

## **PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA USAHA JASA LOUNDRY GAUL SAMARINDA TAHUN 2023**

**Siti Akmalia**

IKIP PGRI Kalimantan Timur  
sitiakmalia.sajidi@gmail.com

### **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada usaha jasa laundry tahun 2023. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi sederhana untuk mengetahui pengaruh dari perubahan suatu variabel terhadap variabel lainnya, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dimana penelitian dilaksanakan pada 3 bulan (januari – maret 2023). Hasil analisis data menunjukkan bahwa Nilai  $F_{hitung}$  adalah 8,129 dan nilai  $F_{tabel}$  4,20 maka  $F_{hitung} > T_{Fabel}$  ( 8,129 > 4,20 ) dengan menggunakan nilai signifikansi 0,05. Dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, yang artinya ada pengaruh signifikan variabel harga terhadap kepuasan pelanggan pada usaha jasa laundry gaul tahun 2023

Kata Kunci : *Harga, Kepuasan Pelanggan*

## ***THE INFLUENCE OF PRICE ON CUSTOMER SATISFACTION IN LOUNDRY GAUL SAMARINDA SERVICE BUSINESS IN 2023***

### ***ABSTRAC***

*This research was conducted with the aim of knowing the effect of price on customer satisfaction in the laundry service business in 2023. The analytical method used in this study is simple regression analysis to determine the effect of changing one variable on other variables, this study uses a quantitative method, where research is carried out in 3 months (January – March 2023). The results of the data analysis show that the  $F_{count}$  value is 8.129 and the  $F_{table}$  value is 4.20, so  $F_{count} > T_{Fable}$  (8.129 > 4.20) using a significance value of 0.05. Thus  $H_a$  is accepted and  $H_o$  is rejected, which means that there is a significant effect of the price variable on customer satisfaction in the slang laundry service business in 2023*

*Keyword : Price, Customer Satisfaction*

## **I. PENDAHULUAN**

Semakin meningkatnya wirausaha maka semakin banyak pula tersedianya peluang lapangan pekerjaan. Adapun semakin meningkatnya pendapatan, teknologi, dan pendidikan, semakin meningkat pula kualitas keinginan dan tuntutan kepuasan masyarakat pengguna jasa terhadap pelayan yang ditawarkan dari sektor pelayanan publik. Di samping hal tersebut sektor pelayanan publik juga dituntut agar dapat memenuhi kebutuhan pengguna jasa serta harus selalu melakukan perbaikan pelayanan serta kesinambungan. Perusahaan dapat menentukan strategi pemasaran yang paling tepat untuk memperoleh keuntungan terbaik dalam jangka pendek dan panjang. Pada laundry gaul mengutamakan pelayanan yang ramah dan sopan bagi pelanggan serta berusaha menjawab kritik dan saran yang di sampaikan oleh pelanggan itulah salah satu kepuasan sebagai karyawan terhadap pelanggan, dengan pelayanan yang baik akan menimbulkan dan terciptanya rasa kepercayaan konsumen terhadap kegiatan usaha tersebut, harapannya jika konsumen percaya dan puas terhadap pelayanan yang telah diberikan maka akan berdampak terhadap pemasukan dan kemajuan usaha tersebut. Pelanggan merupakan sumber pendapatan perusahaan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan antara pendapat terhadap kinerja suatu produk.

Kepuasan pelanggan ini merupakan salah satu kunci untuk dapat memajukan suatu perusahaan dalam bidang apa saja. Pelanggan merupakan sumber pendapatan perusahaan, oleh sebab itu perusahaan harus mengutamakan kepuasan pelanggan apapun jenis usaha yang meliputi usaha jasa, usaha dagang maupun usaha manufaktur. Selain dipengaruhi oleh kualitas jasa atau pelayanan, kepuasan pelanggan juga ditentukan oleh pengaruh harga yang harapannya mewujudkan loyalitas pelanggan terhadap usaha tersebut. Pengaruh harga memegang peranan yang sangat penting untuk keberlangsungan suatu usaha karena harga menentukan tingkat kemampuan konsumen untuk membayar barang maupun jasa yang digunakan. Persaingan yang semakin ketat menuntut sebuah

lembaga penyedia jasa atau layanan untuk selalu memanjakan konsumen atau pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik. (Para pelanggan akan mencari produk berupa jasa yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen dengan memberikan pelayanan yang bagus maka pelanggan akan loyal terhadap apa yang kita berikan dengan itu pelanggan akan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh usaha jasa Laundry Gaul). Permasalahan dari perusahaan tersebut selain kepuasan pelanggan yaitu harga.

Tingkat besar maupun harga yang diberikan perusahaan konsumen tidak menjamin kepuasan konsumen terhadap barang atau jasa yang telah diterima, oleh sebab itu konsumen berharap dengan harga yang mereka keluarkan akan seimbang dengan kepuasan yang mereka terima. Harga mempunyai peranan penting dalam proses pengambilan keputusan yaitu perasan alokasi dari harga adalah membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan kekuatan daya belinya. Pada Jasa Laundry Gaul merupakan jasa mencuci berbagai jenis produk yang berdiri sejak tahun 2020 dan untuk tahun 2023 sebesar Rp.8000,- per kilogram. Untuk jasa yang ditawarkan yaitu jasa cuci seperti pakaian, boneka, karpet/ambal, gordena jendela dan hingga sprei yang dapat di cuci di usaha jasa ini. Rata-rata keuntungan atau laba kurang lebih 5 perbulannya. Namun untuk memenuhi kepuasan pelanggan, usaha laundry gaul berkomitmen untuk melayani konsumen atau pelanggan dengan pelayanan yang baik, menerima kritik maupun saran. Berdasarkan hal tersebut maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Jasa Laundry Gaul Samarinda Tahun 2023”.

## **II. LANDASAN TEORI**

### **Harga**

Harga adalah kesepakatan nilai yang menjadi persyaratan bagi pertukaran dalam sebuah transaksi pembelian. Harga dapat juga di artikan dengan sesuatu yang harus dikeluarkan pembeli untuk menerima produk. (Harjanto 2009:26). “Harga

merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi. Secara sederhana harga dapat di artikan sebagai jumlah (satuan moneter) dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu untuk mendapatkan sesuatu produk. (Tjiptono, et.al, 2012:231). Media sosial juga memungkinkan para pelaku pasar untuk berkomunikasi dengan harga yang relative murah sesama produsen, pelanggan, atau calon pelanggan. Media sosial memberi identitas kepada brand atau merk yang dipasarkan serta membantu dalam menyebarkan promosi dengan cara yang santai dan komunikatif. Menurut (Gurnelius, 2011:10).

Pemasaran melalui media sosial (sosial media marketing) adalah bentuk pemasaran langsung atau tidak langsung. untuk membangun kesadaran, dan tindakan untuk suatu merek, bisnis, orang, atau badan lain dan dilakukan dengan menggunakan alat-alat dari web sosial, seperti blogging, microblogging, jejaring social, bookmark, dan konten. Strategi usaha jasa laundry gaul lebih menunjuk pada kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas bagi pelanggan salah satu upaya mencapai tujuan perusahaan atau toko yaitu memperoleh kepuasan pelanggan. Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Harga Menurut Sukirno (2005) Dalam hukum permintaan dijelaskan sifat hubungan antara permintaan suatu barang dengan tingkat harganya.

Permintaan seseorang atau sesuatu masyarakat kepada sesuatu barang ditentukan oleh banyak faktor. Basu Swastha (2005: 242-246) Diantaranya faktor-faktor tersebut yang terpenting adalah seperti berikut yaitu: (1) Keadaan Perekonomian, Keadaan Perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku. (2) Penawaran dan Permintaan, Permintaan adalah sejumlah barang yang di beli oleh pembeli pada tingkat harga tertentu Penawaran merupakan suatu jumlah yang di tawarkan oleh penjual pada suatu tingkat harga tertentu. (3) Elastisitas Permintaan, Apabila permintaan itu bersifat elastis, maka perubahan harga akan menyebabkan terjadinya perubahan volume penjualan dalam

perbandingan yang lebih besar. (4) Persaingan, Banyaknya penjual dan pembeli ini akan mempersulit penjual perseorangan untuk menjual dengan harga yang lebih tinggi kepada pembeli yang lain. (5) Biaya, Suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian. (6) Tujuan Perusahaan, Setiap perusahaan tidak selalu mempunyai tujuan yang sama dengan perusahaan lainnya. (7) Pengawasan Pemerintah. Pengawasan pemerintah juga merupakan faktor penting dalam penentuan harga.

### **Kepuasan Pelanggan**

Pengertian Kepuasan Pelanggan Kotler (2002) mengemukakan bahwa kepuasan Pelanggan adalah Keluaran dari proses kinerja sebuah perusahaan yang di rasakan oleh seseorang konsumen, dimana hasilnya sesuai dengan harapan konsumen tersebut. Tjiptono (2002) mengungkapkan bahwa “kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Seseorang pelanggan akan terpuaskan jika harapannya terlampaui”. Kepuasan pelanggan berkaitan erat dengan kualitas, dimana akan berdampak langsung pada prestasi produk. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk memperoleh dan mempertahankan kepuasan pelanggan adalah dengan mempertahankan strategi yang dilakukan terhadap karyawan dalam pemasarannya. Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan Menurut Meithiana Indrasari (2019: 91-92) Lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan, antara lain : (1) Kualitas Produk, Konsumen akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. (2) Kualitas Pelayanan, Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan. (3) Emosional, Konsumen merasa puas ketika orang memuji dia karena menggunakan merek yang mahal. (4) Harga, Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi. (5) Biaya, Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa

tersebut. Pengukuran Kepuasan Pelanggan menurut Meithiana Indrasari (2019:89) Untuk mengukur kepuasan pelanggan ada empat metode yaitu: (1) Sistem keluhan dan saran, Kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan Informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkan-nya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul. (2) *Ghost/mystery shopping*, Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial. (4) *Lost customer analysis*, Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. (5) Survei kepuasan pelanggan, Sebagian besar perusahaan melakukan penelitian melalui survei untuk mengukur kepuasan pelanggan, baik survei melalui pos, telepon, e-mail, internet, maupun wawancara langsung. Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Teknik pengukuran kepuasan pelanggan yang sering digunakan yaitu dengan metode survei. Metode survei kepuasan pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara sebagai berikut: (1) *Directly reported satisfaction* yaitu pengukuran kepuasan pelanggan secara langsung dengan menanyakan tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu produk/jasa perusahaan. (2) *Derives dissatisfaction* yaitu dengan menanyakan langsung kepada responden antara harapan dengan kenyataan terhadap produk/jasa perusahaan. (3) *Problem analysis* yaitu dengan meminta responden untuk menuliskan masalah-masalah yang dihadapi dan menulis saran untuk perbaikan-perbaikan. (4) *Importance/ performance analysis/ performance ratings* yaitu dengan meminta responden untuk merangking elemen-elemen berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan tingkat kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen. Menurut (Fandy Tjiptono & Chandra 2005) kepuasan pelanggan dapat memberi manfaat diantaranya : Hubungan antara perusahaan dan para pelanggan menjadi harmonis,

membuat terjadinya pembelian ulang, membantu terciptanya loyalitas pelanggan, membentuk rekomendasi dari mulut kemulut yang menguntungkan bagi perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan, laba yang diperoleh dapat meningkat.

### III. METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data atau informasi sebagaimana adanya dan bukan sebagaimana seharusnya, dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan, kegunaan tertentu (Sugiono, 2006:100). Pada penulisan ini digunakan pendekatan penelitian jenis penelitian yang di gunakan adalah kuantitatif atau jenis data lain yang dapat dikuantitatifkan dan di olah menggunakan teknik statistik A. Muri Yusuf (2017 :43). Metode penelitian deskriptif kuantitatif dapat di artikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random sampling, pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket), analisis data berupa deskriptif persentase dengan tujuan untuk menghitung tingkat kepercayaan diri. Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena semua data yang diperoleh dalam bentuk angka dan angket. Penelitian ini merupakan jenis penelitian berdasarkan sampel.

### IV. HASIL PENELITIAN

Untuk mengetahui pengaruh atau tidaknya variabel bebas (harga) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan) maka digunakan analisis regresi linier sederhana. Adapun rumus regresi linier sederhana sebagai berikut :  $Y = a + bx$  Keterangan : Y (kepuasan Pelanggan) X (Harga) a ( Konstanta) b (Koefisien Regresi). Tabel penolong pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada usaha jasa laundry gaul tahun 2023 dapat dilihat di tabel 3 sebagai berikut:

No. Responden	X	Y	XY	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>
1	94	64	6.016	8.836	4.096
2	100	74	7.400	10.000	5.476
3	90	56	5.040	8.100	3.136
4	110	71	7.810	12.100	5.041
5	101	75	7.575	10.201	5.625
6	96	60	5.760	9.216	3.600
7	92	61	5.612	8.464	3.721
8	88	60	5.280	7.744	3.600
9	92	60	5.520	8.464	3.600
10	98	63	6.174	9.604	3.969
11	79	44	3.476	6.241	1.936
12	102	63	6.426	10.404	3.969
13	91	67	6.097	8.281	4.489
14	90	54	4.860	8.100	2.916
15	95	67	7.107	10.609	4.761
16	103	69	6.365	9.025	4.489
17	95	67	6.365	9.025	4.489
18	109	65	7.085	11.881	4.225
19	105	61	6.405	11.026	3.721
20	110	74	8.140	12.100	5.476
21	102	73	7.446	10.404	5.329
22	84	60	5.040	7.056	3.600
23	88	60	5.280	7.744	3.600
24	88	65	5.720	7.744	4.225
25	103	44	4.532	10.609	1.936
26	95	63	5.985	9.025	3.969
27	109	67	7.303	11.881	4.489
28	105	54	5.670	11.025	2.916
29	110	67	7.370	12.100	4.489
30	103	69	7.107	10.609	4.761
Jumlah	2.927	1.897	185.966	287.618	121.649
	$\Sigma X_i$	$\Sigma Y_i$	$\Sigma X_i Y_i$	$\Sigma X_i^2$	$\Sigma Y_i^2$

(Sumber: Data yang sudah diolah)

Penyelesaian: Mencari nilai konstanta (a):

$$a = \frac{(\Sigma X_i^2)(\Sigma Y_i) - (\Sigma X_i)(\Sigma X_i Y_i)}{[n \Sigma X_i^2 - (\Sigma X_i)^2]}$$

$$a = \frac{(287.618)(1.897) - (2.927)(185.966)}{[30 \times 287.618 - (2.927)^2]}$$

$$a = \frac{545.611.346 - 544.322.482}{8.628.540 - 8.567.329}$$

$$a = \frac{1.288.864}{61.211}$$

$$a = 21,056$$



Dari perhitungan di atas diperoleh nilai  $a$  sebesar 5,221. Selanjutnya mencari nilai  $b$  sebagai berikut: Mencari nilai koefisien regresi ( $b$ ):

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{[n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2]}$$

$$b = \frac{(30 \times 185.966) - (2.927)(1.897)}{[30 \times 287.618 - (2.927)^2]}$$

$$b = \frac{5.578.980 - 5.552.519}{8.628.540 - 8.567.329}$$

$$b = \frac{26.461}{61.211} = 0,432$$

Dari perhitungan di atas diperoleh nilai  $b$  sebesar 0,432. Selanjutnya menentukan persamaan regresinya sebagai berikut:  $Y = a + bX = Y = 21,056 + 0,432X$  Jadi persamaaan regresinya yaitu:  $Y = 21,056 + 0,432X$ . kemudian dilakukan pengujian hipotesis yaitu :

1) Merumuskan  $H_0$

$H_0$  : Tidak ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada usaha jasa laundry gaul tahun 2023  $H_0 : \beta = 0$

2) Merumuskan  $H_1$

$H_1$  : Ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada usaha jasa laundry gaul tahun 2023  $H_1 : \beta \neq 0$

3) Tingkat signifikan :  $\alpha : 0,05$

4) Kriteria penolakan  $H_0$ : Tolak  $H_0$  Jika:  $F > F_{\alpha}(1; n - 2)$

Dimana  $F = \frac{RK_R}{RK_E}$

5) Menghitung Nilai  $F$  :

a. Rumus untuk menghitung  $S_{xy}$ :

$$S_{xy} = \sum X_i Y_i - \frac{(\sum X_i)(\sum Y_i)}{n}$$

$$S_{xy} = 185.966 - \frac{(2.927)(1.897)}{30}$$

$$S_{xy} = 185.966 - \frac{5.552.519}{30}$$

$$S_{xy} = 185.966 - 185.083$$

$$S_{xy} = 883$$

- b. Rumus untuk menghitung jumlah kuadrat total ( $JK_T$ ):

$$JK_T = S_{yy} = \sum Y_i^2 - \frac{(\sum Y_i)^2}{n}$$

$$JK_T = S_{yy} = 121.649 - \frac{(1.897)^2}{30}$$

$$JK_T = S_{yy} = 121.649 - \frac{3.598.609}{30}$$

$$JK_T = S_{yy} = 121.649 - 119.953,6333$$

$$JK_T = S_{yy} = 1.695,366$$

- c. Rumus untuk menghitung jumlah kuadrat error ( $JK_E$ ):

$$JK_E = S_{yy} - b \times S_{xy}$$

$$JK_E = 1.695,366 - 0,432 \times 883 \quad JK_E = 1.313,91$$

- d. Rumus untuk menghitung jumlah kuadrat regresi ( $JK_R$ ):

$$JK_R = JK_T - JK_E$$

$$JK_R = 1.695,366 -$$

$$1.313,91$$

$$JK_R = 381,456$$

Selanjutnya, hasil yang telah diperoleh dituangkan ke dalam tabel anova yang dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini:

Sumber Variansi	Jumlah Kuadrat	v	Rata-rata Kuadrat	F
<b>Regresi</b>	381,456	1	$RK_R = \frac{JK_R}{1}$ $RK_R = \frac{381,456}{1}$ $RK_R = 381,456$	$F = \frac{RK_R}{RK_E}$ $F = \frac{381,456}{46,925}$
<b>Error</b>	$JK_E$ $1.313,91$	28	$RK_E = \frac{JK_E}{n - 2}$ $RK_E = \frac{581,87}{30 - 2}$ $RK_E = \frac{1.313,91}{28}$ $RK_E = 46,925$	$F = 8,129$
<b>Total</b>	JKT 1.695,366	28		

(Sumber: Data yang sudah diolah)

Menentukan F tabel:  $df_1 = k - 1$   $df_2 = n - k$

Keterangan : k = jumlah variabel penelitian n = jumlah responden  $df_1 = 2 - 1 = 1$

$df_2 = 30 - 2 = 28$  Nilai F tabel:  $F_{0,05} (1:28) = 4,20$

6. Simpulan :  $F_{hitung} = 8,129$   $F_{tabel} = 4,20$   $F = 8,129 > 4,20$  (maka  $H_0$  ditolak,  $H_1$  diterima)

Jadi ada pengaruh positif pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada usaha jasa laundry gaul tahun 2023. Besarnya pengaruh X terhadap Y dapat dilihat berdasarkan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebagai berikut:

Tahap 1 :

$$R^2 = \frac{JK_R}{JK_T}$$

$$R^2 = \frac{381,456}{1.695,366} \quad R^2 = 0,224$$

Tahap 2

$$KD = R^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,224 \times 100\%$$

$$KD = 22,4\%$$

Jadi harga mempengaruhi kepuasan pelanggan pada usaha jasa laundry gaul tahun 2023 sebesar 22,4% dan 77,6% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

### **V.KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan dari hasil penelitian bahwa Dari hasil penelitian mengenai pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada usaha jasa laundry gaul tahun 2023 yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada usaha jasa laundry gaul tahun 2023 sebesar 22,4% dan 77,6% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Saya ucapkan terimakasih untuk semua yang terlibat di dalam penelitian ini khususnya untuk tempat penelitian Laundry gaul Samarinda dan LP2M IKIP PGRI Kaltim, serta bagi semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, semoga penelitian ini bermanfaat untuk para pengambil keputusan, pembaca dan untuk peneliti selanjutnya.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Akbar, Husaini Usman Dan Purnomo Setiady, 2011. Metodologi Penelitian sosial, Jakarta: Bumi Aksara. Hal.218-220.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Penerbit PT. Rineka Cipta.
- Asep Saepul Hamdi. (2014). –Ed.1, Cet.1 –Yogyakarta: Deepublish, November Hal.6.
- Basu Swastha Dh. (2005). Manajemen Pemasaran Modern, Penerbit Liberty Offset, Yogyakarta. Hal. 70.
- Meithiana Indrasari. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan, Penerbit Unitomo Press, Surabaya. Hal.89.

- Fleming, N. (2016). *The Customer Loyalty Loop: The Science Behind Creating Great Experiences and Lasting Impressions*. First Edition. New Jersey: Carrer Press.
- Griffin, Jill. (2005). *Customer loyalty : Menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan*. Jakarta : Erlangga. Hal.31.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. (2013). *Marketing Management*, 14th edition. Global Edition. Pearson Pretince Hall.
- Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M.Pd. (2017). *METODE PENELITIAN: KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN PENELITIAN GABUNGAN*. Jakarta. Kencana. Hal.43.
- Riduwan. (2010). *Belajar Mudah Penelitian: Untuk Guru Karyawan Dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta. Hal.56.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Hal.169.
- Sukirno, S. (2005). *Pengantar Mikro ekonomi*. Edisi Ketiga. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tony L. Doherty, Terry Horne and Simon Wootton. (2014). *Managing Public Services–Implementing Changes*, Routledge, London and New York. Hal. 11.
- Vivi Herlina. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta. Hal.1.