



Quality Of Service, Price And Location On Customer Satisfaction (Case Study Of Agricultural Materials, Vito Subur Utama) In Solok Selatan District

Maya Rahmi Santika

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “KBP”

E-mail : mayarahmisantika.stiekbp@gmail.com

Alfian Alfian

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “KBP”

E-mail : alfian@akbpstie.ac.id

ABSTRACT. *This study aims to examine service quality, price and location on consumer satisfaction (a case study of Vito Fertile Main Agricultural Materials) in Solok Selatan district. This type of research is quantitative, where the research process emphasizes objective measurement of results using statistical analysis. The population in this study are all consumers as much as 61 people. The sampling technique used is the probability sampling technique used with the accidental sampling method, where the sample is based on coincidence with the sample size taken using the formula (Hair et al., n.d.). the hair formula is used because the population size is not known with certainty and suggests a minimum sample size of 5 to 10 times the indicator variable so that the number of variables , while the number of samples was 61 people obtained from the main fertile vito consumers. The type of data used in this research is quantitative and qualitative data. While the data sources are primary and secondary data sources. Data collection techniques using questionnaires and literature study. using instrument testing (validity test, reliability test and descriptive analysis), classic assumption test (normality test, multicollinearity test and heteroscedasticity test) then multiple linear regression and hypothesis testing with the help of the SPSS application. Where is the multiple linear regression $Y = 18.027 + 0.503 X1 + 0.377 X2 + 0.603 X3$ and the first hypothesis test shows that the t-count value is greater than t-table ($2.202 > 1.98197$) with a significantly smaller value than the alpha value ($0.034 < 0.05$) this shows that H1 is accepted, which means that service quality has a positive effect on customer satisfaction and the second hypothesis test shows that the t-count value is greater than t-table ($2.543 > 1.98197$) with a significantly smaller value than the alpha value ($0.048 < 0.05$) this shows that H2 is accepted, which means that price has a positive effect on consumer satisfaction and the third hypothesis test shows that the t-count value is greater than t-table ($4.436 > 1.98197$) with a significantly smaller value than the alpha value ($0.000 < 0.05$) this shows that H3 is accepted, which means that location has a positive effect on customer satisfaction. The results of the study show that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, price has a positive and significant effect on customer satisfaction and location has a positive and significant effect on customer satisfaction.*

Keywords: *Service Quality, Price, Location and Customer Satisfaction.*

Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Bahan Pertanian Vito Subur Utama) Di Kabupaten Solok Selatan

Maya Rahmi Santika

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “KBP”

E-mail : Mayarahmisantika.stiekbp@gmail.com

Alfian

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “KBP”

E-mail : alfian@akbpstie.ac.id

ABSTRAK. Penelitian ini bertujuan untuk menguji kualitas pelayan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen (studi kasus bahan pertanian vito subur utama) di kabupaten solok selatan. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, dimana proses penelitian menekankan pada pengukuran hasil yang objektif dengan menggunakan analisis statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen sebanyak 61 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Teknik pengambilan sampel yg digunakan ialah teknik probality sampling dengan metode accidental sampling, dimana sampel berdasarkan kebetulan dengan ukuran sampel diambil dengan menggunakan rumus (Hair et al., n.d.). rumus hair digunakan karena ukuran popolasi yang belum diketahui pasti dan menyarankan ukuran sampel minimum 5 sampai 10 dikali variabel indikator sehingga jumlah variabel , adapun jumlah sampel adalah sebanyak 61 orang yang didapat dari konsumen vito subur utama. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan kualitatif. Sedangkan sumber datanya adalah sumber data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner dan studi pustaka. dengan menggunakan pengujian uji instrument, (uji validitas, uji reliabilitas dan analisis deskriptif), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas) kemudian regresi linear berganda dan uji hipotesisi dengan bantuan aplikasi SPSS. Dimana regresi linear bergandanya $Y = 18,027 + 0,503 X_1 + 0,377 X_2 + 0,603 X_3$ dan uji hipotesis pertama menunjukkan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($2,202 > 1,98197$) dengan nilai signifikan lebih kecil dari nilai alpha ($0,034 < 0,05$) hal ini menunjukkan H1 diterima yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dan uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($2,543 > 1,98197$) dengan nilai signifikan lebih kecil dari nilai alpha ($0,048 < 0,05$) hal ini menunjukkan H2 diterima yang artinya Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dan uji hipotesis ketiga menunjukkan bahwa nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($4,436 > 1,98197$) dengan nilai signifikan lebih kecil dari nilai alpha ($0,000 < 0,05$) hal ini menunjukkan H3 diterima yang artinya Lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Konsumen dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan Kepuasan Konsumen.

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi persaingan bisnis sangat berkembang tajam baik itu mencakup pasar domestik maupun mancanegara. Perusahaan membutuhkan strategi yang jitu untuk memenangkan persaingan dengan kompetitornya. Salah satu dari strategi tersebut perusahaan mampu meningkatkan kepuasan konsumen baik itu dari pembenahan lokasi, pelayanan kepada konsumen hingga pemberian harga yang sesuai dengan konsumen. Dengan begitu loyalitas konsumen kepada perusahaan dapat terjaga.

Pertanian organik sudah lama dikenal oleh manusia yakni sejak ilmu bercocok tanam diterapkan oleh nenek moyang kita pada saat itu dilakukan dengan cara tradisional dan menggunakan bahan-bahan ilmiah sejalan dengan berkembangnya ilmu pertanian dan jumlah populasi manusia maka kebutuhan pangan juga meningkat.

(Fadhila Hanum, 2013) Kepuasan konsumen telah menjadi konsep sentral dalam tentang usaha dan manajemen. Pelanggan artinya penekanan primer dalam pembahasan mengenai kepuasan serta kualitas jasa. Oleh karena itu, pelanggan memegang peranan relatif penting pada mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan. Kepuasan konsumen taraf perasaan dimana seseorang menyatakan yang akan terjadi perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima menggunakan yang diharapkan. Kepuasan konsumen adalah perasaan suka atau kecewa yang beliau dapatkan seorang dari membandingkan antara kinerja (akibat) produk yg dipersepsikan dengan eskpektasinya.

Telah banyak kajian yang mengulas tentang determinan kepuasan konsumen di Indonesia yang beberapa determinannya adalah faktor harga produk. Menyangkut akibat kualitas produk terhadap kepuasan konsumen bahwa terdapat imbas positif yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 1.1
Data Penjualan Pupuk Toko Vito Subur Utama Pada Tahun 2022

BULAN	PENJUALAN (TON)	HARGA (Rp)
Januari	100	Rp. 160.000.000
FEBRUARI	90	Rp. 144.000.000
Maret	95	Rp. 152.000.000
APRIL	97	Rp. 155.200.000
MEI	110	Rp. 176.000.000
JUNI	105	Rp. 168.000.000
JULI	100	Rp. 160.000.000

AGUSTUS	98	Rp. 156.800.000
SEPTEMBER	96	Rp. 153.600.000
OKTOBER	92	Rp. 147.200.000
NOVEMBER	94	Rp. 150.400.000
DESEMBER	100	Rp. 160.000.000
JUMLAH	1.177	Rp. 1.883.200.000

Sumber: Toko Vito Subur Utama

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat pada data penjualan di Toko Vito Subur Utama yang bergerak dibidang pertanian pada tahun 2022 terjadi penurunan dan kenaikan setiap bulannya, terjadi kenaikan pada bulan mei sebanyak 110 ton dan terjadi juga penurunan pada bulan februari sebanyak 90 ton. Jadi penjualan di Toko Vito Subur Utama mengalami fase naik turunnya penjualan setiap bulannya.

LANDASAN TEORI

KEPUASAN KONSUMEN

Nugroho (2015:162) menjelaskan bahwa Kepuasan konsumen adalah elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran pada suatu perusahaan. Kepuasan yg dirasakan oleh pelanggan mampu menaikkan intensitas membeli berasal pelanggan tadi. menggunakan terciptanya tingkat kepuasan pelanggan yang optimal maka mendorong terciptanya loyalitas pada benak pelanggan yg merasa puas tadi. Kepuasan diukur dari sebaik apa pelanggan dipenuhi. Sedangkan loyalitas pelanggan artinya berukuran semau apa pelanggan melakukan pembelian lagi.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan kuantitatif dimana data yang berupa angka adalah hasil berasal perhitungan dan pengukuran. Objek penelitian ini yaitu konsumen yang akan membeli serta menggunakan pupuk tersebut pada Toko Vito Subur Utama yang terletak di Kecamatan Sangir, kabupaten Solok Selatan.

Populasi yang ada dalam penelitian ini konsumen Toko Vito Subur Utama yang terletak di Kecamatan Sangir, Kabupaten Solok Selatan.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *random sampling*, yaitu mengambil sampel secara acak dari populasi yang telah ditentukan. Menurut Hair, Anderson, Tatham, & Black, (2010) maka jumlah sampel maksimal dalam penelitian ini adalah 61 konsumen

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas Pelayanan adalah aktivitas atau kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada pelanggan atau nasabah, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Tangible</i> 2. <i>Reability</i> 3. <i>Responsiveness</i> 4. <i>Assurance</i> 5. <i>Emphaty</i> 	(Reza Nurul Ichsan, 2021)
Harga (X2)	Harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa atau dapat juga dikatakan penentuan nilai suatu produk di benak konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat produksi 	(Syahidin, 2022)
Lokasi (X3)	Lokasi adalah tempat untuk melaksanakan suatu usaha dan merupakan faktor krusial berhasil atau tidaknya usaha.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses 2. Vasibilitas 3. Lalu lintas 4. Fasilitas parkir 5. Lingkungan 	(Heri Diyan Kurniawan, 2018)
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kusesuaian harapan 2. Minat mengunjung kembali 3. Kesiapan menyarankan 	(Heni rohaehi, 2018)

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar (konstruk) pertanyaan dalam mendefinisikan variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu (Sudaryono, 2017). Menilai kevalidan masing-masing butir pernyataan dapat dilihat dari nilai *corrected Item-Total Correlation* masing-

masing butir pernyataan dengan melalui pengolahan menggunakan SPSS. Suatu butir pernyataan dikatakan valid jika nilai dari *corrected item-Total Correlation* > 0,300.

Uji Reliabilitas

Setelah dilakuakn pengujian validitas maka tahapan pengujian dilanjutkan dengan menggunakan uji reliabilitas, Untuk mengetahui reliabilitas variable dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Koefisien *Cronbach Alpha* yang > 0,60 menunjukkan kehandalan (reliabilitas) instrumen (bila dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang sama) dan jika koefisien *Cronbach Alpha* yang < 0,60 menunjukkan kurang handalnya instrumen (bila variabel-variabel tersebut dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang berbeda).

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2014). Untuk menghitung rata-rata skor dapat digunakan rumus TCR. TCR merupakan alat analisis yang digunakan untuk mengukur distribusi skor rata-rata dari hasil penyebaran kuisioner maka dapat dihitung menggunakan menggunakan rumus :

$$TCR = \frac{Rs}{n} \times 100$$

Keterangan:

TCR = Tingkat Capaian Responden

Rs = Rata-rata skor jawaban responden (rerata)

n = Nilai skor jawaban

Untuk menginterpretasikan jawaban responden terhadap pernyataan yang diajukan, sebagai acuannya tabel kriteria pengklasifikasian rata-rata jawaban responden sebagai berikut:

- a. 81 -100 % = Sangat Baik
- b. 61 – 80 % = Baik
- c. 41 - 60 % = Cukup Baik
- d. 21 - 40% = Tidak Baik

e. < 20% = Sangat Tidak Baik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah suatu data terdistribusi normal atau tidak. Indikator dipergunakan pada uji normalitas adalah *one sample kolmogorof smirnov test*, dengan baku α 0,05 (Sugiyono, 2017). sebagai akibatnya bisa disimpulkan :

- 1) Apabila sign. > 0,05 artinya data tersebut terdistribusi normal.
- 2) Apabila sign. < 0,05 artinya data tidak terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Sebelum menggunakan analisis dengan menggunakan regresi linear berganda, terlebih dahulu dilakukan uji multikolinearitas yaitu uji hubungan sesama variabel independen. Uji multikolinearitas ini berguna untuk menghindari agar jangan ada diantara variabel independen yang berkorelasi sesamanya, maka terlebih dahulu wajib dilihat korelasi berasal masing-masing variabel menggunakan melihat nilai VIF. berdasarkan (Ghozali 2016) untuk mendeteksi terdapat atau tidaknya multikolinearitas bisa ditinjau berasal nilai Toleransi serta *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai toleransi yang umum digunakan artinya > 0,10 atau sama dengan nilai VIF < 10 yang mengindikasikan tidak terjadinya multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam contoh regresi terjadi ketidaksamaan varians asal residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain permanen. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas bisa memakai Uji Glejser. pada uji ini jika Bila signifikansi > 0,05 atau kesalahan menolak data maka tak terdapat gejala heteroskedastisitas, model yang baik merupakan tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali 2016).

Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda ialah salah satu teknik analisis data yang acapkali digunakan oleh seseorang peneliti yang menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Regresi Linear Berganda di notasikan pada persamaan berikut ini (Ghozali, 2016):

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

α = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi

X1	= Tangible
X2	= Reliability
X3	= Responsiveness
X4	= Assurance
X5	= Emphaty
X6	= Harga
X7	= Lokasi

Uji Hipotesis

Uji statistik t menerangkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual pada menerangkan variabel dependen. Kriteria pengujian memakai taraf signifikan sebanyak 0,05 serta perbandingan antara t hitung dengan tabel. bila nilai signifikan mungil dari 0.05 serta nilai t hitung lebih besar asal t tabel maka H0 ditolak atau Ha diterima. bila nilai signifikan akbar asal 0.05 serta nilai t hitung lebih mungil berasal t tabel maka H0 diterima atau Ha ditolak (Pandaleke, 2010).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Satu skala pengukuran dikatakan valid bila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur (Sudaryono, 2017). Menilai kevalidan masing-masing butir pernyataan dapat dilihat dari nilai *corrected Item-Total Correlation* masing-masing butir pernyataan dengan melalui pengolahan menggunakan SPSS. Suatu butir pernyataan dikatakan valid jika nilai dari *corrected item-Total Correlation* > 0,300. Berikut adalah sub bab uji validitas dalam penelitian ini:

Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Menilai kevalidan masing-masing butir pernyataan dapat dilihat dari nilai *corrected Item-Total Correlation* masing-masing butir pernyataan dengan melalui pengolahan menggunakan SPSS. Suatu butir pernyataan dikatakan valid jika nilai dari *corrected item-Total Correlation* > 0,300. Pengujian validitas selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Item-Total Statistics			
	Corrected Item-Total Correlation	Nilai Kritis	Keterangan
Item_X1.1	0.706	0,30	Valid
Item_X1.2	0.797	0,30	Valid
Item_X1.3	0.500	0,30	Valid
Item_X1.4	0.706	0,30	Valid
Item_X1.5	0.797	0,30	Valid
Item_X1.6	0.797	0,30	Valid
Item_X1.7	0.706	0,30	Valid
Item_X1.8	0.506	0,30	Valid
Item_X1.9	0.706	0,30	Valid
Item_X1.10	0.797	0,30	Valid
Item_X1.11	0.797	0,30	Valid
Item_X1.12	0.706	0,30	Valid
Item_X1.13	0.797	0,30	Valid
Item_X1.14	0.500	0,30	Valid
Item_X1.15	0.706	0,30	Valid
Item_X1.16	0.500	0,30	Valid
Item_X1.17	0.786	0,30	Valid
Item_X1.18	0.797	0,30	Valid
Item_X1.19	0.797	0,30	Valid
Item_X1.20	0.706	0,30	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS 2023

Dari Tabel 4.5 dapat dilihat dari hasil pengolahan data, bahwa dari 20 item pernyataan memiliki nilai *corrected item total correlation* antara 0,500 s/d 0,797 atau dengan kata lain bahwa 20 item pernyataan yang digunakan dalam mengukur variabel pelayanan memiliki nilai *corrected item total correlation* lebih besar dari nilai kritis yaitu 0,30. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa 20 item pernyataan tersebut adalah valid, sehingga pernyataan yang valid dapat dilanjutkan dalam tahapan pengolahan data selanjutnya.

Uji Validitas Harga

Variabel harga diukur dan dioperasionalkan dengan menggunakan 6 item pertanyaan. Hasil uji validitas pada 6 item pertanyaan tersebut dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian Harga

Item-Total Statistics			
	Corrected Item-Total Correlation	Nilai Kritis	Keterangan
Item_X2.1	0.505	0,30	Valid
Item_X2.2	0.468	0,30	Valid
Item_X2.3	0.759	0,30	Valid
Item_X2.4	0.807	0,30	Valid
Item_X2.5	0.646	0,30	Valid
Item_X2.6	0.788	0,30	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS 2023

Dari Tabel 4.6 dapat dilihat dari hasil pengolahan data, bahwa dari 6 item pernyataan memiliki nilai *corrected item total correlation* antara 0,468 s/d 0,807 atau dengan kata lain bahwa 6 item pernyataan yang digunakan dalam mengukur variabel harga memiliki nilai *corrected item total correlation* lebih besar dari nilai kritis yaitu 0,30. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa 6 item pernyataan tersebut adalah valid, sehingga pernyataan yang valid dapat dilanjutkan dalam tahapan pengolahan data selanjutnya.

Uji Validitas Lokasi

Variabel lokasi diukur dan dioperasionalkan dengan menggunakan 6 item pernyataan. Hasil uji validitas pada 9 item pernyataan tersebut dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian Lokasi

Item-Total Statistics			
	Corrected Item-Total Correlation	Nilai Kritis	Keterangan
Item_X3.1	0.794	0,30	Valid
Item_X3.2	0.577	0,30	Valid
Item_X3.3	0.425	0,30	Valid
Item_X3.4	0.489	0,30	Valid
Item_X3.5	0.794	0,30	Valid
Item_X3.6	0.503	0,30	Valid
Item_X3.7	0.465	0,30	Valid
Item_X3.8	0.808	0,30	Valid
Item_X3.9	0.460	0,30	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS 2023

Dari Tabel 4.7 dapat dilihat dari hasil pengolahan data, bahwa dari 6 item pernyataan memiliki nilai *corrected item total correlation* antara 0,425 s/d 0,808 atau dengan kata lain bahwa 9 item pernyataan yang digunakan dalam mengukur variabel lokasi memiliki nilai

corrected item total correlation lebih besar dari nilai kritis yaitu 0,30. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa 9 item pernyataan tersebut adalah valid, sehingga pernyataan yang valid dapat dilanjutkan dalam tahapan pengolahan data selanjutnya.

Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Variabel kepuasan konsumen diukur dan dioperasionalkan dengan menggunakan 9 item pernyataan. Hasil uji validitas pada 9 item pernyataan tersebut dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian Kepuasan Konsumen

Item-Total Statistics			
	Corrected Item-Total Correlation	Nilai Kritis	Keterangan
Item_Y.1	0.491	0,30	Valid
Item_Y.2	0.784	0,30	Valid
Item_Y.3	0.488	0,30	Valid
Item_Y.4	0.415	0,30	Valid
Item_Y.5	0.362	0,30	Valid
Item_Y.6	0.572	0,30	Valid
Item_Y.7	0.636	0,30	Valid
Item_Y.8	0.776	0,30	Valid
Item_Y.9	0.703	0,30	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS 2023

Dari Tabel 4.8 dapat dilihat dari hasil pengolahan data, bahwa dari 8 item pernyataan memiliki nilai *corrected item total correlation* antara 0,362 s/d 0,784 atau dengan kata lain bahwa 9 item pernyataan yang digunakan dalam mengukur variabel kepuasan konsumen memiliki nilai *corrected item total correlation* lebih besar dari nilai kritis yaitu 0,30. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa 9 item pernyataan tersebut adalah valid, sehingga pernyataan yang valid dapat dilanjutkan dalam tahapan pengolahan data selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Setelah dilakuakn pengujian validitas maka tahapan pengujian dilanjutkan dengan menggunakan uji reliabilitas, Untuk mengetahui reliabilitas variable dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Koefisien *Cronbach Alpha* yang $> 0,60$ menunjukkan kehandalan (reliabilitas) instrumen (bila dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang sama) dan jika koefisien *Cronbach Alpha* yang $< 0,60$ menunjukkan kurang handalnya instrumen (bila variabel-variabel tersebut

dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang berbeda). Pengujian reabilitas selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9
Hasil Pengujian Reliabilitas

Item-Total Statistics

Variable	Cronbach's alpha	Nilai Kritis	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,947	0.60	Reliabel
Harga (X2)	0,861	0.60	Reliabel
Lokasi (X3)	0,861	0.60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,853	0,60	Reliable

Sumber: Data Olahan SPSS 2023

Berdasarkan tabel 4.9 dapat dilihat dari hasil pengolahan data bahwa nilai *cronbac'h alpha* untuk pelayanan, harga, lokasi dan kepuasan konsumen $> 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa butir pertanyaan yang valid tersebut handal, sehingga tahapan pengolahan data selanjutnya dapat dilakukan.

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2014). Untuk menghitung rata-rata skor dapat digunakan rumus TCR. TCR merupakan alat analisis yang digunakan untuk mengukur distribusi skor rata-rata dari hasil penyebaran kuisisioner. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif adalah sebagai berikut :

Hasil Uji Deskriptif Variabel kualitas Pelayanan

Berdasarkan pada Tabel 4.10 akan disajikan hasil deskripsi variabel pelayanan seperti berikut ini:

Tabel 4.10
Hasil Uji Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Mean	TCR (%)	Keterangan
1	Kondisi ruang tunggu memeberikan kenyamanan	3,93	78,6	Baak
2	Letak Toko Vito Subur Utama straregis	3,89	77,8	Baik
3	Karyawan Vito Subur Utama berpenampilan rapidalam bekerja	3,57	71,4	Baik
4	Layanan yang berkaitan dengan Vito Subur Utama menarik	3,93	78,6	Baik
5	Fasilitas pera;atan (kursi tunggu) cukup	3,89	77,8	Baik

No	Pernyataan	Mean	TCR (%)	Keterangan
6	Adanya kecermatan karyawan Vito Subur Utama dalam penimbangan barang	3,89	77,8	Baik
7	Karyawan Vito Subur Utama memberikan layanannya secara tepat sejak awal	3,95	79	Baik
8	Karyawan Vito Subur Utama tidak membedakan pelanggan dalam memeberikan pelayanan	3,64	72,8	Baik
9	Karyawan Vito Subur Utama tepat dalam melakukan pengiriman barang	3,93	78,6	Baik
10	Karyawan Vito Subur Utama memberikan informasi secara lengkap kepada pelanggan yang membutuhkannya	3,89	77,8	Baik
11	Karyawan Vito Subur Utama bersungguh-sungguh dalam melayani pelanggan	3,89	77,8	Baik
12	Karyawan Vito Subur Utama melayani pelanggan dengan cepat	3,93	78,6	Baik
13	Karyawan Vito Subur Utama tanggap kepada pelanggan yang menyampaikan keluhan	3,89	77,8	Baik
14	Pelanggan merasa aman dalam menerima pelayanan dari karyawan Vito Subur Utama	3,57	71,4	Baik
15	Karyawan Vito Subur Utama mempunyai pengetahuan yang memadai untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan pelanggan	3,93	78,6	Baik
16	Karyawan Vito Subur Utama bersikap sopan terhadap pelanggan	3,57	71,4	Baik
17	Barang yang dikirim sesuai tujuan	4,02	80,4	Sangat Baik
18	Karyawan Vito Subur Utama memiliki kemampuan komunikasi dengan pelanggan	3,89	77,8	Baik
19	Karyawan Vito Subur Utama memahami kebutuhan pelanggan	3,89	77,8	Baik
20	Karyawan Vito Subur Utama bersikap sopan dalam melayani pelanggan	3,95	79	Baik
Rata-Rata		3,85	77	Baik

Sumber: Data Olahan SPSS 2023

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa rata-rata variabel pelayanan adalah 3,85 dengan TCR sebesar 77%. Hasil ini bermakna bahwa pelayanan termasuk kedalam kategori baik. Berdasarkan tabel 4.10 juga diperoleh informasi mengenai pelayanan dapat diketahui bahwa indikator dalam pelayanan yang mendapatkan skor tertinggi yaitu dengan skor rata-rata sebesar 4,02 dan TCR 80,4%. Sedangkan yang terendah ialah dengan skor rata-rata sebesar 3,57 dan TCR 71,4%.

Hasil Uji Deskriptif Variabel Harga

Berdasarkan pada Tabel 4.11 akan disajikan hasil deskripsi variable harga seperti berikut ini:

Tabel 4.11
Hasil Uji Deskriptif Variabel Harga

No	Pernyataan	Mean	TCR (%)	Keterangan
1	Harga produk Vito Subur Utama terjangkau	3,93	78,6	Baik
2	Harga yang sesuai dengan daya beli konsumen	4,39	87,8	Sangat Baik
3	Harga yang sesuai dengan kualitas	3,74	74,8	Baik
4	Harganya sesuai dengan kualitas (porosi)	3,82	76,4	Baik
5	Harga vito subur utama ini lebih banyak murah dibandingkan tempat lain	3,64	72,8	Baik
6	Harganya sesuai dengan produk yang diberikan	3,77	75,4	Baik
Rata-Rata		3,88	77,6	Baik

Sumber: Data Olahan SPSS 2023

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwa rata-rata variable harga adalah 3,88 dengan TCR sebesar 77,6%. Hasil ini bermakna bahwa harga termasuk kedalam kategori baik. Berdasarkan tabel 4.11 juga diperoleh informasi mengenai harga dapat diketahui bahwa indikator dalam harga yang mendapatkan skor tertinggi yaitu dengan skor rata-rata sebesar 4,39 dan TCR 87,8%. Sedangkan yang terendah ialah dengan skor rata-rata sebesar 3,64 dan TCR 72,8%.

Hasil Uji Deskriptif Variabel Lokasi

Berdasarkan pada Tabel 4.12 akan disajikan hasil deskripsi variabel lokasi seperti berikut ini:

Tabel 4.12
Hasil Uji Deskriptif Variabel Lokasi

No	Pernyataan	Mean	TCR (%)	Keterangan
1	Lokasi yang nyaman sarana yang dapat diakses kendaraan umum	3,66	73,2	Baik
2	Kondisi jalan ke Toko Vito Subur Utama yang bagus	3,92	78,4	Baik
3	Tempat atau lokasi yang bisa dilihat jelas dari jarak pandang normal	3,87	77,4	Baik
4	Ada petunjuk jalan menuju ke Toko Vito Subur Utama	3,75	75	Baik
5	Lokasi strategis dimana ada banyak masyarakat aktif di sekitar	3,66	73,3	Baik

No	Pernyataan	Mean	TCR (%)	Keterangan
6	Lalu lintas di sekitar Toko Vito Subur Utama mulus	3,95	79	Baik
7	Memiliki tempat parkir dingin	4,02	80,4	Sangat Baik
8	Memiliki tempat parkir aman	3,62	72,4	Baik
9	Toko Vito Subur Utama itu memiliki lingkungan mendukung pendirian bisnis	3,57	71,4	Baik
Rata-Rata		3,78	75,6	Baik

Sumber: Data Olahan SPSS 2023

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui bahwa rata-rata variabel lokasi adalah 3,78 dengan TCR sebesar 75,6%. Hasil ini bermakna bahwa lokasi termasuk kedalam kategori baik. Berdasarkan tabel 4.12 juga diperoleh informasi mengenai lokasi dapat diketahui bahwa indikator dalam lokasi yang mendapatkan skor tertinggi yaitu dengan skor rata-rata sebesar 4,02 dan TCR 80,4%. Sedangkan yang terendah ialah dengan skor rata-rata sebesar 3,57 dan TCR 71,4%.

Hasil Uji Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen

Berdasarkan pada Tabel 4.13 akan disajikan hasil deskripsi variabel kepuasan konsumenseperti berikut ini:

Tabel 4.13
Hasil Uji Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	Mean	TCR (%)	Keterangan
1	Produk yang disediakan sesuai dengan keinginan konsumen	3,82	76,4	Baik
2	Karyawan memberi pelayanan yang baik	3,82	76,4	Baik
3	fasilitas pendukung seperti, kursi tunggu	3,95	79	Baik
4	Tertarik pada berkunjung lagi karena produk dilayani memuaskan	3,79	75,8	Baik
5	Tertarik untuk berkunjung kembali karena layanan itu diberikan secara memuaskan	3,61	72,2	Baik
6	Tertarik untuk datang kembali karena fasilitasnya mendukung itu disediakan secara memadai	3,79	75,8	Baik
7	Merekomendasikan toko ini ke teman karena produk yang disediakan bagus	3,85	77	Baik
8	Merekomendasikan toko ini ke teman karena jasa yang diberikan dengan baik	3,57	71,4	Baik
9	Merekomendasikan toko ini ke teman karena fasilitasnya memadai	3,75	75	Baik
Rata-Rata		3,77	75,4	Baik

Sumber: Data Olahan SPSS 2023

Berdasarkan tabel 4.13 dapat diketahui bahwa rata-rata variable kepuasan konsumen adalah 3,77 dengan TCR sebesar 75,4%. Hasil ini bermakna bahwa kepuasan konsumen termasuk kedalam kategori baik. Berdasarkan tabel 4.13 juga diperoleh informasi mengenai kepuasan konsumen dapat diketahui bahwa indikator dalam kepuasan konsumen yang mendapatkan skor tertinggi yaitu dengan skor rata-rata sebesar 3,95 dan TCR 79%. Sedangkan yang terendah ialah dengan skor rata-rata sebesar 3,57 dan TCR 71,4%.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dalam bentuk uji Kolmogorov-Smirnov yang bertujuan untuk menentukan distribusi normal. Suatu data dikatakan berdistribusi normal jika hasilnya $\geq 0,05$ dan apabila tidak normal jika hasilnya menunjukkan $\leq 0,5$. (Nugroho, 2005). Untuk selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.14 berikut.

Tabel 4.14
Uji Normalitas Penelitian Variabel

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	61
Kolmogorov-Smirnov Z	.850
Asymp. Sig. (2-tailed)	.765
a. Test distribution is Normal.	

Sumber: Data Olahan SPSS 2023

Berdasarkan pada tabel 4.14 dapat dilihat hasil pengujian yang menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal, hal tersebut terlihat pada nilai Asimp Sig 0,765 yaitu lebih besar dari Alpha (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal, dengan demikian tahapan pengolahan data selanjutnya dapat dilakukan.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Deteksi tidak adanya Multikolinearitas yakni dengan melihat besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan Tolerance (Ghozali, 2006):

- a. Mempunyai nilai VIF < 10

- b. Mempunyai angka TOLERANCE $> 10\%$

Mengacu pada kedua pendapat di atas maka berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diperoleh nilai, seperti pada tabel berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Multikolienaritas

Variabel	Collinearity statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Pelayanan (X1)	0.664	1.506	Tidak ada multikolienaritas
Harga (X2)	0.923	1.083	Tidak ada multikolienaritas
Lokasi (X3)	0.622	1.607	Tidak ada multikolienaritas

Sumber: Data Olahan SPSS 2023

Berdasarkan pada uji multikolienaritas tabel 4.15 dapat diketahui bahwa nilai tolerance variabel pelayanan, harga dan lokasi lebih besar dari $> 10\%$ dan pada nilai VIF dapat diketahui bahwa nilai VIF itu lebih kecil dari nilai $VIF < 10$, maka dapat disimpulkan bahwa setiap variabel tidak ada terjadi multikolienaritas, maka dapat disimpulkan data tersebut dapat dilanjutkan untuk pengujian selanjutnya.

Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamat ke pengamat lain. Pada bagian ini, cara mendeteksi ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dilakukan dengan uji Park. Apabila nilai hubungan pada standart residual kuadrat antar waktu tidak signifikan ($P > 0,05$) maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas

Tabel 4.16
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0.990	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Harga (X2)	0.149	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Lokasi (X3)	0.283	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber : Data Olahan SPSS 2023

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas melalui SPSS dapat dilihat bahwa nilai sign setiap variabel independent tersebut itu diatas 0,05, maka artinya pada uji heteroskedastisitas ini dapat disimpulkan bahwa tidak adanya terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan perhitungan regresi berganda antara pelayanan, harga, lokasi dan kepuasan konsumendengan dibantu program SPSS dalam perhitungannya dapat diperoleh hasil sebagai berikut tabel 4.17 berikut ini:

Tabel. 4.17
Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel Terikat	Konstanta dan Variabel Bebas	Koofisien Regresi
Kepuasan Konsumen (Y)	Konstanta (a)	18.027
	Kualitas Pelayanan (X1)	0.503
	Harga (X2)	0.377
	Lokasi (X3)	0.603

Sumber data olahan SPSS 2023

Berdasarkan pada tabel 4.17 dapat diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

$$Y = 18,027 + 0,503 X_1 + 0,377 X_2 + 0,603 X_3$$

Dimana artinya Persamaan regresi di atas memperlihatkan hubungan antara variabel *independen* dengan variabel *dependen* secara parsial, dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Nilai constanta adalah 18,027 artinya jika pada variable pelayanan, harga dan lokasi meningkat satu satuan, maka kepuasan konsumenmeningkat 18,027 satuan.
2. Nilai kualitas pelayanan 0,503 artinya Koefisien regresi kualitas pelayanan menunjukkan arah positif. Hal ini berarti jika kualitas pelayanan meningkat, maka kepuasan konsumen meningkat 0,503 satuan, dengan asumsi variabel harga dan lokasi konstan.
3. Nilai harga 0,377 artinya Koefisien regresi harga menunjukkan arah positif. Hal ini berarti jika harga meningkat, maka kepuasan konsumenakan meningkat sebesar 0,377 satuan, dengan asumsi variabel kualitas pelayanan dan lokasi konstan.

4. Nilai lokasi 0,603 artinya Koefisien regresi lokasi menunjukkan arah positif. Hal ini berarti jika lokasi meningkat, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,603 satuan, dengan asumsi variabel kualitas pelayanan dan harga konstan.

Uji Hipotesis

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan atau tidak variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau individu. Pada penelitian ini variabel independen terdiri dari pelayanan, harga dan lokasi dikatakan berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen(Y). Dari proses pengujian telah diperoleh hasil seperti terlihat pada Tabel 4.18 sebagai berikut:

Tabel 4.18
Hasil Pengujian Hipotesis

Variabel Bebas	T Tabel	T hitung	Sig.	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan (X1)	1.98197	2.202	.034	H ₁ diterima
Harga (X2)	1.98197	2.543	.048	H ₂ diterima.
Lokasi (X3)	1.98197	4.436	.000	H ₃ diterima.

Sumber data olahan SPSS 2023

Berdasarkan tabel 4.18 uji secara parsial dapat diketahui bahwa setiap variabel independent pelayanan, harga dan lokasi memiliki nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel, dimana Kualitas pelayanan memiliki nilai t-hitung sebesar $2,202 > t\text{-tabel } 1,98197$, harga memiliki t-hitung sebesar $2,543 > t\text{-tabel } 1,98197$ dan lokasi memiliki t-hitung sebesar $4,436 > t\text{-tabel } 1,98197$ dapat disimpulkan bahwa masing-masing variable independen berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (variabel dependen).

- a. Pengaruh variable kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (H₁)

Variabel kualitas pelayanan (X₁) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($2,202 > 1,98197$), dengan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha ($0,034 < 0,05$) maka H₀ ditolak dan H₁ diterima, artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

- b. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen. (H₂)

Variabel harga (X₂) berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.dengan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($2,543 > 1,98197$), dengan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha ($0,048 < 0,05$) maka H₀ ditolak dan H₂ diterima, artinya variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen..

- c. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen. (H₃)

Variabel lokasi (X_3) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. dengan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($4,436 > 1,98197$), dengan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, artinya variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap kepuasan konsumen Dimana nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($2,202 > 1,98197$), dengan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha ($0,034 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Maka, dalam penelitian ini hipotesis pertama diterima.

Pengaruh Harga Terhadap kepuasan Konsumen

Variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dimana dengan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($2,543 > 1,98197$), dengan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha ($0,048 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, artinya variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Maka, dalam penelitian ini hipotesis kedua diterima.

Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dimana nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($4,436 > 1,98197$), dengan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, artinya variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Maka, dalam penelitian ini hipotesis ketiga diterima.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang diolah mengguna SPSS maka dapat disimpulkan variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap kepuasan konsumen. Dimana nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($2,202 > 1,98197$), dengan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha ($0,034 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Maka, dalam penelitian ini hipotesis pertama diterima.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang diolah mengguna SPSS maka dapat

disimpulkan variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap kepuasan konsumen.. Dimana dengan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($2,543 > 1,98197$), dengan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha ($0,048 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, artinya variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Maka, dalam penelitian ini hipotesis kedua diterima.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang diolah mengguna SPSS maka dapat disimpulkan variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap kepuasan konsumen Dimana nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($4,436 > 1,98197$), dengan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, artinya variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Maka, dalam penelitian ini hipotesis ketiga diterima.

DAFTAR PUSTAKA

Afrilliana, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(2), 46–55. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i2.119>

ahmad, hidayat. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pasien Di Puskesmas Cisolok Kabupaten Sukabumi*. 6, 152–174.

Amsi, E., Nasrul, N., & Yusuf, Y. (2020). Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kantor Cabang Utama Kendari. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12(2), 94–105. <https://doi.org/10.55598/jmk.v12i2.14024>

Armanto, I. D. (2018). Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Triple Play. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(3), 1282. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v7.i03.p06>

Atiullah dan Ismудар. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Jasa J&T Kota Bima. *Jurnal Cahaya Mandalika ISSN 2721-4796 (Online)*, 2(2), 103–108. <https://doi.org/10.36312/jcm.v2i2.393>

Fabiana Meijon Fadul. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Retail Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swalayan Mart 212 Di Kota Medan*. 129–136.

Fernos, J., & Putra, Y. E. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Mega Syari'Ah Padang. *Center for Open Science*, 1–24.

Gandhy, K., & Safrianto, A. S. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Coffee Shop San9a Galaxy. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, 21(3), 42–49. <https://doi.org/10.35137/jei.v21i3.495>

H.R, R. D. A. Y., Kadiri, U. I., Klarasrambudyah@gmail.com, Sutapa, H., Kadiri, U. I., &

Herusoet@gmail.com. (2022). OPTIMAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen. *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Vol.2, No.3 September 2022 e-ISSN: 2962-4010; p-ISSN: 2962-4444, Hal 126-138 Pengaruh Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Sap Kediri,2(3)*, 126–138. <https://journal.amikveteran.ac.id/index.php/optimal>

Idham, B. F. (2013). Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Implikasi Loyalitas Pada Pt. Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Tbk Cabang Kertajaya Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 3(1), 93. <https://doi.org/10.14414/jbb.v3i1.257>

Jayanti, K. F., Fatimah, F., & Izudin, A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang Jne Di Besuki. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 18(1), 182–191. <https://doi.org/10.31967/relasi.v18i1.530>

Khasanah, I., & Pertiwi, O. D. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen RS St. Elisabeth Semarang. *Jurnal Ilmiah Aset*, 12(2), 117–124. <https://widyamangala.ac.id/journal/index.php/jurnalaset/article/view/62>

Kotler. (2021). *Konsumen The Influence Of Price And Quality Of Service On Consumer Satisfaction Pendahuluan Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melaksanakan transaksi jual beli . Kehidupan masyarakat perkotaan maupun di pedesaan semakin meningkat.* 10(NOVEMBER), 647–664.

Marlius, D. (2018). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Website Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Stie “Kbp.” *Jurnal Ipteks Terapan*, 12(2), 116. <https://doi.org/10.22216/jit.2018.v12i2.633>

Novianti, D., Astuti, I. F., & Khairina, D. M. (2016). Sistem Pendukung Keputusan Berbasis Web Untuk Pemilihan Café Menggunakan Metode SMART (Simple Multi-Attribute Rating Technique) (Studi Kasus : Kota Samarinda). *Prosiding Seminar Sains Dan Teknologi FMIPA Unmul*, 1(3), 464.

Puji Lestari, F. A. (2018). Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Sosio E-Kons*, 10(2), 179. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i2.2718>

Rahayu Triastity, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Arfa Barbershop di Surakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15(3), 346–353.

Rusminah, R., Hilmiati, H., & Ilhamudin, H. M. (2022). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap E- Service Quality Gofood di Kota Mataram. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 8(1), 91–102. <https://doi.org/10.29303/jseh.v8i1.27>

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis* (Sofia yustiyani suryandari (ed.)).

Sukma, H., & Utomo, H. (2020). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pelapor Pada Polsek Tenganan Polres Semarang. *Among Makarti*, 13(1), 78–92. <https://doi.org/10.52353/ama.v13i1.192>

Yahya, Y.-, Maulida, Z.-, Yusra, Y.-, & Makmur, L.-. (2020). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maskapai penerbangan Batik Air Banda Aceh. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(1), 1–12. <https://doi.org/10.24036/jkmb.10891500>

Yenni. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen jasa gojek online yogyakarta. *Jurnal Dimensi*, 10(3), 647–664. <https://doi.org/10.33373/dms.v10i3.3946>

Julian Aryandi, o. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Manajemen Modal Insani dan Bisnis*, 1.

Kurniawan, H. d. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Ekobis Dewantara*, 4.

Novan Hariyono, R. O. (2014). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Mutu Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *INDEPT*, 4.

Ridwan, A. (2021). Pengaruh Tingkat Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Sicepat Exspres Kota Bima. *Satyagraha*, 02-04.

Setyo, P. E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen "Best Autoworks". *Kepuasan Konsumen*, 01.

Syahidin. (2022). Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. *Jurnal GPJR*, 20-30.

Ichsan, R. n. (2021). kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT.Jasa Raharja Medan. *kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT.Jasa Raharja Medan*, 1-2.