

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Gojek Mahasiswa Semester 7 Reguler A Tahun Ajaran Ganjil 2024/2025

Ihsan Hakim^{1*}, Amirudin²

Universitas Pamulang Program Studi Manajemen Ekonomi dan Bisnis
hakimihsan13@gmail.com^{1*}, dosen02271@unpam.ac.id²

Received 20 Agustus 2025 | Revised 15 September 2025 | Accepted 15 Oktober 2025

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Gojek pada mahasiswa semester 7 tahun ajaran 2024/2025. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 97 orang. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS versi 27. Hasil pengujian hipotesis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel harga (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai t hitung sebesar $10,174 > t$ tabel $1,661$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Begitu juga dengan variabel kualitas pelayanan (X2) yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan t hitung $10,235 > t$ tabel $1,661$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan (uji F), harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan F hitung sebesar $65,707 > F$ tabel $3,093$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,586$ menunjukkan bahwa $58,6\%$ variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel harga dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebesar $41,4\%$ dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Gojek, baik secara parsial maupun simultan.

Kata Kunci: Harga; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Pelanggan

Abstract

This study aims to analyze the effect of price and service quality on customer satisfaction of the Gojek application for 7th semester students in the 2024/2025 academic year. The method used is quantitative method with data collection techniques through questionnaires. The number of respondents in this study were 97 people. Data analysis was carried out using multiple linear regression with the help of SPSS software version 27. The results of partial hypothesis testing (t test) show that the price variable (X1) has a significant effect on customer satisfaction (Y) with a t value of $10.174 > t$ table 1.661 and a significance value of $0.000 < 0.05$. Likewise, the service quality variable (X2) has a significant effect on customer satisfaction with a t count of $10.235 > t$ table 1.661 and a significance value of $0.000 < 0.05$. Simultaneously (F test), price and service quality have a significant effect on customer satisfaction with F count of $65.707 > F$ table 3.093 and a significance value of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination (R^2) of 0.586 shows that 58.6% of the customer satisfaction variable can be explained by the price and service quality variables, while the remaining 41.4% is influenced by other variables outside this study. The conclusion of this study is that price and service quality have a positive and significant effect on Gojek application customer satisfaction, both partially and simultaneously.

Keywords: Price; Service Quality; Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah memberikan kemudahan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang transportasi dan layanan harian. Aplikasi Gojek sebagai salah satu pionir layanan berbasis online di Indonesia, telah menjadi solusi praktis bagi masyarakat, termasuk kalangan mahasiswa. Layanan yang ditawarkan oleh Gojek seperti transportasi online (GoRide, GoCar).

Mahasiswa semester 7 Universitas Pamulang pada tahun ajaran ganjil 2024/2025 tercatat berjumlah sebanyak 3.105 orang. Mereka merupakan kelompok pengguna aktif aplikasi Gojek karena kebutuhan akan layanan transportasi yang cepat, fleksibel, serta efisien dalam hal waktu dan biaya. Faktor harga menjadi salah satu pertimbangan utama mahasiswa dalam menggunakan layanan Gojek. Ketersediaan promo, tarif yang sesuai dengan kantong mahasiswa, serta transparansi biaya merupakan elemen penting yang memengaruhi keputusan penggunaan. Sementara itu, kualitas pelayanan juga tidak kalah pentingnya, meliputi ketepatan waktu, sikap sopan pengemudi, keamanan, kenyamanan, dan kecepatan layanan. Kedua faktor ini secara langsung berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Namun, dalam praktiknya, masih ditemukan keluhan dari pengguna, seperti lonjakan harga pada jam sibuk, keterlambatan pengemudi, hingga kualitas pelayanan yang tidak konsisten. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun Gojek telah memiliki pangsa pasar yang kuat di kalangan mahasiswa, masih terdapat tantangan dalam menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Gojek pertama kali diperkenalkan di Indonesia pada tanggal 5 Oktober 2010, dan hingga saat ini, Gojek telah tersedia di 50 kota di Indonesia. Hingga Juni 2016, aplikasi Android Gojek telah diunduh sekitar sepuluh juta kali melalui Google Play dan juga tersedia di App Store. Gojek merupakan solusi bagi masalah kemacetan di wilayah Perkotaan. Pekerja, masyarakat luas, dan para pelajar dapat melakukan berbagai macam hal dengan aplikasi Gojek. Dalam menilai kepuasan pelanggan cukup tinggi. Oleh karena itu, satu-satunya cara untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan, kepuasan pelanggan akan meningkat jika idealnya dalam harapan banyak orang ketika melihat harga yang ditawarkan Gojek lebih tinggi dari pesaing, maka harapannya kualitas pelayanan yang diberikan juga baik sesuai dengan harga yang ditetapkan. Dapatkan, harga dan kualitas pelayanan pelanggan sangat dipengaruhi. Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan di atas, hal ini membuat penulis tertarik untuk mengetahui lebih dalam mengenai harga dan kualitas pelayanan aplikasi Gojek serta dampak yang ditimbulkannya terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menjadi titik tolak penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Gojek (Mahasiswa Pemasaran Semester 7 Reguler A Tahun Ajaran Ganjil 2024/2025)”.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan metode kuantitatif bersifat asosiatif. Penelitian pada Aplikasi Gojek ini dilakukan pada pelanggan Gojek Indonesia Khusus nya mahasiswa yang berada di Universitas Pamulang Jl. Surya Kencana No. 1, Pamulang Barat, Kecamatan Pamulang, Tangerang Selatan, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia. Operasional variabel penelitian menjelaskan tentang jenis variabel serta gambaran variabel yang diteliti berupa nama variabel, sub variabel, indikator variabel, ukuran variabel dan skala pengukuran yang digunakan peneliti. Pada penelitian ini menggunakan 3 (tiga) variabel yang terdiri dari 2 (dua) variabel independent (bebas) dan 1 (satu) variabel dependen (terikat). Variabel independent terdiri dari variabel Harg(X1) Kualitas pelayanan (X2), sedangkan Kepuasan Pelanggan (Y). Dan tanggapan responden terhadap pernyataan kuesioner menggunakan skala likert. Populasi Dalam penelitian ini jumlah populasinya yaitu 3.105 Mahasiswa. Karena pada penelitian ini besarnya populasi tidak diketahui dengan pasti berapa jumlahnya, maka akan sulit mencari jumlah sampel yang tepat Untuk mengetahui sampel penelitian ini digunakan rumus slovin sehingga sampel untuk penelitian ini 97 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer & data sekunder dan melakukan analisis data menggunakan SPSS Versi 27.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yaitu model regresi untuk melakukan peramalan, dengan melakukan Uji Normalitas. Dimana hasil menunjukkan bahwa berdistribusi normal menggunakan uji Kolmogorov Smirnov $0,054 > 0,05$.

Uji Multikolinieritas

Tabel 1: Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
	(Constant)		
	Harga	.368	2.718
	Kualitas Pelayanan	.368	2.718

Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah SPSS 27

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas pada tabel di atas diperoleh nilai tolerance variabel Harga sebesar 0,368 dan Kualitas Pelayanan sebesar 0,368 nilai tersebut kurang dari 1, dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) variabel Harga sebesar 2,718 dan variabel Kualitas Pelayanan sebesar 2,718 nilai tersebut kurang dari 10. Dengan demikian model regresi ini dinyatakan tidak ada gangguan multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dimaksudkan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual. Salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan Scatter Plot, dimana hasil uji ini dapat dilihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan lain.

Tabel 2: Hasil Output Uji Glesjer

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.065	1.332		2.301	.024
	Harga	-.052	.068	-.130	-.764	.447
	Kualitas Pelayanan	.018	.043	.072	.423	.674

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data olahan dengan SPSS versi 27

Kriteria dalam uji glejser itu jika nilai signifikan >0.05 maka tidak terjadi Heteroskedastisitas dan jika nilai signifikan <0.05 maka terjadi gejala Heteroskedastisitas. pada tabel di atas diperoleh nilai uji Glejser, Hasilnya Variabel Harga Nilai signifikansi: $0.447 < 0.05 \rightarrow$ Terdapat gejala heteroskedastisitas. Dan Variabel Kualitas Pelayanan Nilai signifikansi: $0.674 > 0.05 \rightarrow$ Tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Uji Autikorelasi

Tabel 3: Hasil Uji Autokorelasi Dengan Durbin-Watson

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	DurbinWatson



1	.765 ^a	.586	.577	2.933	1.964
---	-------------------	------	------	-------	-------

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah, SPSS 27

Berdasarkan tabel diatas terdapat nilai Durbin-Watson = 1.964. Pada taraf signifikan 5% dengan (N-2) N = 95, k = 2 diperoleh dL = 1,623 dan dU = 1,709, maka $4 - dU = 2,291$ Karena nilai DW = 1,964, berada pada $dU < DW < 4-dU$ yaitu $1,709 < 1,964 < 2,291$, maka dapat disimpulkan tidak ada autokorelasi positif atau negatif.

Analisis Kuantitatif
Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 4: Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Harga (X1) Kepuasan Pelanggan(Y) Coefficients^a

Model	Unstandardized coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.678	2.110		1.269	.207
Harga	.669	.066	.724	10.174	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah SPSS 27

Berdasarkan hasil perhitungan tabel diatas maka dapat diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut : $Y = 2,678 + 0,669 X_1$

- a) Nilai konstanta intersep sebesar 2,678 menyatakan bahwa jika variabel Harga (X1) maka variable Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 2,678.
- b) Nilai koefisien regresi variabel Harga (X1) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 0,669. Hal ini berarti jika variabel Harga (X1) akan meningkatkan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,669, dengan asumsi variabel Harga (X1) dianggap konstan.

Tabel 5: Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Variabel Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Coefficients^a

Model	Unstandardized coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 Kualitas Pelayanan	.426	.042	.726	10.235	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah SPSS 27

Berdasarkan hasil tabel diatas perhitungan tersebut maka dapat diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut : $Y = 7,142 + 0,426 X_2$

- a) Nilai konstanta intersep sebesar 5,625 menyatakan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan (X2) maka variabel Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 7,142
- b) Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X2) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 0,426. Hal ini berarti jika variabel Kualitas Pelayanan (X2) akan meningkatkan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,669, dengan asumsi variabel Kualitas Pelayanan (X2) dianggap konstan.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 6: Hasil Analisis Linear Berganda Variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Coefficients^a

Model	Unstandardized coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.770	1.979		1.399	.165
Harga	.368	.102	.399	3.624	.000
Kualitas Pelayanan	.240	.065	.409	3.715	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah SPSS 27

Berdasarkan pada tabel diatas didapat persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 2,770 + 0,368 X_1 + 0,240 X_2$$

Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- Nilai Konstanta a = 2,770 dapat diartikan bahwa jika Harga dan Kualitas Pelayanan bernilai nol maka Kepuasan Pelanggan bernilai positif sebesar 2,770
- Koefisien regresi Harga $b_1 = 0,368$ dapat diartikan bahwa jika nilai Kualitas Pelayanan akan meningkat sebesar satu maka nilai Kepuasan Pelanggan juga akan meningkat sebesar 0,368.

Koefisien regresi kualitas Pelayanan $b_2 = 0,240$ dapat diartikan bahwa jika Kualitas Pelayanan akan meningkat sebesar satu maka nilai Kepuasan Pelanggan juga akan meningkat sebesar 0,240.

Uji Koefisien

Analisis Koefisien Korelasi

Tabel 7: Koefisien Korelasi Parsial Harga (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

		Harga	Kepuasan Pelanggan
Harga	Pearson Correlation	1	.724**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	96	96
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.724**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data diolah SPSS 27

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai r (Koefisien Korelasi) variabel Kepuasan Pelanggan (X1) sebesar 0,724 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,60 – 0,799 artinya bahwa Tingkat hubungan antara variabel Harga (X1) secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki Tingkat hubungan yang bisa dibidang kuat.

Tabel 8: Koefisien Korelasi Parsial Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

		Correlations	
		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.726**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	96	96



Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.726**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data diolah SPSS 27

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai r (Koefisien Korelasi) variabel Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,726 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,600 – 0,799 artinya bahwa Tingkat hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan (X2) secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki Tingkat hubungan yang bisa dibilang kuat.

Tabel 9: Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Secara Simultan Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate	R Square Change	Change Statistic			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.765	.586	.577	2.933	.586	65.707	2	95	.000

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga

Sumber : Data diolah SPSS 27

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai Koefisien korelasi sebesar 0,765 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,60-0,799 artinya variabel Harga mempunyai tingkat hubungan kuat terhadap Kepuasan Pelanggan.

Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 10: Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Secara Parsial Harga (X1) Terhadap kepuasan Pelanggan (Y)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.724 ^a	.524	.519	3.127

a. Predictors: (Constant), Harga

Sumber : Data diolah SPSS 27

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,524 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 52,4% sedangkan sisanya sebesar (100-52,4%) = 47,6% dipengaruhi faktor lain.

Tabel 11: Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Secara Parsial Kualitas pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.726 ^a	.527	.522	3.117

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber : Data diolah SPSS 27

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,527 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 52,7% sedangkan sisanya sebesar (100-52,7%) = 47,3% dipengaruhi faktor lain.



Tabel 12: Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Secara Simultan Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.765 ^a	.586	.577	2.933

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan Harga

sumber : Data diolah SPSS 27

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,586 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 58,6% sedangkan sisanya sebesar $(100-58,6\%) = 41,4\%$ dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian.

Pembahasan

Pengaruh Harga (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan uji *t* diperoleh nilai *t* hitung (10,174) *t* tabel (1,661) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, semakin sesuai atau kompetitif harga yang ditawarkan, semakin tinggi kepuasan pengguna Gojek.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Uji *t* menghasilkan nilai *t* hitung (10,235) *t* tabel (1,661) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya, kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Faktor seperti keramahan pengemudi, ketepatan waktu, dan respons terhadap keluhan turut meningkatkan kepuasan pengguna.

Pengaruh Harga (X1) Dan Kualitas Layanan (X2) Secara Simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil uji *F* menunjukkan nilai *F* hitung (65,707) *F* tabel (3,093) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menegaskan bahwa kombinasi harga yang kompetitif dan pelayanan yang berkualitas mampu meningkatkan kepuasan pengguna Gojek secara optimal.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Aplikasi Gojek, sesuai dengan Teori Nilai Pelanggan (Zeithaml et al., 2020) yang menyatakan bahwa kepuasan muncul ketika manfaat yang diterima setara atau melebihi harga yang dibayar. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sejalan dengan Teori Disonansi Kognitif (Harmon- Jones & Mills, 2019) yang menegaskan bahwa kesesuaian antara ekspektasi dan pelayanan aktual meningkatkan kepuasan. Secara simultan, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, menunjukkan bahwa kombinasi harga yang kompetitif dan kualitas pelayanan yang memadai berkontribusi pada peningkatan kepuasan pengguna Gojek.

DAFTAR PUSTAKA

Aditia, D., Nasution, D., Sains, F. S., Pembangunan, U., Budi & Utara, N.D. (*Tarif Gojek Per Km, Harga, Dan Biaya Untuk Layanan Goride Saat Jam Sibuk*, N.D.)
 Aditia, D., Nasution, D., Sains, F. S., Pembangunan, U., Budi, P., & Utara, U. S. (N.D.). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia. *Benefita*, 5(2), 12– 224.
 Arianto, N., Patilaya, E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Salt N Pepper Pada Pt. Mitra Busana Sentosa Bintaro. *Jurnal Kreatif: Pemasaran, Sumberdaya Manusiadan Keuangan*, Vol. 6, No.



- Arianto, N. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. Jurnal Pemasaran Kompetitif. 1(2)*, 123–134.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi*, (Cetakan Ke). Pt. Rajagrafindo Persada.
- Darmanto, & Wardaya. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Fadilah, N. S., Widodo, S., & Sunardi. (2025). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cv. Rama Teknik Pamulang Tangerang Selatan. *Sinergi Manajemen*, 2.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa:(Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Harmon-Jones, E., & Mills, J. (2019). *Cognitive Dissonance: Reexamining A Pivotal Theory In Psychology* (2nd Ed.). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/0000135-000>
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Pt. Grasindo.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Intyas, C. A., & Abidin, Z. (2018). *Manajemen Agribisnis Perikanan*. Universitas Brawijaya Press.
- Irawan, H. (2021). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Elex Media Komputindo. Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent*. Pt Raja Grafindo Persada.
- Kholifah. (2022). Pengaruh Kualitas Fungsional Dan Citra Perusahaan Terhadap Word Of Mouth Communication Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal Of Digital Business And Management, Vol. 01, N(Issn: 28282086)*,–77. <https://jurnal.universitaspurabaya.ac.id/index.php/jdbm>
- Kogoya, N., & Ismail, A. M. (N.D.). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Makan Bakso Kabut Kabupaten Jember. *Jurnal Manajemen Agribisnis Dan Agroindustri, Vol. 1 No.*
- Kotler, K. (2017). *Marketing Management*. Boston:Pearson Education.
- Kotler, & Keller. (2017). *Marketing Management (Edisi 15e.)*. Pearson Prentice.