

ANALISIS KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA JASA WEDDING ORGANIZER KIYAMURA DI KOTA PRABUMULIH

Ririn Ine Flazaria *¹

Yudi Tusri ²

Sebri Hesinto ³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Prabumulih

*e-mail: ririnine2103@gmail.com

Abstrak

analisis kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada jasa wedding organizer kiyamura di kota prabumulih” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisis kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada jasa wedding organizer kiyamura di kota prabumulih. Metode yang digunakan penelitian ini adalah metode kuantitatif pendekatan deskriptif serta menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang dibuat dengan SPSS versi 26, hasil pengujian statistik di peroleh bahwa variabel kualitas layanan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen pada jasa wedding organizer Kiyamura di Kota Prabumulih. Hal ini dibuktikan dengan uji hipotesis yang telah dilakukan yaitu t hitung > t tabel untuk pengaruh Kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar (4,570 > 2,017) dengan signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu (0,000 < 0,05). Harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsume pada jasa wedding organizer Kiyamura di Kota Prabumulih. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan uji hipotesis yang telah dilakukan peneliti dengan nilai t hitung > t tabel untuk pengaruh Harga adalah sebesar (2,735 > 2,017) dengan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu (0,00 < 0,05). Maka dapat disimpulkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada jasa wedding organizer kiyamura di kota prabumulih. Pada hasil uji korelasi determinasi (R²) Hal ini dibuktikan dari adjusted R Square sebesar 0,600. menunjukkan bahwa Kualitas layanan dan harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 37,8% dan 62,2% dipengaruhi oleh variabel lain yaitu Emosional konsumen dan Kualitas produk. Sehingga besar kemungkinan untuk peneliti selanjutnya.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Harga, Dan Kepuasan Konsumen

Abstract

Analysis of Service Quality and Price on Customer Satisfaction of Kiyamura Wedding Organizer Services in Prabumulih City”

This study aims to determine how service quality and price affect customer satisfaction with the services of Kiyamura Wedding Organizer in Prabumulih City. The method used in this research is a quantitative approach with a descriptive design and utilizes questionnaires. The analytical technique used is multiple linear regression analysis processed using SPSS version 26.

The statistical test results show that the service quality variable partially influences customer satisfaction with the Kiyamura Wedding Organizer services in Prabumulih City. This is proven by the hypothesis test results where the t-count > t-table for the effect of service quality on customer satisfaction, which is (4.570 > 2.017), with a significance level lower than 0.05, namely (0.000 < 0.05). Price also partially affects customer satisfaction with the Kiyamura Wedding Organizer services in Prabumulih City. This is proven by the hypothesis test results where the t-count > t-table for the effect of price is (2.735 > 2.017), with a significance level lower than 0.05, namely (0.00 < 0.05). Thus, it can be concluded that there is a positive and significant influence on customer satisfaction with the Kiyamura Wedding Organizer services in Prabumulih City. The results of the coefficient of determination (R²) test show that the adjusted R Square is 0.600. This indicates that service quality and price influence customer satisfaction by 62.2%, while the remaining 37.8% is influenced by other variables such as customer emotions and product quality. Therefore, these factors are recommended for consideration in future research.

Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Dalam industri jasa, kualitas layanan dan harga menjadi dua faktor penting yang menentukan kepuasan konsumen. *Wedding organizer* merupakan salah satu bentuk layanan yang sangat mengandalkan kualitas layanan dalam menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kiyamura. menurut Kotler dan Keller dalam Istanti, E., Negoro, R, M & Noviadari. (2020), "kualitas layanan adalah sejauh mana suatu layanan dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Kualitas layanan melibatkan evaluasi konsumen terhadap aspek-aspek seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik dari layanan yang diberikan oleh perusahaan". Kualitas layanan dapat dilihat sebagai upaya untuk mengatasi kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi terhadap layanan yang diterima.

Berdirinya Kiyamura *wedding organizer* pada 9 Februari 2020 selain itu Kiyamura bergerak pada bidang jasa sebuah layanan perencanaan dan penyelenggaraan pernikahan yang bertujuan untuk memberikan pengalaman istimewa bagi pasangan pengantin. *Wedding organizer* ini dikenal dengan pendekatan yang profesional, kreatif, dan personal, memastikan setiap detail pernikahan sesuai dengan visi dan keinginan klien. Kiyamura adalah salah satu penyedia jasa *wedding organizer* (WO) di Kota Prabumulih yang dikenal karena layanan profesionalnya dalam membantu calon pengantin mengatur seluruh rangkaian acara pernikahan. Latar belakang berdirinya Kiyamura berfokus pada kebutuhan masyarakat setempat akan jasa *wedding organizer* yang dapat memberikan pengalaman pernikahan yang terorganisir, estetik, dan sesuai dengan anggaran serta keinginan klien.

Namun, untuk itu *wedding organizer* Kiyamura memiliki permasalahan masih kurangnya *profesionalisme* tim, sering kali tim *wedding organizer* tidak cukup terampil atau kurang tanggap terhadap kebutuhan klien, yang dapat menyebabkan ketidakpuasan. Untuk permasalahan pada harga kurangnya transparansi biaya seperti tidak memberikan rincian biaya yang jelas, sehingga muncul biaya tambahan yang tidak disepakati sebelumnya contohnya biaya transportasi ketika di luar kota Prabumulih yang tidak di cantumkan dalam perincian biaya paket *wedding* yang di berikan. Fenomena yang dihadapi saat ini meningkatnya ketergantungan pada *wedding organizer* terutama di daerah dengan akses terbatas, munculnya persaingan ketat dalam industri lokal dari penyedia jasa lain termasuk yang berasal dari kota. Sebagai salah satu penyedia jasa *wedding organizer* di Kota Prabumulih, menghadapi persaingan ketat di tengah meningkatnya permintaan untuk layanan acara pernikahan yang berkualitas dan terjangkau. Konsumen cenderung memilih penyedia jasa yang tidak hanya menawarkan harga yang kompetitif tetapi juga layanan yang memenuhi harapan mereka

Wedding organizer Kiyamura di Kota Prabumulih adalah salah satu penyedia jasa yang bergerak untuk mengatur berjalannya acara pernikahan, menawarkan berbagai layanan mulai dari perencanaan, dekorasi, hingga pelaksanaan acara. Dalam lingkungan kompetitif ini, mempertahankan kualitas layanan. Kepuasan konsumen menjadi kunci untuk keberhasilan sebuah bisnis jasa, termasuk *wedding organizer*. Konsumen yang puas cenderung kembali menggunakan layanan yang sama dan merekomendasikannya kepada orang lain, sementara konsumen yang tidak puas dapat beralih ke penyedia layanan lain dan memberikan umpan balik negatif. Oleh karena itu, *wedding organizer* Kiyamura perlu memahami bagaimana kualitas layanan dan harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen mereka.

Menurut Kotler dan Keller dalam Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022), "kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapan konsumen". Jika kinerja produk sesuai atau melebihi harapan, konsumen akan merasa puas, sedangkan jika kinerja produk lebih rendah dari harapan, konsumen akan merasa tidak puas. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di Kiyamura *wedding organizer*. dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang berguna untuk meningkatkan kualitas layanan dan strategi penetapan harga yang sesuai, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan angka dan statistik untuk mengumpulkan dan menganalisis data.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang dijadikan objek penelitian ini adalah Kantor *Wedding Organizer* Kiyamura Jl.Kemuning perum griya kemuning Rt 02 Rw 04 Cambai Kota Prabumulih, Sumatera Selatan.

Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dimulai 15 November 2024 sampai dengan 30 April 2025.

Populasi dan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi, Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan Sampel jenuh menurut Sugiyono (2018:367), "adalah teknik penentuan sampel semua anggota populasi yang digunakan sebagai sampel dengan jumlah populasi 45 konsumen , maka penulis menggunakan sampel jenuh yaitu sebanyak 45 konsumen.

Jenis dan Sumber Data

Dalam mendukung penelitian yang akan dilakukan maka jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu data yang berbentuk bilangan berupa angka angka atau data kuantitatif yang telah diangkakan melalui proses skoring. Sumber data dalam penelitian ini ada dua yaitu, sumber data primer atau data yang diperoleh langsung oleh penulis dan juga data sekunder sebagai data penunjang yang menguatkan perolehan data yang didapat penulis dari artikel, jurnal, serta dokumen yang dimiliki oleh instansi.

Definisi Variabel

Kualitas Layanan (X1)

Menurut Kotler dan Keller (2016:422), "kualitas layanan adalah keseluruhan dari fitur dan karakteristik sebuah produk atau layanan yang menghasilkan kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang telah dinyatakan oleh konsumen".

Harga (X2)

Menurut Kotler (2019:42), "harga adalah:"*The amount of money charged for a product or service, the sum of the values that customers exchange for the benefit of having or using the product or service*". Yang artinya jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau jumlah nilai yang ditukar pelanggan untuk kepentingan memiliki atau menggunakan suatu produk".

Kepuasan Konsumen (Y)

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S.(2012:9) Kepuasan konsumen adalah sejauh mana tanggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli

Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara dengan narasumber terpilih, serta penyebaran kuesioner berbasis skala Likert yang disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk menggambarkan data yang telah dikumpulkan melalui penyajian dalam bentuk tabel, grafik, persentase, dan nilai rata-rata. Distribusi jawaban responden dianalisis berdasarkan karakteristik demografis, seperti jenis kelamin dan tingkat pendidikan, guna memahami latar belakang responden. Instrumen yang digunakan berupa kuesioner tertutup dan wawancara, di mana responden diminta memilih jawaban yang telah disediakan untuk mempermudah proses analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN**Uji Validitas**

Menurut Sugiyono (2014), "Validitas adalah yaitu suatu ukuran yang mengacu kepada derajat kesesuaian antara data yang dikumpulkan dan data yang sebenarnya dalam sumber data. Data yang akan valid akan diperoleh apabila kuesioner pengumpulan data juga valid, oleh karena itu untuk menguji validitas maka pengujian dilakukan terhadap instrumen kuesioner pengumpulan data." Dalam penelitian ini, uji validitas menggunakan metode corrected item-total correlation atau membandingkan nilai corrected item-total correlation sebagai r hitung dengan r tabel. Dengan nilai r tabel sebesar: $df=n-2=45-2=43=0,294$, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r table	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	X1.1	0,829	0,294	Valid
	X1.2	0,662		Valid
	X1.3	0,830		Valid
	X1.4	0,818		Valid
	X1.5	0,792		Valid
	X1.6	0,841		Valid
	X1.7	0,807		Valid
	X1.8	0,837		Valid
Harga (X2)	X2.1	0,755	0,294	Valid
	X2.2	0,738		Valid
	X2.3	0,874		Valid
	X2.4	0,858		Valid
	X2.5	0,758		Valid
	X2.6	0,771		Valid
	X2.7	0,828		Valid
	X2.8	0,678		Valid
	X2.9	0,731		Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y.1	0,805	0,294	Valid
	Y.2	0,681		Valid
	Y.3	0,782		Valid
	Y.4	0,894		Valid
	Y.5	0,727		Valid
	Y.6	0,849		Valid
	Y.7	0,852		Valid
	Y.8	0,638		Valid
	Y.9	0,650		Valid
	Y.10	0,659		Valid

Hasil uji validitas pada tabel 1 dapat diketahui bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur setiap item pernyataan yang digunakan pada penelitian ini nilai r hitung > r tabel. Maka dari hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas (X) maupun variabel terikat (Y) semua indikator dikatakan valid. Dari tabel diatas bahwa semua r hitung > r tabel ini melambangkan semua pernyataan itu valid dan dapat dibawah ke penelitian selanjunya.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan pengujian terhadap konsistensi hasil pengukuran dalam instrumen penelitian Pada penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha, Instrumen penelitian dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh > 0,6

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

NO	Variabel	R Alpha	Cronbach's	Keterangan
----	----------	---------	------------	------------

1.	Kualitas Layanan (X1)	0,921	0,60	Reliabel
2.	Harga (X2)	0,914		Reliabel
3.	Kepuasan Konsumen (Y)	0,914		Reliabel

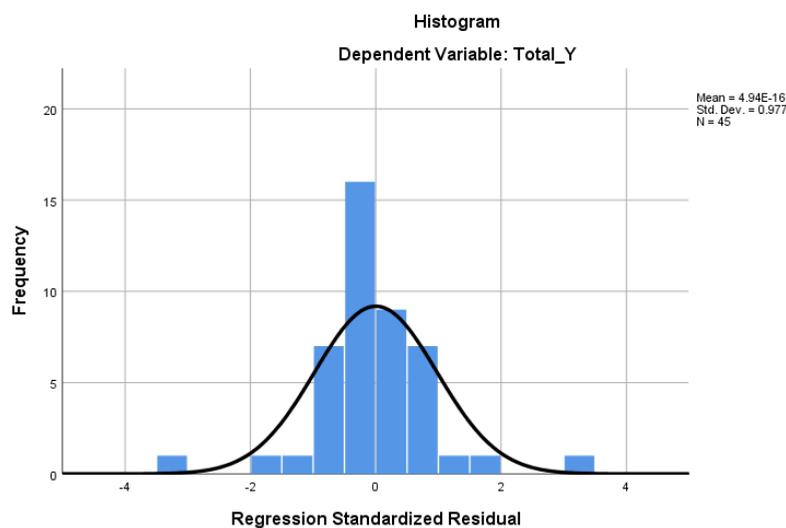
Berdasarkan hasil uji reabilitas diatas menunjukan bahwa variabel X1 (Kualitas Layanan) menunjukan nilai *Cronbach's Alpha* adalah 0,921 lebih besar dari 0,6 variabel X2 (Harga) menunjukan nilai *Cronbach's Alpha* adalah 0,914 lebih besar dari 0,6. Kepuasan Konsumen menunjukan nilai *Cronbach's Alpha* adalah 0,914 lebih besar dari 0,6. Sehingga dapat dikatakan bahwa kuesioner pada variabel X (Kualitas layanan, Harga) dan Kepuasan konsumen tersebut memiliki nilai yang *reliable* atau handal.

Uji Normalitas

Menurut Sahir (2022: 69), "Uji normalitas adalah untuk menguji apakah variabel independen dan variabel dependen berdistribusi normal atau tidak". Dengan ketentuan:

- Apabila nilai signifikansi > 0,05 maka hipotesis diterima karena data tersebut terdistribusi secara normal.

Gambar 1 Hasil Uji Normalitas Histogram



Berdasarkan Gambar 1, dapat dilihat bahwa histogram menunjukkan pola distribusi yang mendekati kurva normal karena membentuk lonceng yang mempunyai derajat kemiringan yang sama antara sisi kiri dan kanannya.

Gambar 2 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.98000653
Most Extreme Differences	Absolute	.144
	Positive	.098
	Negative	-.144
Test Statistic		.144

Asymp. Sig. (2-tailed)	.021 ^c
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	

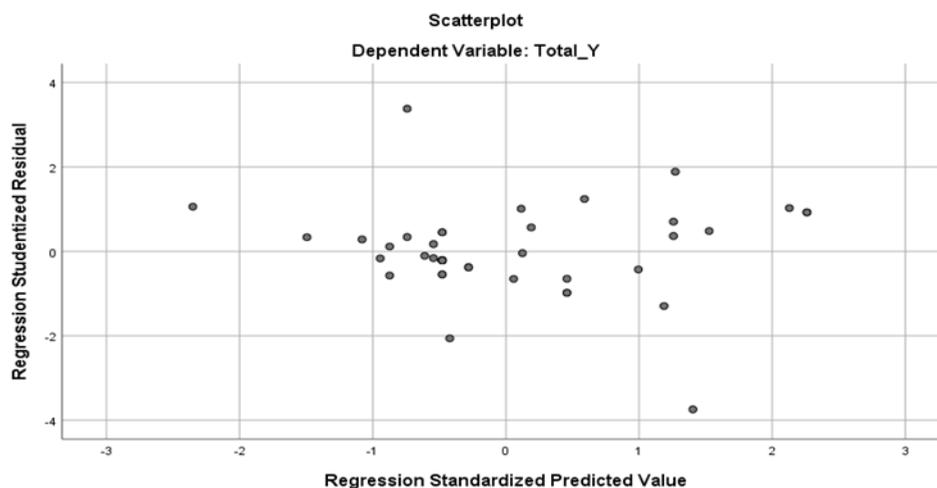
Berdasarkan Gambar 2 diatas menunjukkan bahwa nilai Asymp.sig (2-tailed) > 0,05, hal ini dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini terdistribusi secara normal sehingga analisis dapat dilanjutkan

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian Heteroskedasitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari pengamatan yang lain dengan dari pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

1. Jika ada data membuat pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu dan teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedasitas
2. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedasitas.

Gambar 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot



Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Multikolinieritas merunjak pada adanya hubungan linier sempurna diantara *variance inflation factor* (VIF). Sebagai aturan pengembalian keputusan adalah:

1. Jika **Tolerance value** > 0,01 atau **VIF** < 10 maka dikatakan terbebas Multikolinieritas
2. Jika nilai **VIF** > 10 maka diindikasikan model tersebut memiliki gejala Multikolinieritas

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	13.615	5.473		2.487	.017		
	Kualitas L	.662	.145	.564	4.570	.000	.926	1.080
	Harga (X2)	.265	.141	.280	2.735	.000	.926	1.080

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel 3 dapat ditunjukkan bahwa hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel *Coefficients* dua kolom terakhir. Nilai VIF untuk variabel kualitas layanan yaitu 1,080 dengan *Tolerance* 926, VIF untuk variabel harga yaitu 1,080 dengan *Tolerance* 926. VIF dari kedua variabel < 10, Maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas pada kedua variabel bebas tersebut.

Uji regresi linier berganda

Digunakan untuk membuktikan sejauh mana pengaruh kualitas layanan, harga, dan kepuasan konsumen yang akan dianalisis.

Tabel 4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	13.615	5.473		2.487	.017		
	Kualitas Layanan	.662	.145	.564	4.570	.000	.926	1.080
	Harga	.265	.141	.280	2.735	.000	.926	1.080

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan Tabel 4 diatas di peroleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 13.615 + 0,662 X1 + 0,265 X2 + e$$

1. Konstanta (13,615)

Jika Kualitas Layanan (X1) dan Harga (X2) bernilai nol, maka Kepuasan konsumen (Y) sebesar 13,615

2. Koefisien X1 (0,662)

Apabila variabel kualitas layanan (X1) bertambah 1 (satuan) maka variabel kualitas layanan akan bertambah menjadi 0,662

3. Koefisien X2 (0,265)

Apabila variabel harga (X2) bertambah 1 (satuan) maka variabel harga akan bertambah menjadi 0,265

Pengujian Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 5 Hasil Uji Hipotesis Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.615	5.473		2.487	.017
	Kualitas L.	.662	.145	.564	4.570	.000
	Harga (X2)	.265	.141	.280	2.735	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

(df = 45-2 = 43) dengan tingkat signifikansi 0,05 nilai t tabel nya adalah 2,017

1. Berdasarkan variabel kualitas layanan (X1) t hitung (4,570) > t tabel (2,017) maka akan berpengaruh dengan signifikannya 0,00 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis Diterima.
2. Berdasarkan variabel harga (X2) t hitung (2,735) > t tabel (2,017) maka akan berpengaruh dengan signifikannya 0,00 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis Diterima.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 6 Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	267.838	2	133.919	14.395	.000 ^b
	Residual	390.739	42	9.303		
	Total	658.578	44			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X2, TOTAL_X1

Berdasarkan tabel 6 di atas menunjukkan hasil ANOVA dan F-Test bahwa apabila f hitung (14,395) > f tabel (2,827) maka akan berpengaruh dengan signifikan 0,00 < 0,05 yang artinya bahwa Kualitas layanan dan harga berpengaruh secara bersama-sama dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di *wedding organizer* Kiyamura di Kota Prabumulih

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.638 ^a	.407	.378	3.05013
a. Predictors: (Constant), Total_X2, TOTAL_X1				

Diketahui hasil ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel independent terhadap variabel dependent sebesar 37,8 % sisanya 62,2 % yang dipengaruhi variabel lain yang tidak diketahui dalam penelitian misalnya emosional konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa secara parsial kualitas layanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada jasa wedding organizer kiyamura di kota prabumulih serta harga secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada jasa wedding organizer kiyamura di kota prabumulih Selain itu secara simultan kualitas layanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada jasa wedding organizer kiyamura di kota prabumulih.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, L. N., & Izzah, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada the Body Shop Botani Square Mall Bogor). *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(6), 447-455.
- Apriliansa, A., & Sukaris, S. (2022). Analisa Kualitas Layanan Pada Cv. Singoyudho Nusantara. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 11(2), 498-504.
- Ariga, M. A. (2023). *Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen di Drop Coffee Medan* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada marketplace: Kualitas produk dan kualitas pelayanan (Literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211-224.
- Darna, N., & Herlina, E. (2018). Memilih metode penelitian yang tepat: bagi penelitian bidang ilmu manajemen. *Jurnal Ekologi Ilmu Manajemen*, 5(1), 287-292.
- Febrianto, Y., & Sitinjak, T. J. (2017). Peran kepuasan konsumen dalam memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap minat beli konsumen untuk menggunakan jasa maskapai penerbangan Air Asia. *Business Management Journal*, 13(1).
- Govinaza, A., & Budiani, M. S. (2022). Hubungan antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toserba X. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, 9(5), 143-152.
- Istanti, E., Negoro, R. M., & Noviandari, I. (2020). Implementasi Harga, Kualitas Pelayanan dan Pembelian Berulang pada Penjualan Produk Gamis Afifathin. *Ekonomika*45, 8(1), 1-10.
- Komala, C. C., Norisanti, N., & Ramdan, A. M. (2019). Analisis Kualitas Makanan dan Perceived Value terhadap Kepuasan Konsumen pada Industri Rumah Makan. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(2), 58-64.
- Korowa, E., Sumayku, S., & Asaloei, S. (2018). Pengaruh kelengkapan produk dan harga terhadap pembelian ulang konsumen (studi kasus Freshmart Bahu Manado). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(003).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). 491-492. Faktor-faktor harga pemasaran. *Yogyakarta: sn.*
- Ladiku, A. T. (2021). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Menengah (UKM)(Studi Kasus pada Usaha Telur Ayam Kampung Salma di Manado)* (Doctoral dissertation, IAIN MANADO).

- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3).
- Pally, N. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(20), 537-552.
- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Ulang: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal ilmu manajemen terapan*, 3(5), 469-478.
- Pranajaya, E., Setiawan, T., Firmansyah, D., & Susetyo, D. P. (2022). Peran Mediasi Inovasi: Hubungan Antara Harga dan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen. *Formosa Journal of Sustainable Research*, 1(5), 709-728..
- Rohwiyati, R., & Sulistya, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Solo Raya Tahun 2022). *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Mutiara Madani*, 9(2), 158-169.
- Rufliansah, F. F., & Seno, A. H. D. (2020). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen (Studi pada Konsumen Rainbow Creative Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 389-401.
- Sari, R. M., & Prihartono, P. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 1171-1184.
- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *CiDEA Journal*, 2(1), 24-37.
- Shima, P. (2024). Analisis bauran pemasaran terhadap kinerja pemasaran pada perusahaan freight forwarder dimoderasi oleh implementasi kebijakan di pt. Ncs line world wide (doctoral dissertation, universitas pelita bangsa).
- Syahroni, M. I. (2022). Prosedur penelitian kuantitatif. *EJurnal Al Musthafa*, 2(3), 43-56.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2).
- Zain, A. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Al-Maqashid: Journal of Economics and Islamic Business*, 2(2), 47-54.