

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Studi kasus : konsumen Go-jek *Online* Di Komplek Perumahan Singgalang Tabing Padang)

THE INFLUENCE OF PRICE AND QUALITY OF SERVICE ON CUSTOMER SATISFACTION

(Case study: *Go-jek Online consumers in the Singgalang Tabing Housing Complex, Padang*)

Usmiar¹, Leli Suwita²

lelisuwita@gmail.com, usmiarusman@gmail.com

Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

ABSTRAK : Penelitian ini bertujuan untuk : 1. mengetahui pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada konsumen Go-jek *Online* dikomplek Perumahan Singgalang Tabing Padang) 2. mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada konsumen Go-jek *Online* dikomplek Perumahan Singgalang Tabing padang) 3. mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada konsumen Go-jek *Online* dikomplek Perumahan Singgalang Tabing Padang). Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan sampel penelitian sebanyak 45 orang di Komplek Perumahan Singgalang Tabing. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara *accidental sampling*, menggunakan metode Regresi Linear Berganda. Teknik analisis data uji validitas dan uji reliabilitas. Beberapa regresi uji asumsi klasik 1. Uji normalitas 2. Uji multikolinearitas 3. Uji autokorelasi 4. Uji heteroskedastisitas.

Hasil penelitian Harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,993 > 2,016$ dengan demikian hipotesis pertama (H_1) diterima. Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,796 > 2,016$ dengan demikian hipotesis kedua (H_2) diterima. Nilai F_{hitung} diperoleh sebesar 13,444 dengan F_{tabel} 3,21 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan tingkat signifikan $0,000 < \alpha < 0,05$. Sedangkan untuk R squarenya didapat yaitu sebesar 0,390 atau (39%). Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen harga(X1) dan kualitas pelayanan(X2) terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan(Y) sebesar 39%, sedangkan sisanya sebesar 61% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Kata Kunci : Accidental Sampling, Pengaruh Positif, Variabel Indipenden

ABSTRACT : This study aims to: 1. determine the effect of price on customer satisfaction (a case study on Go-jek Online consumers in the Singgalang Tabing Padang housing complex) 2. find out the effect of service quality on customer satisfaction (a case study on Go-jek Online consumers in the housing complex). Singgalang Tabing Padang) 3. Knowing the effect of Price and Service Quality on Customer Satisfaction (Case study on Go-Jek Online consumers in the Singgalang Tabing Padang Housing Complex). This type of research is a quantitative research with a research sample of 45 people in the

Singgalang Tabing Housing Complex. The sampling technique was carried out by accidental sampling, using the Multiple Linear Regression method. The data analysis technique is validity test and reliability test. Several classical assumption test regressions 1. Normality test 2. Multicollinearity test 3. Autocorrelation test 4. Heteroscedasticity test.

The results of the research that price has a positive and significant effect on customer satisfaction, the value of $t_{count} > t_{table}$ is $3.993 > 2.016$, thus the first hypothesis (H1) is accepted. Service quality has a positive and significant impact on customer satisfaction, the value of $t_{count} > t_{table}$ is $2,796 > 2,016$, thus the second hypothesis (H2) is accepted. The value of F_{count} is 13,444 with F_{table} 3.21 so that $F_{count} > F_{table}$ with a significant level of $0.000 < 0.05$. As for the R square, it is obtained that is equal to 0.390 or (39%). This shows that the effect of the independent variable price (X1) and service quality (X2) on the dependent variable of customer satisfaction (Y) is 39%, while the remaining 61% is influenced or explained by other variables not included in this research model.

Keywords: *Accidental Sampling, Positive Influence, Independent Variables*

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Transportasi merupakan suatu bagian yang tidak dapat dipisahkan dan sangat dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Transportasi berperan penting dalam menunjang pembangunan nasional dan merupakan sarana penting dalam memperlancar roda perekonomian serta mempengaruhi hampir aspek kehidupan. Meningkatkan kebutuhan akan sarana transportasi seiring dengan meningkatnya pertumbuhan penduduk di Indonesia dan kebutuhan masyarakat perkotaan akan jasa angkutan yang digunakan untuk mobilitas penumpang maupun barang untuk menunjang kegiatan ekonomi.

Jasa transportasi yang memiliki pelayanan yang cepat dari segi komunikasi untuk pemesanan, sehingga masyarakat lebih memilih jasa transportasi online tersebut karena cukup mudah dan cepat. Untuk mendapatkan loyalitas para pelanggan perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang baik dan tepat agar mempengaruhi loyalitas pelanggannya. Factor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi, diantaranya adalah kualitas pelayanan yang diberikan, kepuasan yang didapatkan dan dirasakan oleh pelanggan, nilai yang difikirkan pelanggan.

GO-JEK adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan transportasi ojek. Yang bertujuan untuk menghubungkan ojek dengan penumpang ojek. Perusahaan ini berdiri pertama kali di kota Jakarta pada tahun 2001. GO-JEK merupakan perusahaan yang berjiwa sosial yang memimpin revolusi industri transportasi ojek. Karena efektifitas tujuan perusahaan ini bermitra kepada pengendara ojek yang berpengalaman semakin baik dan meningkatkan peminat pelanggan sehingga GO-JEK dikembangkan di kota-kota besar di Indonesia.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus pada konsusmen Go-jek Online dikomplek Perumahan Singgalang Tabing padang)
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus pada konsusmen Go-jek Online dikomplek Perumahan Singgalang Tabing padang)

3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus pada konsusmen Go-jek *Online* dikomplek Perumahan Singgalang Tabing padang).

B. Tinjauan Pustaka

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha, hal ini dikarenakan dengan memuaskan pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan pendapatan (profit) dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. Kotler (2005:125), menyatakan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Dengan demikian dapat diartikan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perbedaan antara yang diharapkan pelanggan (nilai harapan) dengan situasi yang diberikan perusahaan di dalam usaha memenuhi harapan pelanggan.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Daryanto (2014:53), terdapat lima *driver* utama kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Kualitas Produk
Pelanggan akan merasa puas apabila membeli dan menggunakan produk yang ternyata memiliki kualitas yang baik.
2. Harga
Untuk pelanggan yang sensitif, harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value of money* yang tinggi. Bagi pelanggan yang tidak sensitif terhadap harga, komponen harga yang relatif tidak penting bagi mereka.
3. Kualitas Pelayanan
Kualitas pelayanan sangat tergantung pada tiga hal yaitu sistem, teknologi, dan manusia. Faktor manusia ini memegang kontribusi sebesar 70 %. Tidak mengherankan, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Pembentukan sikap dan perilaku yang seiring dengan keinginan perusahaan menciptakan, bukanlah pekerjaan mudah. Pembentukan harus dilakukan mulai dari proses *recruitment*, pelatihan, budaya kerja, dan hasilnya biasanya baru terlihat setelah 3 tahun.
4. Faktor Emosional
Untuk beberapa produk yang berhubungan dengan gaya hidup seperti mobil, kosmetik dan pakaian, faktor emosional menempati tempat yang paling penting untuk menentukan kepuasan pelanggan.
5. Biaya dan Kemudahan
Pelanggan akan semakin puas apabila relatif murah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Harga

Menurut Kotler (2001:439) Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Tujuan Penetapan Harga

Menurut Tjiptono (2008:53), ada lima tujuan penetapan harga, yaitu:

1. Elastisitas Harga Permintaan

Elastisitas harga dan sensitivitas harga merupakan dua konsep yang berkaitan namun berbeda. Jika perubahan harga menyebabkan terjadinya perubahan dalam unit penjualan, maka permintaannya disebut sensitif terhadap harga (*price-sensitive*)

2. Faktor Persaingan

Reaksi pesaing terhadap perubahan harga merupakan salah satu faktor penting yang perlu dipertimbangkan setiap perusahaan.

3. Faktor Biaya

Struktur biaya perusahaan (biaya tetap dan biaya variabel) merupakan faktor pokok yang menentukan batas bawah harga.

4. Faktor Lini Produk

Perusahaan dapat menambah lini produknya dalam rangka memperluas *served market* dengan perluasan lini dalam bentuk perluasan vertikal (*vertical extensions*) dan perluasan horizontal (*horizontal extension*).

5. Faktor Pertimbangan Lainnya Dalam Penetapan Harga

Konsep Kualitas Pelayanan

Menurut Hutabarat (2003:15) Kualitas Pelayanan merupakan strategi bisnis dasar yang menyediakan barang dan jasa untuk memuaskan secara nyata konsumen internal dan eksternal dengan memenuhi harapan mereka secara eksplisit dan implisit. Dimana komitmen akan kualitas pelayanan yang berorientasi pada konsumen merupakan persyaratan utama dalam menunjang keberhasilan bisnis. Karena kualitas pelayanan adalah senjata ampuh dalam keunggulan perusahaan terutama perusahaan jasa untuk menciptakan dan memberikan kepuasan kepada konsumen.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas

Kualitas yang dihasilkan oleh perusahaan dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, oleh karena itu pihak perusahaan atau organisasi harus memperhatikan semua elemen-elemen yang penting dalam menerapkan atau pencapaian kualitas. Pencapaian total kualitas memerlukan delapan elemen sebagai berikut.

1. Fokus pada pelanggan yaitu dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan harapan.
2. Komitmen jangka panjang, agar seluruh karyawan juga mau melaksanakan hal yang sama dengan terlibat secara penuh dalam seluruh proses yang ada.
3. Kepemimpinan dan dukungan manajemen puncak, dengan memberikan dukungan tenaga, pikiran, perencanaan strategis, gaya serta perbaikan secara berkesinambungan.
4. Pemberdayaan seluruh personil dan kerja tim, yaitu dengan mendorong partisipasi seluruh karyawan untuk mencapai sasaran kualitas, termasuk perbaikan pelayanan dan penyelesaian masalah.
5. Komunikasi efektif yaitu dengan mengadakan hubungan komunikasi vertikal maupun horizontal.
6. Kepercayaan dan analisis proses secara statistik, yang memungkinkan organisasi melakukan tindakan perbaikan, menetapkan prioritas dan mengevaluasi kemajuan yang dicapai. Komitmen terhadap perbaikan yaitu dengan membangun kesadaran untuk mengadakan perbaikan melalui pendidikan dan pelatihan karyawan.
7. Mendukung pemberian penghargaan yaitu penghargaan yang bukan hanya berupa upah atau gaji, melainkan penghargaan yang berupa pujian, dukungan saran, maupun kritik membangun.

C. METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan untuk konsumen Komplek Perumahan Singgalang Tabing Padang. Waktu penelitian ini akan dilakukan pada bulan Mei 2021.

Jenis Data

Agar penelitian mendapatkan hasil yang maksimal maka jenis data yang digunakan adalah kuantitatif. "Data kuantitatif yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka-angka yang dapat dihitung. Data ini diperoleh dari kuesioner yang akan dibagikan dan berhubungan dengan masalah yang diteliti."(Sugyono:2013:14-15).

Sumber Data

Data Primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau tidak melalui perantara. Pada penelitian ini data primer akan didapat dari hasil pengisian kuesioner.

Populasi Dan Sampel

Menurut Sugiono (2012:55), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang menjadi target dalam penelitian ini adalah mencakup konsumen pengguna aplikasi Go-jek di Komplek Perumahan Singgalang Tabing Padang.

Menurut Sugiyono (2012:62) "Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi". Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2012:67), "*accidental sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan secara kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila orang yang secara kebetulan ditemui tersebut cocok sebagai data". Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 45 responden dari jumlah populasi konsumen Go-jek *Online*.

Teknik Analisis

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Analisis Data Dengan Persamaan Regresi Linear Berganda

2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas
2. Uji Multikolinearitas
3. Uji Autokorelasi
4. Uji Heteroskedastisitas

3. Uji Statistik t (t-test)

4. Uji Statistik F (F-test)

5. Koefisien Determinasi (R^2)

I. PEMBAHASAN

Uji Validitas Harga (X_1)

Semua pernyataan dari variabel X_1 atau harga dikatakan valid karena r -hitung $>$ r -tabel, yang berarti bahwa angket tentang harga valid untuk mengambil data sehingga semua item dapat dimasukkan ke pengujian selanjutnya.

Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_2)

Semua pernyataan dari variabel X_2 atau kualitas pelayanan dikatakan valid karena $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, yang berarti bahwa angket tentang kualitas pelayanan valid untuk mengambil data sehingga semua item dapat dimasukkan ke pengujian selanjutnya.

Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Semua pernyataan dari variabel Y atau kepuasan pelanggan dikatakan valid karena $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ yang berarti bahwa angket tentang kepuasan pelanggan valid untuk mengambil data sehingga semua item dapat dimasukkan ke pengujian selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Hasil uji keandalan instrumen penelitian variabel kepuasan pelanggan (Y), Harga (X_1), dan Kualitas Pelayanan (X_2) menunjukkan bahwa semua item lebih besar dari koefisien α yaitu diatas $\alpha 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa 3 item instrumen penelitian yang mengukur kepuasan pelanggan (Y) dapat digunakan dalam penelitian hipotesis.

Analisis Regresi

Hasil Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.696	.572		1.216	.231
	Harga	.509	.127	.485	3.993	.000
	Pelayanan	.332	.119	.339	2.796	.008

a. Dependent Variable: kepuasan

Dari tabel 4.10 dapat dibuat regresi dugaan, yaitu :

$$\hat{Y} = 0,696 + 0,509 X_1 + 0,332 X_2$$

Hasil regresi dugaan tersebut telah dilakukan uji asumsi klasik, yaitu :

Uji Normalitas

Metode *Kormogorov-Smirnoy Test* didapat nilai *asyp.sig* (2-tailed) lebih besar dari nilai probabilitas, yaitu $0,128 > \alpha 0,05$. Maka hasil tersebut menyatakan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini terdistribusi (menyebar) secara normal.

Uji Multikoloniaritas

Menunjukkan bahwa tidak terjadinya multikolonieritas diantara variabel bebas dalam model regresi. Hal ini ditunjukkan oleh nilai tolerance dan VIF. Dimana nilai tolerance yang dihasilkan oleh variabel harga sebesar $0,985 > 0,10$ dan dilihat dari VIF yang dihasilkan sebesar $1,015 < 10,00$.

Uji Autokorelasi

Diketahui nilai DW 2,111, jika dibandingkan dengan nilai tabel signifikan $\alpha 5\%$ (0,05), jumlah sampel $N = 45$ dan jumlah variabel independen 2 ($K=2$) = 2.45, dilihat pada tabel *Durbin Watson* diperoleh $dU < Dw < 4 - Du$ yakni $1,614 < 2,111 < 2,386$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi pada model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Pada metode glejser, dapat dilihat pada model regresi tidak dapat terjadi gejala heteroskedastisitas. Nilai signifikansi variabel independen (harga dan kualitas pelayanan)

masing-masing sebesar 0,370 dan 0,399 > α 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

Uji t (Uji Parsial)

Pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial adalah sebagai berikut :

- a. Pengujian Hipotesis pertama (H1)
Diketahui nilai signifikan untuk variabel harga (X1) terhadap kepuasan pelanggan(Y) adalah sebesar $0,000 < \alpha 0,05$ dan $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ atau $3,993 > 2,016$, sehingga dapat diartikan bahwa H₁ diterima yang berarti terdapat pengaruh terhadap variabel harga (X₁) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Nilai t positif artinya nilai harga(X₁) mempunyai hubungan yang searah dengan kepuasan pelanggan(Y).
- b. Pengujian Hipotesis kedua (H2)
Diketahui nilai signifikan untuk variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar $0,008 < \alpha 0,05$ dan $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ atau $2,796 > 2,016$, sehingga dapat diartikan bahwa H₂ diterima yang berarti terdapat pengaruh kualitas pelayanan(X₂) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Nilai t positif artinya nilai kualitas pelayanan(X₂) mempunyai hubungan yang searah dengan kepuasan pelanggan(Y).

Nilai signifikansi untuk variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar $0,000 < \alpha 0,05$ dan nilai F-hitung > F-tabel atau $13,444 > 3,21$, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

D. PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk melihat apakah harga dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan go-jek *online* berdasarkan pendahuluan, tinjauan dan pengolahan data serta pembahasan yang telah dilakukan pada bab terdahulu, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat nilai positif Harga(X1) sebesar 0,127 dan nilai t-hitung $3,993 > 2,016$ dengan signifikansi sebesar $0,000 < \alpha 0,05$, dinyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
2. Terdapat nilai positif Kualitas Pelayanan(X2) sebesar 0,332 dan nilai t-hitung $2,796 > 2,016$ dengan signifikansi sebesar $0,008 < \alpha 0,05$, dinyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan(Y)
3. Terdapat nilai positif dengan nilai F-hitung $13,444 > F\text{-tabel } 3,21$ dengan tingkat signifikansinya sebesar $0,000 < \alpha 0,05$. Dengan demikian Harga(X1) dan Kualitas Pelayanan(X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan(Y).

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Dengan adanya pengaruh signifikan yang kuat antara variabel harga (X1) terhadap variabel kepuasan pelanggan(Y) Go-jek Online. Maka sebaiknya pengaruh harga lebih diperhatikan lagi karena kepuasan pelanggan sangat penting.
2. Dengan adanya pengaruh signifikan yang kuat antara variabel kualitas pelayanan(X2) terhadap variabel kepuasan pelanggan(Y) Go-jek Online. Maka sebaiknya pengaruh kualitas pelayanan dipertahankan karena kepuasan pelanggan sangat penting bagi konsumen.
3. Melihat pengaruh secara bersama-sama antara variabel harga(X1) dan variabel kualitas pelayanan(X2) terhadap kepuasan pelanggan(Y) sebaiknya pengaruh tersebut lebih dipertahankan oleh perusahaan. Karena dengan adanya harga dan kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pengguna jasa Go-jek Online.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Daryanto, Setyobudi Ismanto, (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Gava Media. Yogyakarta
- Gaspresz, Vincent. (2011). *Ekonomi Manajerial (Managerial Ekonomik): Landasan Analisis dan Strategi Bisni Untuk Manajemen Bisnis dan Untuk Strategi Bisnis Untuk Manajemen Perusahaan dan Industri*. Edisi revisi, cetakan kedelapan, Jakarta : percetakan penebar Swadaya.
- Hardiyati Ratih, (2010). *Analisis Pengaruh Kualitas terhadap Kepuasan Konsumen*.
- Kotler, (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid II.: Erlangga. Jakarta
- Kotler Philip dan Amstrong, (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Indeks. Jakarta
- Ghozali, (2009). *Ekonomitrik Teori, Konsep dan Aplikasi Dengan SPSS 17*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Ferdinand, (2006). *“Metode Penelitian Manajemen”*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Lupiyadi. 2001. *“Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Prilaku)”*. Pustaka Setia, November 2015. Bandung
- Mulyono Bayu Hadiyanto, (2008). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Perumahan Puri Mediterinia Semarang*
- Mulins, Walker, Boyd. 2008. *Marketing Management: A Strategik Decision Making Approach*. New York: McGraw Hill
- Sugiyono, (2012). *Statistik Untuk Penelitian*. Alfabeta. Bandung
- Tamuwijaya Melissa, (2013). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan PIPOP COPY*

- Umar, (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT. Rajagrafindo Persada. Jakarta
- Wulansari Meilinda, (2015). “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Pengalaman Pemasaran dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Konsumen KFC Cabang Gaplek Tangerang Selatan)*”. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Widjoyo Iksan Ongko, (2013). *Analisis Pengaruh Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Layanan Drive Thru Mc Donal’s Basuki Rahmat di Surabaya*