



## Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumiko Cafe Di Kabupaten Tangerang

Muhamad Alfarizi<sup>1</sup>, Asep Sulaeman<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

\*[alfarizia33@gmail.com](mailto:alfarizia33@gmail.com)<sup>1</sup>, [dosen00982@unpam.ac.id](mailto:dosen00982@unpam.ac.id)<sup>2</sup>

**Abstract.** *This study aims to determine the effect of Service Quality and Price on Customer Satisfaction at Rumiko Cafe in Tangerang Regency, both partially and simultaneously. The research method used is an associative quantitative method. The population in this study consists of Rumiko Cafe customers, with a total of 99 respondents selected using purposive sampling. Primary data were collected through questionnaires and processed using SPSS Version 25. The tests conducted include validity test, reliability test, classical assumption test, simple and multiple linear regression tests, correlation coefficient test, coefficient of determination test, and hypothesis tests (t-test and F-test). The results show that Service Quality and Price have a positive and significant effect on Customer Satisfaction, both partially and simultaneously. The multiple regression equation obtained is  $Y = 4.315 + 0.494X_1 + 0.324X_2$ . The correlation coefficient ( $r$ ) value of 0.866 indicates a very strong relationship between the independent variables and the dependent variable. The coefficient of determination ( $R^2$ ) value of 0.751 indicates that 75.1% of the variation in Customer Satisfaction can be explained by Service Quality and Price, while the remaining 24.9% is influenced by other variables not included in this research model. Based on the simultaneous test, the calculated  $F$  value is greater than the table  $F$  value ( $144.482 > 3.09$ ) with a significance value below 0.05, indicating that Service Quality and Price have a positive and significant simultaneous effect on Customer Satisfaction at Rumiko Cafe in Tangerang Regency.*

**Keywords:** *Service Quality; Price; Customer Satisfaction.*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumiko Cafe Di Kabupaten Tangerang, baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Rumiko Cafe dengan jumlah responden sebanyak 99 orang melalui teknik *purposive sampling*. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner dan diolah menggunakan aplikasi SPSS Versi 25. Uji yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear sederhana dan berganda, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, serta uji hipotesis (uji  $t$  dan uji  $F$ ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, baik secara parsial maupun simultan. Persamaan regresi berganda yang diperoleh adalah  $Y = 4,315 + 0,494X_1 + 0,324X_2$ . Nilai koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0,866 menunjukkan tingkat hubungan yang sangat kuat antara variabel independen dengan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,751 mengindikasikan bahwa 75,1% variasi Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh Kualitas Pelayanan dan Harga, sedangkan sisanya sebesar 24,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Berdasarkan hasil uji simultan, diperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau ( $144,482 > 3,09$ ) dengan  $sig < 0,05$ , sehingga disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumiko Cafe Di Kabupaten Tangerang.

**Kata Kunci:** *Kualitas Pelayanan; Harga; Kepuasan Konsumen.*

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat membawa tantangan besar bagi para pelaku usaha untuk dapat bertahan dan berkembang di tengah ketatnya persaingan. Untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan, pelaku usaha dituntut memiliki strategi yang efektif agar mampu memenangkan persaingan di pasar. Pesatnya kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan, serta meningkatnya taraf hidup masyarakat, mendorong

munculnya banyak perusahaan baru yang turut memperketat kompetisi dalam dunia bisnis, baik di tingkat lokal maupun global. Kemajuan zaman juga berdampak pada meningkatnya kebutuhan dan harapan konsumen terhadap produk dan layanan yang mereka pilih.

**Tabel 1.1**  
**Target Penjualan dan Data Konsumen Rumiko Cafe Tahun 2021–2024**

Tahun	Target Penjualan (Rp)	Jumlah Pendapatan (Rp)	Jumlah Konsumen
2021	150.000.000	Rp. 110.524.000	6.210
2022	150.000.000	Rp. 165.782.000	10.534
2023	150.000.000	Rp. 148.963.000	8.820
2024	150.000.000	Rp. 142.716.000	8.150

Sumber: Rumiko Cafe

Data pada Tabel 1.1, menunjukkan bahwa pendapatan dan jumlah konsumen di Rumiko Cafe Kabupaten Tangerang mengalami fluktuasi dari tahun 2021 hingga 2024. Pada tahun 2021, pandemi COVID-19 menyebabkan penurunan pendapatan menjadi Rp 110.524.000 dengan 6.210 konsumen. Tahun 2022 menunjukkan peningkatan tajam, di mana pendapatan mencapai Rp 165.782.000 dan jumlah konsumen meningkat menjadi 10.534 orang berkat perbaikan pelayanan dan promosi. Namun, tahun 2023 dan 2024 kembali mengalami penurunan akibat persaingan harga dan munculnya *cafe* baru di sekitar wilayah tersebut.

**Tabel 1.2**  
**Pra-Survei Kualitas Pelayanan Rumiko Cafe Tahun 2025**

No	Pertanyaan	Kategori		jumlah	
		Ya	Tidak	Total	%
1	Karyawan Rumiko Cafe melayani dengan ramah dan sopan.	12	18	30	100%
2	Karyawan tanggap terhadap keluhan konsumen	10	20	30	100%
3	Pesanan selalu sesuai dengan permintaan	12	18	30	100%
4	Karyawan terlihat profesional saat bekerja	9	21	30	100%
5	Fasilitas dan kebersihan <i>cafe</i> sudah memadai	13	17	30	100%

Sumber: Pra-Survei Penulis 2025

Berdasarkan hasil pra-survei pada Tabel 1.2, dapat diketahui bahwa sebagian besar konsumen menilai kualitas pelayanan di Rumiko Cafe masih belum maksimal. Banyak konsumen merasa bahwa karyawan belum sepenuhnya ramah dan sopan dalam melayani pelanggan. Beberapa pelanggan mengeluhkan karyawan yang jarang menyapa, tidak tersenyum, serta tampak kurang perhatian terhadap kebutuhan pengunjung. Hal ini menciptakan kesan pelayanan yang kurang hangat dan tidak profesional. Selain itu, daya tanggap karyawan terhadap keluhan atau permintaan pelanggan juga dinilai rendah.

**Tabel 1.3**  
**Pra-Survei Kepuasan Konsumen Rumiko Cafe Tahun 2025**

No	Pertanyaan	Kategori		Jumlah	
		Ya	Tidak	Total	%
1	Produk dan pelayanan Rumiko Cafe sesuai harapan	13	17	30	100%
2	Saya puas dan ingin berkunjung kembali ke Rumiko Cafe	9	21	30	100%
3	Saya bersedia merekomendasikan Rumiko Cafe kepada orang lain	10	20	30	100%

Sumber: Pra-Survei Penulis 2025

Berdasarkan hasil pra-survei pada Tabel 1.3, dapat diketahui bahwa sebagian besar konsumen belum merasa puas terhadap produk dan pelayanan yang diberikan oleh Rumiko Cafe. Banyak pelanggan menilai bahwa rasa makanan dan minuman yang disajikan belum konsisten serta tampilan produk sering kali tidak sesuai dengan yang dipromosikan. Selain itu, waktu penyajian yang cukup lama juga membuat pengalaman berkunjung menjadi kurang menyenangkan bagi konsumen.

**Tabel 1.4**  
**Data Perbandingan Harga Rumiko Cafe dengan Kompetitor**

No	Jenis Produk	Daftar Harga (Rp)		
		Rumiko Cafe	Teman Main coffee	Kopi Enak Karawaci
1	<i>Americano</i>	Rp17.000	Rp15.000	Rp9.000
2	<i>Cafe latte</i>	Rp19.000	Rp18.000	Rp15.000
3	<i>Lychee Tea</i>	Rp19.000	Rp18.000	Rp17.000
4	<i>French fries</i>	Rp15.000	Rp15.000	Rp10.000

Sumber: Data diolah penulis 2025

Berdasarkan tabel tersebut, terlihat bahwa harga yang ditetapkan oleh Rumiko Cafe cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan dua pesaingnya, yaitu Teman Main Coffee dan Kopi Enak Karawaci. Misalnya, untuk menu *Americano*, Rumiko Cafe menetapkan harga Rp17.000, sementara di Kopi Enak Karawaci hanya Rp9.000. Perbedaan harga yang cukup mencolok ini menunjukkan bahwa Rumiko Cafe belum sepenuhnya mampu menyesuaikan harga dengan daya beli konsumen, khususnya mahasiswa dan pelajar yang menjadi segmen pasar utama. Menu lain seperti *Cafe Latte* dan *Lychee Tea* juga memperlihatkan kondisi serupa.

## TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Pengertian Manajemen

Manajemen merupakan proses merencanakan, mengorganisasikan, memimpin, dan mengendalikan pekerjaan anggota organisasi dan menggunakan semua sumber daya

organisasi untuk mencapai sasaran organisasi yang sudah ditetapkan atau direncanakan perusahaan.

### **1. Pengertian Pemasaran**

Pemasaran merupakan suatu upaya strategis yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan, menyampaikan, dan menawarkan nilai kepada pelanggan melalui berbagai aspek, termasuk kualitas pelayanan dan penetapan harga.

### **1. Pengertian Manajemen Pemasaran**

Manajemen Pemasaran merupakan bidang ilmu yang memiliki peranan penting dalam jalannya suatu Perusahaan, Pemasaran itu sendiri memiliki pemahaman atau pengertian yang sangat banyak, berikut pengertian manajemen pemasaran menurut ahli:

### **1. Pengertian Harga**

Harga merupakan nilai yang diberikan sebagai imbalan atas manfaat dari suatu barang atau jasa, baik dalam bentuk uang maupun barang lain, yang berlaku pada waktu dan tempat tertentu. Dalam konteks ekonomi, harga mencerminkan nilai jual atau beli suatu produk, serta menjadi salah satu faktor penting dalam

membandingkan produk sejenis secara finansial.

### **1. Pengertian Kepuasan Konsumen**

Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dialami oleh konsumen setelah membandingkan antara harapan mereka dengan kenyataan yang mereka rasakan saat menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Kepuasan konsumen merupakan faktor penting bagi kesuksesan perusahaan. Dengan meningkatkan kepuasan konsumen, perusahaan dapat meningkatkan penjualan, meningkatkan keuntungan, memperkuat citra perusahaan, dan meningkatkan motivasi karyawan.

## **METODE PENELITIAN**

### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode analisis linier berganda. Menurut Priyanda dalam (Susanto, 2024) Penelitian kuantitatif adalah suatu bentuk penelitian yang menggunakan pengumpulan data numerik dan teknik analitik untuk menguji hipotesis, menarik kesimpulan, dan memahami hubungan antar variabel yang diteliti. Menurut sumber ilmiah, penelitian kuantitatif umumnya dianggap sebagai metodologi ilmiah yang tidak memihak dan sistematis untuk mengumpulkan data yang dapat diukur, melakukan analisis statistik, dan menarik kesimpulan dari analisis data yang dihasilkan.

Penelitian kuantitatif adalah metodologi penelitian yang menggunakan teknik ilmiah untuk mengumpulkan data numerik, melakukan analisis statistik, dan menarik kesimpulan berdasarkan temuan. Pemanfaatan metodologi penelitian kuantitatif memungkinkan peneliti menguji hipotesis secara objektif, menarik generalisasi yang lebih luas tentang populasi, dan memberikan data empiris yang kuat untuk memperkuat kesimpulan mereka. Melalui pemanfaatan metodologi ini, para sarjana mampu memahami keterkaitan antar variabel yang diteliti, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih metodis dan dapat diandalkan terhadap fenomena yang diteliti.

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2022:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dari jumlah konsumen pada tahun 2024, sebanyak 8.150 konsumen.

#### 3.4.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2022:81) Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Dalam penelitian ini penulis mengambil teknik *sample* jenuh adalah teknik penentuan *sample* bila semua anggota populasi digunakan sebagai *sample*. Dengan adanya kendala yang dihadapi dalam penelitian yang dikarenakan keterbatasan biaya, tenaga dan waktu maka sampel yang akan diteliti disesuaikan dengan karakteristik objek yang akan diteliti.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 4.2.3 Pengujian Instrumen Data Penelitian

Pengujian instrumen data dalam penelitian ini dilakukan untuk menilai sejauh mana kualitas kuesioner yang digunakan. Tahapan ini mencakup uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui apakah setiap butir pertanyaan dalam kuesioner benar-benar mengukur aspek yang seharusnya diukur, sehingga dapat dinyatakan layak digunakan. Sementara itu, uji reliabilitas digunakan untuk memastikan konsistensi jawaban responden, sehingga instrumen dapat dipercaya dan stabil bila digunakan secara berulang. Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 (5%), yang berarti tingkat kepercayaan pengujian instrumen mencapai 95%.

#### 1. Uji Validitas Instrumen

Dalam penelitian ini, setiap butir pertanyaan pada kuesioner diuji untuk memastikan validitasnya. Proses pengolahan data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25 for Windows. Kriteria penentuan validitas instrumen ditetapkan sebagai berikut:

- a. Apabila nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka item pertanyaan dinyatakan valid.
- b. Apabila nilai  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka item pertanyaan dinyatakan tidak valid.

#### 2. Uji Normalitas

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Normalitas Dengan Kolmogorov-Smirnov Test**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		99
Normal Q-Q Plot	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.47641839
Most Extreme Differences	Absolute	.047
	Positive	.047
	Negative	-.035
Test Statistic		.047
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>a</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data yang diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov Test*, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,200. Nilai ini lebih besar dari taraf signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

### 3. Uji Multikorelinearitas

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Multikolineritas dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel  
Dependent**

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	4.315	1.566		2.756	.007			
	kualitas pelayanan	.494	.096	.550	5.125	.000	.225	4.438	
	harga	.324	.102	.342	3.183	.002	.225	4.438	

a. Dependent Variable: ~~kepuasan konsumen~~

Sumber: Data yang diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 4.17 di atas, hasil uji multikolinearitas nilai tolerance masing-masing variabel bernilai (0,225 dan 0,225) > 0,10. Selain itu dapat dilihat dari VIF masing-masing setiap variabel bernilai (4,438 dan 4,438) < 10. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa dalam regresi tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

### 4. Uji Autokorelasi

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Autokorelasi Dengan Durbin-Watson**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.866 <sup>a</sup>	.751	.745	3.512	1.580

a. Predictors: (Constant), ~~harga, kualitas pelayanan~~

b. Dependent Variable: ~~kepuasan konsumen~~

Sumber: Data yang diolah peneliti, 2025

Berdasarkan pada tabel 4.19 di atas, yang dibuktikan dengan nilai Durbin-Watson sebesar 1,580 yang terletak di antara interval 1,550 - 2,460 dengan kriteria Tidak ada Autokorelasi.

### 5. Uji Heterokedastisitas

Untuk mengetahui apakah terdapat heterokedastisitas, terdapat beberapa metode yang dapat digunakan:

- a. Jika variabel independen signifikan secara statistik atau memiliki nilai signifikansi (sig.) < 0,05 maka terjadi gangguan heterokedastisitas.
- b. Jika variabel independen tidak signifikan secara statistik atau memiliki nilai signifikansi (Sig.) > 0,05 maka tidak terjadi gangguan heterokedastisitas.

**Tabel 4.4**  
**Hasil Pengujian Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	2.004	.968		2.071	.041
	kualitas pelayanan	.024	.060	.085	.398	.692
	harga	-.001	.063	-.003	-.014	.989

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Sumber: Data yang diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,692, sedangkan variabel Harga (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,989. Kedua nilai tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. dalam model regresi yang digunakan.

## 6. Uji T Parsial

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan  
Konsumen (Y)**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	6.056	1.535		3.946	.000
	kualitas pelayanan	.765	.048	.851	15.964	.000

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber: Data yang diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji pada Tabel 4.31 di atas, diketahui bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $15,964 > 1,661$ ). Selain itu, nilai p-value (Sig.) sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Dengan demikian,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Rumiko Cafe Kabupaten Tangerang.

## 7. Uji F Simultan

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Hipotesis (Uji f) Secara Simultan antara Variabel Kualitas Pelayanan  
(X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3565.037	2	1782.518	144.482	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1184.378	96	12.337		
	Total	4749.414	98			

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

b. Predictors: (Constant), harga, kualitas pelayanan

Sumber: Data yang diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.33 di atas, diperoleh nilai p-value lebih kecil dari signifikansi 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), serta nilai F hitung lebih besar dari F tabel ( $144,482 > 3,09$ ). Dengan demikian,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Rumiko Cafe.

#### **4.3 Pembahasan Penelitian**

Berdasarkan hasil analisis statistik, dapat disimpulkan bahwa variabel independen Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) berpengaruh positif serta signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan pada kualitas pelayanan maupun penetapan harga yang tepat di Rumiko Cafe mampu meningkatkan kepuasan konsumen, baik dilihat secara parsial maupun simultan. Dengan demikian, temuan penelitian ini mendukung hipotesis yang telah diajukan sebelumnya dan sejalan dengan hasil penelitian terdahulu.

##### **4.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Pembahasan penelitian yang diperoleh peneliti sebagaimana berdasarkan hasil analisis regresi pada tabel 4.21 dapat diperoleh persamaan regresi linear sederhana ( $Y=6,056+0,765X_1$ ). Berdasarkan tabel 4.25, diperoleh nilai r (Koefisien Korelasi) sebesar 0,851 yang menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara variabel Kualitas Pelayanan (X1) dengan Kepuasan Konsumen (Y). Berdasarkan hasil uji pada Tabel 4.28 di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,724. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) memberikan pengaruh sebesar 72,4% terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Berdasarkan hasil uji pada Tabel 4.31 di atas, diketahui bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $15,964 > 1,661$ ). Selain itu, nilai p-value (Sig.) sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Dengan demikian,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Rumiko Cafe Kabupaten Tangerang. Hasil dari penelitian terdahulu yang diteliti oleh (Hadi et al., 2024) Kualitas Pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Pt. Airmas Perkasa.

##### **4.3.2 Pengaruh Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Pembahasan penelitian yang diperoleh peneliti sebagaimana berdasarkan hasil analisis regresi pada tabel 4.22 diperoleh persamaan regresi linear sederhana ( $Y=5,313+0,783X_2$ ). Berdasarkan hasil uji pada Tabel 4.26 di atas, diperoleh nilai r (Koefisien Korelasi) sebesar 0,826 yang menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara variabel Harga (X2) dengan Kepuasan Konsumen (Y). Berdasarkan hasil uji pada Tabel 4.29 di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,682. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Harga (X2) memberikan pengaruh sebesar 68,2% terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Berdasarkan hasil uji pada Tabel 4.32 di atas, diketahui bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $14,437 > 1,661$ ). Selain itu, nilai p-value (Sig.) sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Dengan demikian,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Rumiko Cafe Kabupaten Tangerang. Hasil dari penelitian terdahulu yang diteliti oleh (Alamanda & Purwanti, 2024) menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Food Court Bayu Dimsum Vila Dago.

### **4.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Pembahasan penelitian yang diperoleh peneliti sebagaimana berdasarkan hasil analisis regresi pada tabel 4.23 diperoleh persamaan regresi linear berganda ( $Y=4,315+0,494X_1+0,342X_2+a$ ). Berdasarkan Tabel 4.27, diperoleh nilai R (Koefisien Korelasi) sebesar 0,866. Nilai ini menunjukkan adanya hubungan yang sangat erat antara variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) dengan variabel Kepuasan Konsumen (Y). Berdasarkan hasil uji pada Tabel 4.30 di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,751. Hal ini berarti bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) secara simultan memberikan pengaruh sebesar 75,1% terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.33 di atas, diperoleh nilai p-value lebih kecil dari signifikansi 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), serta nilai F hitung lebih besar dari F tabel ( $144,482 > 3,09$ ). Dengan demikian,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Rumiko Cafe Kabupaten Tangerang. Hasil dari penelitian terdahulu yang diteliti oleh (Yoserizal et al., 2022) menemukan bahwa terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Laundry 21 Air Tawar Barat, Padang Utara, Kota Padang.

## **PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai kualitas pelayanan dan harga yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Rumiko Cafe, bagian penutup ini menyajikan kesimpulan, kesimpulan yang dapat disampaikan oleh penulis sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumiko Cafe Kabupaten Tangerang. Hal tersebut dibuktikan melalui persamaan nilai regresi ( $Y = 6,056 + 0,765X_1$ ) dan perhitungan uji hipotesis secara parsial diperoleh nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  sebesar ( $15,964 > 1,661$ ). Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumiko Cafe Kabupaten Tangerang. Hal ini dapat dilihat dari persamaan regresi ( $Y = 5,313 + 0,783X_2$ ) dan perhitungan uji hipotesis secara parsial diperoleh nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  sebesar ( $14,437 > 1,661$ ). Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumiko Cafe Kabupaten Tangerang. Hal tersebut dibuktikan melalui persamaan nilai regresi ( $Y = 4,315 + 0,494X_1 + 0,324X_2$ ) dan perhitungan uji hipotesis secara simultan diperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sebesar ( $144,482 > 3,09$ ). Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini telah dilakukan dan disusun sesuai dengan kaidah ilmiah yang berlaku. Namun, penulis menyadari masih terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, antara lain: Penelitian ini telah dilakukan dan disusun sesuai dengan kaidah ilmiah yang

berlaku. Namun, penulis menyadari masih terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Cakupan responden terbatas, karena penelitian ini hanya melibatkan konsumen yang sudah pernah berkunjung dan melakukan pembelian di *Rumiko Cafe*. Oleh karena itu, persepsi dari calon konsumen maupun masyarakat yang belum pernah berkunjung belum terwakili, sehingga hasil penelitian ini belum sepenuhnya mencerminkan pandangan seluruh konsumen.
2. Wilayah penelitian yang sempit, di mana penelitian ini hanya dilakukan di sekitar area *Rumiko Cafe* di Kabupaten Tangerang. Dengan demikian, hasil penelitian belum dapat digeneralisasi untuk wilayah lain dengan karakteristik konsumen yang berbeda.
3. Data bersumber dari persepsi responden, karena penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Jawaban yang diberikan responden bersifat subjektif dan dapat dipengaruhi oleh pengalaman pribadi masing-masing.
4. Penelitian ini hanya fokus pada dua variabel yaitu Kualitas Pelayanan dan Harga sehingga banyak faktor lain yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen seperti Kepercayaan, Promosi, dll, yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

### 5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada *Rumiko Cafe* di Kabupaten Tangerang”, maka peneliti memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner pada variabel Kualitas Pelayanan (X1), indikator dengan nilai rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan “Karyawan *Rumiko Cafe* selalu siap membantu jika saya membutuhkan sesuatu” dengan skor 3,26, sedangkan indikator dengan nilai terendah terdapat pada pernyataan “Penampilan karyawan *Rumiko Cafe* selalu rapi dan sopan” dengan skor 3,03. Oleh karena itu, disarankan agar pihak *Rumiko Cafe* terus mempertahankan sikap tanggap dan kesediaan karyawan dalam membantu pelanggan, serta meningkatkan konsistensi dalam penampilan dan kerapian karyawan agar menciptakan kesan profesional dan nyaman di mata konsumen.
2. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner pada variabel Harga (X2), indikator dengan nilai rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan “Harga yang saya bayar di *Rumiko Cafe* sesuai dengan manfaat yang saya rasakan” dengan skor 3,35. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sudah cukup merasa harga yang diberikan sepadan dengan kualitas produk. Namun, indikator dengan nilai terendah terdapat pada pernyataan “*Rumiko Cafe* menawarkan harga yang kompetitif untuk kualitas yang diberikan” dengan skor 2,91. Oleh karena itu, disarankan agar pihak *cafe* melakukan evaluasi terhadap strategi penetapan harga dan memastikan harga yang ditawarkan tetap kompetitif, misalnya dengan menghadirkan promo.
3. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner pada variabel Kepuasan Konsumen (Y), indikator dengan nilai rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan “Saya memiliki keinginan untuk membeli produk *Rumiko Cafe* secara rutin” dengan skor 3,13, sedangkan nilai terendah terdapat pada pernyataan “Saya ingin terus datang dan menikmati makanan/minuman di *Rumiko Cafe*” dengan skor 2,85. Hal ini menunjukkan bahwa minat pembelian ulang cukup tinggi, tetapi masih perlu dorongan untuk meningkatkan frekuensi kunjungan.

## DAFTAR PUSTAKA

### Jurnal:

- Ahmudin, & Ranto, D. W. P. (2023). Pengaruh Harga, Word of Mouth dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel di Yogyakarta. *Jurnal E-Bis*, 7(1), 158–168. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i1.1112>
- Aisyah, S. (2022). Analisis Peranan Auditor Internal Terhadap Fungsi Pemasaran(Promosi) Pada Hotel Transit Syariah Medan. *Accumulated Journal (Accounting and Management Research Edition)*, 3(2), 198. <https://doi.org/10.22303/accumulated.3.2.2021.198-206>
- Akbar, T. S., Fitrah, Y., & Rafli, M. (2023). Pengaruh, Persepsi Harga, Persepsi Kualitas, Dan Loyalitas Merek Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Shopee. *Jurnal Neraaca Manajemen, Ekobnomi*, 3(1), 1–14.
- Alam, D. R., Hismi, Sahrul, & Suyatna, R. G. (2023). Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada Mahasiswa UPG Pengguna Aplikasi Shopee). *Jurnal Manuhara*, 2(1), 313–323.
- Alamanda, D., & Purwanti. (2024). Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen). *Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)*, 4(3), 631–641. <https://doi.org/10.32493/jism.v4i3>
- Antika Adela, P. (2024). *PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI JW MARRIOTT HOTEL JAKARTA*. 22(1), 107–120. <https://doi.org/10.36276/mws.v22i1.638>
- Asmiani, J., & Yuliana, Y. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pembelian Kecap Bango. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 6(2), 105–114. <https://doi.org/10.51544/jmm.v6i2.2065>
- Bansaleng, J. M., Sepang, J. L., Tampenawas, J. L. A., Produk, P. K., Pelayanan, K., & Produk, D. A. N. H. (2021). *TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA KARTU XL DI MANADO INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY , SERVICE QUALITY , AND PRODUCT PRICE ON XL CARD USER CUSTOMER SATISFACTION IN MANADO* *Jurnal EMBA Vol ... No ... Juni 2021 , Hal . 331 - 340*. 331–340.
- Damanik, D. (2023). Konsep Dasar Manajemen Peserta Didik. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 5, 3696–3702.
- Dharma, E. A., Bastian, M. I., Perdana, A., & Yulianto, Y. (2025). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Teh Solo oleh Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION : Economic, Accounting, Management and Business*, 8(1), 79–86. <https://doi.org/10.37481/sjr.v8i1.1009>
- Efanta. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen ( Studi Kasus Pada Cuci Mobil Dan Motor Pada Hagga Kediri ). *Risk Fakultas Ekonomi Universitas Kediri*, 1(2), 73–88.
- Effendy, E., Siregar, E. A., Fitri, P. C., & Damanik, I. A. S. (2023). Mengenal Sistem Informasi Manajemen Dakwah (Pengertian Sistem, Karakteristik Sistem). *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 5(2), 4343–4349.
- Ertanto, B. (2024). *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada produk wafer nabati di toko zaina di sampit*. 9(2), 175–181.
- Febriyanti, M. D., Arief, M. Y., & Ediyanto, E. (2025). *PENGARUH HARGA, VARIASI PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA ES TEH POCI DI PRAJEKAN, BONDOWOSO*. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 4(2), 393–412.
- Gulo, M., Zai, K. S., Lase, N. K., Gulo, M., Zai, K. S., & Lase, N. K. (2022). *DI CV . GOLDEN MART KOTA GUNUNGSITOLI THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION IN CV . GOLDEN* *Jurnal EMBA Vol . 10 No . 4 Oktober 2022 , Hal . 1290-1298*. 10(4), 1290–1298.

- Hadi, R. K., Sulaeman, A., & Komarudin, K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Airmas Perkasa. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION : Economic, Accounting, Management and Business*, 7(2), 545–553. <https://doi.org/10.37481/sjr.v7i2.849>
- Haryanti, F. P., Surabaya, U. M., Wahjono, S. I., & Surabaya, U. M. (2023). *PENGERTIAN MANAJEMEN SEBAGAI DASAR SUKSES BISNIS “ PT KIMIA FARMASI TBK .”* November. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.27925.29929>
- Iriany, E. D., Maryen, A., & Banea, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Sinarmas Multifinance Cabang Sorong. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(3), 33–41.
- Kulašin, D. J. F.-S. (2005). *Review of the servqual concept*. 9–12.
- Lumempow, K. R., Worang, F. G., Gunawan, E., Pelayanan, P. K., Dan, F., Terhadap, H., Gunawan, E., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Ratulangi, U. S. (2023). *KEPUASAN KONSUMEN PADA SWISS BELHOTEL MALEOSAN MANADO THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, FACILITIES AND PRICES ON CUSTOMER SATISFACTION AT SWISS BELHOTEL MALEOSAN MANADO* *Jurnal EMBA Vol . 11 No . 1 Januari 2023* , Hal . 1-11. 11(1), 1–11.
- M. Amir, N. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Dyza Sejahtera Medan. *Jurnal Warta Edisi* 59, 1(59), 10.
- Margery, E. (2023). *Jurnal Bisnis dan Manajemen ( JBM ) Volume 1 , No . 2 , Oktober 2023* ISSN : 3025-9363 ( online ) *Jurnal Bisnis dan Manajemen ( JBM ) Volume 1 , No . 2 , Oktober 2023*. 1(2), 135–145.
- Maulana, S., & Muhajirin, M. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Aisy Cabang Bima. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(4), 372. <https://doi.org/10.32493/dr.b.v4i4.11678>
- Millah, H., & Suryana, H. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen ( Studi Kasus Pada Alfamart Di Desa Karangbong Kecamatan Pajajaran )*. 6(2), 134–142.
- Mubarokah, I. H., & Srimindarti, C. (2022). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Skala Usaha Dan Pengalaman Usaha Terhadap Penggunaan Informasi Akuntansi. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13(1), 163–171.
- Muniroh, L., Kuraesin, E., Hasnin, H. R., & Mukharam, F. Al. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Layanan Drive Thru McDonald’s Semplak, Bogor. *Jurnal Manajemen Inovator*, 11(1), 89–96.
- Murtini, A., Zamhari, & Oktalina, G. (2019). Analisa Bauran Pemasaran (7P) Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Home Industry CV Melati Kota Pangkalpinang). *Jurnal Progresif (JIPMB)*, 6(4), 2354–5682. <https://ejournal.stieibek.ac.id/index.php/jipmb/article/view/419>
- Muzakqi, M. R., & Zaki, A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Servicescape Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Burger Bangor Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 1799–1811. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3909>
- Napitupulu, V. K., Siagian, E. M, S. H. (2024). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CAFE & RESTO CALDERA BALIGE*. 3(1), 97–102.
- Nelli Riama Manullang. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Extra Qilo Laundry Kiloan di Kota Batam. *Textiles Magazine*, 23(2), 11–13. <https://doi.org/10.5040/9781501365287.876>
- Nurfadlun, Haryanti, I., & Ernawati, S. (2024). Pengaruh Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Royal Coffe. *Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology*, 2(2), 49–53. <https://doi.org/10.69693/ijmst.v2i2.314>
- Nurjanah, F., & Fadillah. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Sa.Tuang Coffee Shop Banjar Wijaya Cipondoh Kota Tangerang. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 945–951.

- <https://jurnalamanah.com/index.php/cakrawala/index>
- Nurliyanti, Susanti, A. A., & Hadibrata, B. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Manajemnt). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(2), 224–232. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2.982>
- Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, T. (2020). Manajemen Pemasaran. In *Journal GEEJ* (Vol. 7, Issue 2).
- Purnamasari, F. (2024). Dasar-Dasar Manajemen. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. [http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484\\_SISTEM\\_PEMBETUNGAN\\_TERPUSAT\\_STRATEGI\\_MELESTARI](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI)
- Putri, M. N., Sudarso, S., & Hariasih, M. (2025). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. 9(1), 2547–2577.
- Ray, R., & Rahman, M. B. (2016). *Measuring Students ' Satisfaction towards Different Tourism Destinations in Rajshahi : An Application of Expectancy Disconfirmation Theory*. 1(1), 15–26.
- Riyanto, S. S., Erdi, H., & Yunas, M. F. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Bekasi Utara. 4(2), 6707–6712.
- S. Permadi, A., Purtina, A., & Jailani, M. (2020). Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terhadap Motivasi Belajar. *Tunas: Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 6(1), 16–21. <https://doi.org/10.33084/tunas.v6i1.2071>
- Sari, R. F., Marlius, D., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada D ' sruput Lapai Padang. 7, 1801–1812.
- Suhardi, Y., Zulkarnaini, Z., Burda, A., Darmawan, A., & Klarisah, A. N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 31–41. <https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.718>
- Sukarsa, A., & Mas, M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sava Kopi Pamulang. 1(1), 1–11.
- Suryadi, N., Brawijaya, U., Suryana, Y., Padjadjaran, U., Komaladewi, R., Padjadjaran, U., Sari, D., & Padjadjaran, U. (2018). *CONSUMER , CUSTOMER AND PERCEIVED VALUE : PAST AND PRESENT*. 17(4), 1–9.
- Susanto. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multi Disiplin*, 3(1), 1–12. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Syahfitri, N. N., & Priansa, D. J. (2023). Pengaruh Telemarketing Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Langit Musik Indihome Bandung Tahun 2023. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 6964–6969.
- Wahyuddin, R., Sucipto, A., & Susanto, T. (2022). Pemanfaatan Teknologi Augmented Reality Dengan Metode Multiple Marker Pada Pengenalan Komponen Komputer. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 3(3), 278–285. <https://doi.org/10.33365/jatika.v3i3.2034>
- Wati, K., & Almassawa, S. F. (2025). *MARKETING DAN KUALITAS PELAYANAN PADA PT HELLOILMARE RESTORASI INDONESIA PURCHASING DECISIONS INFLUENCED BY DIGITAL MARKETING AND SERVICE QUALITY AT PT HELLOILMARE RESTORASI INDONESIA*. 3454–3470.
- Yoesoep, R. E. (2022). Manajemen Pemasaran. In *Eureka Media Aksara*. <https://repository.penerbiteureka.com/publications/558183/manajemen-pemasaran>
- Yoserizal, Y., Nurofik, A., & Trismiyanti, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Laundry 21 Air Tawar Barat Padang Utara Kota Padang. *Jurnal Pustaka Manajemen (Pusat Akses Kajian Manajemen)*, 2(2), 81–85. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamanajemen.v2i2.348>

- Yuli, P. D., & Irmal. (2024). *Jurnal ELASTISITAS Vol . 1 , No . 1 Bulan Oktober 2024 PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA EZY LAUNDRY DI WILAYAH TANGERANG SELATAN Jurnal ELASTISITAS Vol . 1 , No . 1 Bulan Oktober 2024 P-ISSN XXXX – XXXX ; E-ISSN XXXX-X. 1(1)*, 328–340.
- Yulianingsih, I., & Amelia, V. (2024). *Kepuasan Konsumen Berbasis Harga , Kepercayaan Konsumen dan Promosi. 4(3)*, 981–995.
- Zaini, A. A. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi pada Konsumen “Warung Bek Mu 2” Banjarnayar Paciran Lamongan). *Pemasaran Jasa, 2(2)*, 47–54.
- Buku:**
- Ariyanto, A. (2023). Manajemen Pemasaran. In *Widina Bhakti Persada Bandung*.
- Fadilah, N. (2020). *Pengertian , Konsep , dan Strategi Pemasaran Syari ' ah. 1(2)*.
- Fadli, R. (2022). *Manajemen Sumber Daya Manusia*.
- Hasan, S., Made Santi, N. D., Nugroho, H., Muniarty, P., Amruddin, Santoso, A., Sarjana, S., Afandi, A., Puspito Sari, Y., AKhmad Tarigan, B., & Solehudin. (2022). Pengantar Manajemen. In *Pt. Global Eksekutif Teknologi* (Issue September).
- Isra, M., Diah, W., & Ely, R. (2024). Manajemen Pemasaran: Konsep dan Teori. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Soviyanti, E., & Khairani, Z. (2024). *Manajemen Pemasaran* (Z. Khairani (ed.)).
- Sugiyono. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D* (Sutopo (ed.); 1st ed.). ALFABETA.
- Sugiyono. (2022). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA,cv.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *KEPUASAN PELANGGAN Konsep, Pengukuran, & Strategi* (A. Diana (ed.); 1st ed.). ANDI.