokok. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Banana Roll. Penelitian ini akan diambil sampel 96 responden dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas (Kolmogorof Smirnov), (Uji Multikolinearitas), (Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser), Regresi linear berganda, Uji F, Uji Hipotesis (Uji-t), dan Analisis Koefisien Determinasi (R²) dengan menggunakan bantuan Software SPSS 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, secara parsial harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan secara simultan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien determinasi menunjukkan variabel kualitas pelayanan dan harga mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 63,9% dan sisanya 36,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak di uji dalam metode penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Harga; Kepuasan Pelanggan.

1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi yang semakin meningkat ini dunia usaha berkembang dengan sangat pesat, salah satunya bisnis dibidang kuliner, banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Untuk menghadapi situasi yang demikian, pengusaha harus mampu mengambil keputusan agar usaha yang di dirikannya dapat berkembang dengan baik. Pelaku usaha dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami dan mempertahankan kebutuhan dan keinginan pelanggannya, dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya.

Faktor keberhasilan suatu usaha ditengah iklim persaingan yang begitu ketat adalah dengan perhatian terhadap konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan atas pelayanan, itu sebabnya, memberikan sesuatu yang berharga dan memberikan kepuasan dengan kemampuan yang sesuai dengan produk yang ditawarkan dan kualitas produk merupakan tuntutan sebuah perusahaan (Sanjaya et al., 2024). Untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen, dan menciptakan keunggulan khusus maka profit strateginya adalah menciptakan kualitas pelayanan yang baik. karena kepuasan pelanggan ada pada perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik (Chandra, 2023; Evelin et al., 2023). Karena mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar pelanggan merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan merupakan salah satu bentuk usaha dari kualitas pelayanan terwujudnya kepuasan pelanggan yaitu dengan adanya kualitas pelayanan yang baik (Martono et al., 2021).

Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga, karena harga yang tidak cocok akan mengakibatkan perusahaan menjadi bangkrut dan harus sesuai dengan perekonomian pelanggan supaya konsumen dapat membeli barang (Widyantara et al., 2018). Karena bagi pembeli, bahan pertimbangan dalam mengambil Kepuasan Pelanggan adalah harga (Diamontina et al., 2024). Karena persepsi pelanggan mengenai produk di pengaruhi oleh harga suatu produk untuk membangun nilai-nilai tertentu pelanggan harus memiliki pengalaman suatu produk atau jasa yang ditawarkan karena merupakan bagian dari faktor penentu kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan dengan memberikan produk atau jasa yang berkualitas baik dapat memenuhi harapan pelanggan serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan di bandingkan dengan pesaing yang ada (Diamontina, 2023).

Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan pelanggannya tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha (Haq, 2018). Kelangsungan hidup dari bisnis yang dijalankan ditentukan oleh bagaimana strategi yang digunakan oleh suatu perusahaan dalam rangka memuaskan kebutuhan para pelanggan sesuai dengan apa yang diharapkan bahkan melampauinya. Pelaku usaha harus selalu mengamati perubahan perilaku pelanggan, sehingga dapat mengantisipasi perubahan perilaku pelanggan tersebut, agar produk yang ditawarkan dapat laku terjual. Pemahaman tentang perilaku mereka sangat penting karena dapat dijadikan modal penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuannya termasuk salah satunya adalah mencapai kepuasan mereka (pelanggan). Adapun beberapa penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: a) Perkasa *et al.*, (2020) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga, terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Jajanan Pasar Sari Roso di Kabupaten Blitar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian, secara parsial kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif

dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Serta, Harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. b) Rusmita, Sulton and Arifien, (2019) dengan judul Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. JNE Cabang Lamongan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian secara keseluruhan memiliki implikasi bahwa kualitas layanan dan harga merupakan faktor penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan JNE. c) Christono and Chairiah, (2019) dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang berarti bahwa pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan dan harga yang diberikan. Hasil temuan dalam penelitian ini diketahui adanya beberapa indikator yang menjadi keunggulan dari perusahaan yang harus dipertahankan dan ada juga beberapa indikator yang masih menjadi kelemahan yang harus diperbaiki.

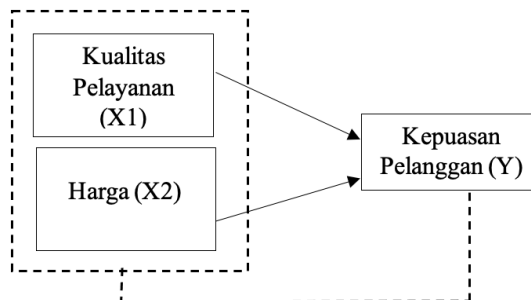
Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan sekarang ialah variabel dan metode penelitian yang digunakan, sedangkan perbedaannya adalah tempat dan waktu penelitian. Banana Roll merupakan salah satu UMKM yang menjual Snack olahan Pisang. Banana Roll terletak di jalan Tempuling Medan. Berdasarkan hasil pra survey penelitian yang dilakukan oleh penulis beberapa waktu lalu terdapat keluhan dari pelanggan terkait pemberian harga dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Pegawai Banana Roll. Salah satu konsumen menyampaikan harga sepersi Banana Roll adalah Rp.15.000,- dinilai masih kurang *worth* dengan produk yang diberikan. Selain itu pelanggan sering menunggu terlalu lama akibat proses pengolahan makanan yang tergolong masih lambat.

Banyak hal menjadi pertimbangan konsumen untuk sampai pada keputusan memilih tempat membeli makanan tertentu. Pihak pengelola harus berusaha untuk memenuhi kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik itu kualitas pelayanan, harga maupun lokasi, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya, jika hal tersebut diabaikan, makan akan terjadi kesenjangan antara keinginan (harapan) konsumen terhadap harga menu yang ada, oleh sebab itu berhasil tidaknya perusahaan dalam berkomunikasi dengan para pelanggan tergantung pada kualitas pelayanan yang terbaik, harga yang terjangkau dan lokasi yang mudah dijangkau pula. Berdasarkan fenomena masalah diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Hubungan Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Banana Roll, Medan”.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Kerangka Dasar Penelitian

Dengan demikian, kerangka teori merupakan teori atau konsep-konsep yang akan dijadikan dasar dalam penelitian. Tujuan dalam membuat kerangka pikir adalah untuk mempermudah menjelaskan maksud peneliti dalam penelitian ini.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

2.2 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap pertanyaan penelitian. Pertanyaan penelitian berasal dugaan-dugaan penyebab masalah yang bersumber dari hasil penelitian serta pengalaman atau pengamatan peneliti. (Heryana, 2020) Alasan dikatakan sementara karena jawaban yang didapat baru didasarkan pada teori dan belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang didapat melalui pengumpulan data. Adapun hipotesis dari penulis adalah :

Ha1 : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Banana Roll

Ho1 : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Banana Roll

Ha2 : Terdapat pengaruh harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Banana Roll

Ho2 : Tidak terdapat pengaruh harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Banana Roll

Ha3 : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Banana Roll

Ho3 : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Banana Roll

2.3 Tahapan Penelitian

Penelitian merupakan kegiatan mencari kebenaran berdasarkan pengetahuan dan ilmu yang dimiliki oleh seseorang (Veronica et al., 2022). Metode penelitian adalah cara ilmiah guna memperoleh bukti atau informasi agar tercapainya tujuan dan manfaat yang diinginkan (Sujarweni, 2019). Penelitian berdasarkan sifat datanya tergolong menjadi dua, yaitu:

a. Penelitian Kualitatif

Menurut Strauss dan Corbin dalam (Sujarweni, 2019), penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistic atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Tujuan utama penelitian kualitatif adalah untuk memahami fenomena atau gejala social dengan cara memberikan pemaparan berupa penggambaran yang jelas tentang fenomena atau gejala social tersebut dalam bentuk rangkaian kata yang pada akhirnya akan menghasilkan sebuah teori (Sujarweni, 2019).

b. Penelitian Kuantitatif

Penelitian Kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistic atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). (Sujarweni, 2019)

Menurut (Rachman, 2022), dalam metodologi penelitian ilmiah dikenal adanya tiga tingkatan penelitian, sbb:

a. Penelitian eksploratif

Penelitian eksploratif adalah tingkat penelitian awal yang sifatnya penjelajahan, sama sekali belum mengetahui apa yang terjadi di lapangan studinya. Pada penelitian jenis ini (meskipun metodenya kuantitatif), penelitian tidak memerlukan hipotesis, karena tujuannya untuk menemukan berbagai variabel yang terlibat dalam suatu masalah yang sedang dikaji.

b. Penelitian deskriptif.

Apabila melalui penelitian eksploratif dapat ditemukan berbagai ragam variabel yang terlibat dalam sasaran studinya, maka dalam penelitian deskriptif, peneliti dapat melakukan prediksi terhadap variabel-variabel yang terlibat dalam kaitan hubungan tingkat korelatif. Oleh sebab itu bila menggunakan metode penelitian kuantitatif pada tataran deskriptif ini sudah memerlukan hipotesis, dan teknik analisis datanya nanalisis statistik regresi, analisis jalur, atau analisis hubungan struktural linier, dengan rumusan korelasi.

c. Penelitian eksplanatif

Penelitian eksplanatif mengarahkan studinya pada analisis sebab-akibat (hubungan kausal), sebagai pemantapan prediksi lanjutan dari terbuktinya korelasi yang signifikan antar variabel (*independent-dependent*), yang terlibat.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan eksplanatif karena penulis ingin menganalisis hubungan antar variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan menggunakan prosedur statistik.

2.4 Lokasi dan Waktu

Penelitian ini dilakukan di Banana Roll berlokasi di Jl. Tempuling, Medan, Sumatera Utara. Penelitian ini dilakukan dari bulan Februari 2024 – Juli 2024.

2.5 Identifikasi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono, variabel penelitian adalah sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut (Ansori, 2020). Menurut (Ansori, 2020), terdapat macam-macam variabel berdasarkan hubungan antara satu variabel dengan variabel lain, sbb :

a. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Apabila terdapat dua variabel yang saling berhubungan, sedangkan bentuk hubungannya adalah bahwa perubahan variabel yang memengaruhi atau menyebabkan perubahan variabel yang lain, maka variabel yang memengaruhi atau variabel penyebab tersebut merupakan variabel bebas (*independent variabel*).

b. Variabel Bergantung (*Dependent Variable*)

Apabila terdapat dua variabel yang saling berhubungan, sedangkan bentuk hubungannya adalah bahwa perubahan variabel yang satu memengaruhi atau menyebabkan perubahan variabel yang lain, maka variabel yang dipengaruhi atau variabel yang disebabkan, merupakan variabel tidak bebas atau bergantung (*dependent variable*).

c. Variabel Moderator (*Moderating Variable*)

Variabel moderator merupakan variabel yang mendukung atau memperlemah hubungan antara variabel dependen dan variabel independen.

d. Variabel Perantara (*Intervening Variable*)

Variabel *intervening* merupakan variabel yang secara teoritis memengaruhi fenomena yang diteliti, namun tidak dapat atau sulit untuk diamati dan diukur secara jelas.

e. Variabel Kontrol (*Control Variable*)

Variabel kontrol adalah variabel yang dikendalikan, atau dibuat konstan, sehingga pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen tidak dipegaruhi oleh faktor luar atau faktor lain yang tidak diteliti.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas (Kualitas Pelayanan, Harga) dan variabel bergantung (Kepuasan Pelanggan).

2.6 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diharapkan oleh peneliti untuk dipelajari dikemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Banana Roll yang masih belum diketahui jumlahnya. Sampel merupakan suatu bagian

dari populasi. Menurut Siregar, (2017:30), sampel adalah suatu prosedur pengambilan data di mana hanya sebagian populasi yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi. Teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah teknik non-probability sampling dengan metode accidental sampling, yaitu teknik sampel berdasarkan kebetulan saja, anggota populasi yang ditemui peneliti dan bersedia menjadi responden untuk dijadikan sampel (Elvina et al., 2021).

Dikarenakan jumlah populasi pada penelitian belum diketahui dengan pasti, maka dalam menentukan jumlah sampel dengan menggunakan pendekatan Isac Michel (dalam Siregar, 2017:34) yaitu:

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 p.q}{e^2} \quad (1)$$

Dimana:

n = sampel

p = proporsi populasi

q = 1-p

Z α = tingkat kepercayaan/signifikan

a = margin of error

Dalam penelitian ini tingkat kepercayaan/signifikan ditentukan sebesar 95% maka, nilai dari Z $\alpha/2$ adalah sebesar 1,96 dan tingkat kesalahan sampel dalam penelitian ditentukan sebesar 5%. Berdasarkan penetapan tersebut dapat diperoleh jumlah sampel yang dibutuhkan, yaitu:

$$n = \frac{1,96 \times 0,25}{0,05}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan diatas, jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 96,04 dibulatkan menjadi 96 orang.

2.7 Data Penelitian

2.7.1 Jenis dan Sumber Data

Menurut Mukhadis (2021), jenis data dibagi menjadi 4 yaitu:

a. Jenis Data Nominal

Jenis data nominal, lazimnya diperoleh dari hasil penghitungan atau pencacahan dari karakteristik suatu atribut sampel. Data jenis ini lebih bersifat deskrit dan representasi angka untuk kepentingan kategorial, sehingga tidak memiliki makna kuantitatif.

b. Jenis Data Ordinal

Jenis data ordinal, lazimnya diperoleh dari hasil pengukuran, utamanya pengukuran dengan instrumen yang berbentuk non-tes, dapat berupa kuesioner atau bentuk lain. Representasi angka-angka dalam data jenis ini, tidak hanya untuk kepentingan kategorial, tetapi juga untuk merepresentasikan adanya jenjang atau gradasi makna kuantitas suatu atribut sampel.

c. Jenis Data Interval

Jenis data interval, lazimnya diperoleh dari hasil pengukuran, utamanya pengukuran dengan instrumen yang berbentuk tes dan/atau non-tes. Representasi angka-angka dalam data jenis ini, merepresentasikan adanya jenjang atau gradasi makna kuantitas suatu atribut sampel dan jarak interval gradasi dapat ditentukan secara eksak, tetapi tidak memiliki makna angka nol yang bersifat mutlak.

d. Jenis Data Rasio

Jenis data rasio, lazimnya diperoleh dari hasil pengukuran, utamanya pengukuran dengan instrumen yang berbentuk mekanik (timbangan, meteran, dan yang lain). Representasi angka-angka dalam data jenis ini, merepresentasikan - kan adanya jenjang atau gradasi makna kuantitas suatu atribut sampel, jarak interval gradasi dapat ditentukan secara eksak, dan memiliki makna angka nol yang bersifat mutlak. Misalnya,

Menurut Arikunto dalam (Mukhtazar, 2020), sumber data adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung (dari tangan pertama), sementara data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada. Jenis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah jenis data interval yaitu karena penulis menggunakan skala rentang dalam pengukuran jawaban kuesioner, sedangkan sumber data yang penulis gunakan ialah sumber data primer seperti jawaban responden penelitian dan juga sumber data sekunder seperti referensi dari buku, jurnal maupun data dari internal perusahaan.

2.7.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu hal yang penting dalam penelitian, karena teknik ini merupakan strategi ataupun cara yang dipakai oleh peneliti guna mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitiannya. Pengumpulan data dalam penelitian dimaksudkan guna mendapatkan bahan, keterangan, kenyataan, dan informasi yang bisa dipercaya. Untuk mendapatkan data seperti yang dimaksudkan tersebut, dalam penelitian bisa dipakai berbagai macam metode, di antaranya yaitu dengan memakai angket, observasi, wawancara, tes, dan analisis dokumen. Dalam pengumpulan data ini,

peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan memberikan kuesioner (angket), yaitu dengan membagikan lembar kuesioner atau angket yang berisi beberapa pertanyaan yang penulis buat kepada subjek peneliti penulis. Dimana subjek dalam penelitian penulis adalah Konsumen dari Banana Roll.

Menurut Sugiyono dalam Dian (2020), angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner ini digunakan untuk mengumpulkan data yang akan diukur dengan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono dalam Setyawan (2022), skala Likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk setiap pilihan jawaban diberi score atau nilai, maka responden harus menggambarkan dengan mendukung pernyataan (positif) atau tidak mendukung pernyataan (negatif) atau dengan cara memberikan score dari yang terbawah atau jauh dari kenyataan dengan score 1 dan paling sesuai dengan kenyataan score 5. Scoring skala likert yang dipakai dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 1. Daftar Nilai Jawaban Kuesioner

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

2.8 Analisis Alat Ukur Penelitian

2.8.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur Penelitian

Validitas merupakan produk dari validasi. Validasi adalah suatu proses yang dilakukan oleh penyusun atau pengguna instrumen untuk mengumpulkan data secara empiris guna mendukung kesimpulan yang dihasilkan oleh skor instrumen. Sedangkan validitas adalah kemampuan suatu alat ukur untuk mengukur sasaran ukurnya. Dalam mengukur validitas perhatian ditujukan pada isi dan kegunaan instrument (Darma, 2021). Uji validitas dimaksudkan guna mengukur seberapa cermat suatu uji melakukan fungsinya, apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar telah dapat mengukur apa yang perlu diukur. Uji ini dimaksudkan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Pada dasarnya, uji validitas mengukur sah atau tidaknya setiap pertanyaan/pernyataan yang digunakan dalam penelitian. Menurut Hidayat (2021), uji validitas dilakukan dengan rumus Pearson Product Moment:

$$r \text{ hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \tag{2}$$

- r hitung = koefisien relasi
- $\sum X$ = jumlah skor item
- $\sum Y$ = jumlah skor total (item)
- n = jumlah responden

Kriteria pengujian Uji Validitas sebagai berikut:

- a. Jika r hitung > r tabel, maka instrumen penelitian dikatakan valid
- b. Jika r hitung < r tabel, maka instrumen penelitian dikatakan invalid.

Reliabilitas alat ukur adalah ketetapan atau keajegan alat tersebut dalam mengukur apa yang diukur. Untuk pengujian reliabilitas dapat mengacu pada nilai Cronbach Alpha (a), di mana suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel apabila memiliki Cronbach Alpha (a) > 0,6 (Ghozali dalam Riyanto & Hatmawan, 2020). Rumus dari uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

$$r = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma^2} \right) \tag{3}$$

- r = rebilitas instrument
- σ^2 = varians total
- k = banyak butir pertanyaan atau bank soal
- $\sum \sigma_b^2$ = jumlah variant butir

2.9 Uji Asumsi Klasik

2.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas itu berfungsi untuk melihat bahwa data sampel yang kita ambil atau kita gunakan mengikuti atau mendekati distribusi normal (Sahab, 2019). Berdasarkan pengalaman empiris, beberapa pakar statistik menilai data dengan jumlah lebih dari 30 (n > 30), maka sudah dapat diasumsikan berdistribusi normal; biasa dikatakan sebagai sampel besar. Namun, untuk memberi kepastian data yang dimiliki berdistribusi normal atau tidak sebaiknya digunakan uji normalitas karena belum tentu data lebih dari 30 bisa dipastikan berdistribusi normal, begitu pula sebaliknya.

2.9.2 Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali, (2018:107), uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Uji multikolonieritas dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Nilai cut-off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai Tolerance $\leq 0,10$ dan nilai VIF ≥ 10 .

2.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali, (2018: 137), uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Peneliti menggunakan uji heteroskedastisitas Glejser yang dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai signifikansi (Sig.) > 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
- b. Jika nilai signifikansi (Sig.) < 0,05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas.

2.10 Metode Analisa Data

a. Korelasi

Untuk menganalisis data tentang hubungan penggunaan media gambar, dan untuk menentukan apakah variabel X dengan variabel Y terdapat hubungan yang signifikan, maka peneliti menggunakan rumus korelasi Product Moment (Efendi, 2018) yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \quad (4)$$

r_{xy} = Angka Indeks Korelasi antara variable X dengan varriabel Y

$\sum X$ = jumlah variabel X

$\sum Y$ = jumlah variabel Y

n = jumlah sampel

Kemudian signifikasi antara variabel X dengan variabel Y dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05. Jika nilai positif dan r hitung $\geq r$ tabel maka terdapat hubungan yang signifikan antara variabel X dengan variabel Y, jika r hitung $\leq r$ tabel maka tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel X dengan variabel Y. Menurut (Sugiyono, 2018), tingkat interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

b. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menunjukkan sejauh mana kontribusi variabel bebas dalam model regresi mampu menjelaskan variasi dari variabel terikatnya. Koefisien determinasi dapat dilihat melalui nilai R-square (R2) pada tabel Model Summary. Menurut Ghozali (Meiryani, 2021), nilai koefisien determinasi yang kecil memiliki arti bahwa kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas, Sebaliknya jika nilai mendekati 1 (satu) dan menjauhi 0 (nol) memiliki arti bahwa variabel – variabel independen memiliki kemampuan memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen

$KD = r^2 \cdot 100\%$

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien Korelasi

c. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Apabila terdapat lebih dari satu variabel bebas atau variabel terikat, maka disebut regresi linear berganda. Regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. (Ghozali dalam Meiryani, 2021)

Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda digunakan untuk membuktikan sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Persamaan regresi menurut Sujarweni (2015) dalam Utami (2019) adalah:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Di mana:

Y = kepuasan pelanggan

X1 = kualitas pelayanan

- X2 = harga
- b1 = konstanta regresi kualitas pelayanan
- b2 = konstanta regresi harga
- a = konstanta

2.10 Uji Hipotesis

2.10.1 Uji T

Uji signifikansi individual atau yang lebih dikenal dengan uji statistik T merupakan proses analisis data secara parsial. Uji T ini nantinya akan menunjukkan berapa banyak pengaruh variabel independen secara parsial, terhadap variabel dependen. Uji T tujuannya untuk melihat sejauh mana pengaruh secara parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji T lebih sering digunakan untuk data yang jumlahnya lebih sedikit yaitu kurang dari 30 (Lailli, 2023).

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \tag{5}$$

- t = nilai signifikan (t hitung) yang nantinya dibandingkan dengan t tabel
- r = koefisien korelasi
- n = banyaknya sampel

Jika $\alpha < 0,05$ dan t hitung $>$ t tabel maka H0 Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap dependen. Jika $\alpha > 0,05$ dan t hitung $<$ t tabel maka H0 Artinya, terdapat pengaruh yang tidak signifikan pada variabel uji.

2.10.2 Uji F

Uji F digunakan dalam percobaan, group sampling dan sub group sampling. Uji F ini dilakukan untuk melihat variabel independen secara serentak/bersama, berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Uji F digunakan untuk menguji keberartian model regresi yang digunakan. Uji F juga akan berhubungan dengan uji ANAVA atau ANOVA (Lailli, 2023).

$$F = \frac{R^2/(n-1)}{(1-R^2)/(n-k)} \tag{6}$$

- R² = koefisien determinasi
- n = jumlah data
- k = jumlah variabel independent

Jika F hitung $>$ F tabel maka H0 ditolak dan Ha artinya, semua variabel bebas adalah penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat. Jika F hitung $<$ F tabel maka H0 diterima dan Ha artinya, semua variabel bebas bukan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas data dimaksudkan untuk memperlihatkan bahwa data sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan Kolmogorov-smirnov. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi $>$ 0,05.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.42317102
Most Extreme Differences	Absolute	.046
	Positive	.046
	Negative	-.046
Test Statistic		.046
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Dari hasil di atas, tingkat dari nilai signifikansi kualitas pelayanan, harga, dan Kepuasan Pelanggan menunjukkan nilai 0.200 di mana nilai tersebut lebih besar dari 0.05. Hal ini menyatakan bahwa data berdistribusi normal dan dapat dilakukan untuk penelitian lebih lanjut.

3.2 Hasil Uji Linearitas

Tabel 2. Hasil Uji Linearitas

		ANOVA Table					
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
Kepuasan Pelanggan * Kualitas Pelayanan	Between (Combined) Groups	1118.758	23	48.642	7.610	.000	
	Linearity	948.148	1	948.148	148.341	.000	
	Deviation from Linearity	170.609	22	7.755	1.213	.265	
Within Groups		460.201	72	6.392			
Total		1578.958	95				

Dari hasil di atas dapat dilihat bahwa signifikansi dari tes adalah 0,000 yang mana lebih rendah dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa diantara kualitas pelayanan, harga, dan Kepuasan Pelanggan memiliki hubungan yang linier.

3.3 Hasil Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Nilai cut-off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai Tolerance $\leq 0,10$ dan nilai VIF ≥ 10 .

Tabel 3. Hasil Uji Multikolonieritas

		Coefficients ^a	
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	.532	1.879
	Harga	.532	1.879

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari hasil di atas, data tidak menunjukkan gejala multikolonieritas sebab kualitas pelayanan dan harga menunjukkan nilai tolerance yang lebih besar dari 0.10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10.

3.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B		Beta		
1	(Constant)	4.850	1.274		3.806	.000
	Kualitas Pelayanan	-.059	.039	-.208	-	.134
	Harga	-.027	.062	-.060	-4.37	.663

a. Dependent Variable: Abs_RES

Dari hasil di atas, data tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas karena kualitas pelayanan dan harga menunjukkan nilai signifikansi lebih dari 0.05 yang artinya data tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

3.5 Hasil Uji Korelasi

Tabel 5. Hasil Uji Korelasi

		Correlations		
		Kualitas Pelayanan	Harga	Kepuasan Pelanggan
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.684**	.775**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	96	96	96

		Correlations		
		Kualitas Pelayanan	Harga	Kepuasan Pelanggan
Harga	Pearson Correlation	.684**	1	.687**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	96	96	96
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.775**	.687**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	96	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari hasil di atas dapat disimpulkan bahwa variabel X1 (Kualitas Pelayanan), variabel X2 (Harga), dan variabel Y (Kepuasan Pelanggan) berhubungan karena nilai menunjukkan nilai yang positif. Nilai korelasi (r) kualitas pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan adalah 0,775 yang berarti kualitas pelayanan memiliki hubungan yang kuat. Sedangkan nilai korelasi harga dengan Kepuasan Pelanggan adalah 0,687 yang artinya harga memiliki hubungan yang kuat terhadap kepuasan pelanggan.

3.6 Hasil Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.804 ^a	.647	.639	2.449

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat dilihat hasil dari Adjusted R Square = 0,639. Untuk menghitung koefisien determinasi, peneliti menggunakan rumus:

$$D = (r)^2 \times 100\%$$

$$D = (0,639)^2 \times 100\%$$

$$D = 63,9\%$$

Dari hasil di atas dapat diambil kesimpulan, bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga mempengaruhi Kepuasan Pelanggan sebesar 63,9% dan sisanya 36,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diuji dalam model penelitian ini.

3.7 Hasil Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Selain itu juga analisis regresi digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-3.667	2.123		-1.728	.087
	Kualitas Pelayanan	.438	.065	.573	6.787	.000
	Harga	.357	.102	.295	3.488	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil di atas, dapat diprediksi bagaimana nilai dari variabel terikat berubah jika nilai dari variabel bebas bertambah atau berkurang menggunakan rumus:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2$$

$$Y = (-3.667) + 0.438.X_1 + 0.357.X_2$$

Dari hasil tes di atas dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh diantara kualitas pelayanan dan harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Ini dapat dibuktikan jika nilai dari kualitas pelayanan dan harga ditambah 1, maka juga akan menambah nilai dari Kepuasan Pelanggan.

3.8 Hasil Uji Hipotesis

3.8.1 Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini terhadap variabel dependen secara parsial. Pengujian ini didasarkan pada tingkat signifikansi 0,05. Jika nilai signifikansi lebih kecil (<) dari 0,05 maka secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen dan jika nilai signifikansi lebih besar (>) dari 0,05 maka secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 8. Hasil Uji t

Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Std. Error			
	B			Beta		
1	(Constant)	-3.667	2.123		-1.728	.087
	Kualitas Pelayanan	.438	.065	.573	6.787	.000
	Harga	.357	.102	.295	3.488	.001

Dari Tabel 8 dapat dilihat nilai signifikansi kualitas pelayanan bernilai 0.000 yang berarti lebih kecil dari 0.05 dan nilai signifikansi harga bernilai 0.001 yang berarti lebih besar dari 0.05. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan dan terdapat pengaruh yang signifikan antara harga dengan kepuasan pelanggan.

3.8.2 Uji F

Uji statistik F dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan semua variabel bebas dimasukkan dalam model yang memiliki pengaruh secara bersama terhadap variabel terikat. Kriteria pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Jika nilai signifikansi < 0,05, artinya model penelitian layak digunakan dan jika nilai signifikansi > 0,05 artinya model penelitian tidak layak digunakan.

Tabel 9. Hasil Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1021.141	2	510.571	85.123	.000 ^b
	Residual	557.817	93	5.998		
	Total	1578.958	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Berdasarkan Tabel 4.17, nilai signifikansi 0.000 lebih kecil dari 0.05 yang berarti secara simultan kualitas pelayanan dan harga terhadap pengaruh terhadap kepuasan pelanggan

3.9 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh dari penelitian ini, maka Peneliti memperoleh temuan sebagai berikut:

- Hasil uji normalitas mendapatkan nilai signifikansi di atas 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.
- Hasil uji multikolinearitas mendapatkan nilai Tolerance lebih besar dari 0.10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Hal ini menunjukkan tidak adanya gejala multikolinearitas.
- Hasil uji heterokedastisitas mendapatkan nilai signifikansi lebih besar dari 0.05. Hal ini menunjukkan tidak adanya gejala heterokedastisitas.
- Nilai korelasi kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan adalah 0,775 yang berarti kualitas pelayanan memiliki hubungan yang kuat. Sedangkan nilai korelasi harga dengan kepuasan pelanggan adalah 0,687 yang artinya harga memiliki hubungan yang kuat terhadap kepuasan pelanggan.
- Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan variabel kualitas pelayanan dan harga mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 63,9% dan sisanya 36,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diuji dalam model penelitian ini.

- f. Hasil dari analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa adanya pengaruh diantara kualitas pelanggan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dibuktikan jika nilai dari kualitas pelayanan dan harga ditambah 1, maka juga akan menambah nilai dari kepuasan pelanggan.
- g. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, sedangkan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini dapat dilihat pada nilai signifikansi kualitas pelayanan lebih kecil dari 0.05 dan nilai signifikansi harga lebih besar dari 0.05. Dan secara simultan, kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dilihat dari nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut: Bahwa secara parsial, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Banana Roll Medan. Bahwa secara parsial, harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Banana Roll Medan. Secara simultan, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Banana Roll Medan. Dan Hasil pembahasan juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 63,9% dan sisanya 36,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diuji dalam model penelitian ini seperti citra merek, kualitas pelayanan, dan lain-lain

REFERENCES

- Ansori, M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Edisi 2). Universitas Airlangga Press.
- Chandra, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Cahaya Tiga Samudera, Medan. *KORIS: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Industri*, 1(01), 1–6.
- Christono, A., & Chairiah. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal of Economics & Business UniSadhuGuna Business School*, 8(1), 1–17.
- Diamontina, A. (2023). Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(2), 469–475.
- Diamontina, A., Yuliana, Y., & Susanto, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online(studi kasus Mahasiswa Politeknik Cendana Medan Tahun Akademik 2020-2021). *JEMBATAN: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(1), 37–43. <https://journal.beaninstitute.id/index.php/jembatan/article/view/23>
- Elvina, A., Nugroho, N., Hutabarat, F. A. M., Ivone, I., & Ciamas, E. S. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembeli (Di Platform E-Commerce Shopee Dan Tokopedia). *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(1), 12–16. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i1.1021>
- Evelin, K., Yuliana, Y., & Arwin, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Kakiku Cemara Asri. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial Dan Teknologi (SANISTEK) 2023, September*, 43–48. <https://prosiding.politeknikcendana.ac.id/index.php/sanistek/article/view/322>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Haq, I. N. (2018). Determination of Price and Customer Satisfaction. *Journal of Economic Studies*, 1(2), 97–108. <https://doi.org/10.32506/joes.v1i2.179>
- Martono, M., Arwin, A., Yuliana, Y., Lisa, L., & Hutabarat, F. A. M. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus pada Pengangkutan TS Medan. *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Informasi (SENSASI)*, 3(1), 411–415. <http://prosiding.seminar-id.com/index.php/sensasi/article/view/609>
- Mukhtazar. (2020). *Prosedur Penelitian Pendidikan*. Absolute Media.
- Perkasa, D. H., Suhendar, I. A., Randyantini, V., & M, E. A. (2020). Authentic Happiness As a Mediator of Learning Organization. *DIJEMSS: Dinasti International Journal of Education Management And Social Science*, 2(1), 112–124. <https://doi.org/10.31933/DIJMS>
- Rachman, F. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Lakeisha.
- Rusmita, F. N., Sulton, M., & Arifien, M. S. (2019). Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. JNE Cabang Lamongan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44.
- Sanjaya, F., Arwin, A., & Sutarno, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Bahan Kue Yen. *JEMBATAN: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(1), 17–24. <https://journal.beaninstitute.id/index.php/jembatan/article/view/17>
- Siregar, S. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPP Versi 17. *Jakarta: Kencana Persada Media Group*.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (20th ed.). ALFABETA.
- Sujarweni, V. W. (Ed.). (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (PUSTAKABAR).
- Veronica, A., Ernawati, Rasdiana, Abas, M., Yusriani, Hadawiah, Hidayah, N., Sabtohadhi, J., Marlina, H., Mulyani, W., & Zulkarnaini. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif*. PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Widyantara, F. R., Sudjiono, S., & Arifin, M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Pada Rumah Sakit Kusta Kediri. *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2), 225. <https://doi.org/10.30737/jimek.v1i2.312>