



ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN SERTA LOYALITAS PELANGGAN PADA PT TRAVEL SASANA LINTAS INDO

Juleha Safitri¹, Safna Kurnia Putri², Kustin Hartini³, Indra Saputra⁴, Indra Saemona⁵,
M. Abrar Habibullah⁶, Hafiz Muhammad Saad⁷

^{1, 2, 3, 4, 5, 6, 7} Universitas Islam Negeri Fatamawati Sukarno Bengkulu, Jl Pagar Dewa, Bengkulu 38211, Indonesia
Email: julehasvtr@gmail.com

Article History

Received: 10-05-2025

Revision: 28-01-2025

Accepted: 30-05-2025

Published: 01-06-2025

Abstract. This research aims to analyze the influence of service quality and price on customer satisfaction and loyalty at PT Travel Sasana Lintas Indo. The research method uses a quantitative approach with data collection techniques through a questionnaire distributed to the company's customers. The research sample consists of 100 respondents selected using purposive sampling technique. Data analysis was conducted using classical assumption tests and multiple linear regression analysis. The research results show that service quality and price simultaneously have a significant effect on customer satisfaction and loyalty with a contribution of 36% (adjusted R square), while the remaining 64% is influenced by unstudied variables. Partially, service quality has been proven to significantly affect customer satisfaction and loyalty, while the price variable does not show a significant effect when tested separately. These findings indicate that PT Travel Sasana Lintas Indo needs to prioritize improving service quality to maintain and enhance customer satisfaction and loyalty. This research provides managerial implications for the company in developing effective marketing strategies focusing on service quality aspects.

Keywords: Quality of Service, Price, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Travel Services

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan serta loyalitas pelanggan pada PT Travel Sasana Lintas Indo. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarkan kepada pelanggan perusahaan tersebut. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan uji asumsi klasik dan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan dengan kontribusi sebesar 36% (adjusted R square), sementara 64% lainnya dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti. Secara parsial, kualitas pelayanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, sedangkan variabel harga tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan ketika diuji secara terpisah. Temuan ini mengindikasikan bahwa PT Travel Sasana Lintas Indo perlu memprioritaskan peningkatan kualitas pelayanan untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan. Penelitian ini memberikan implikasi manajerial bagi perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dengan menitikberatkan pada aspek kualitas pelayanan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Jasa Travel

How to Cite: Safitri, J., Putri, S. K., Hartini, K., Saputra, I., Saemona, I., Habibullah, M. A., & Saad, H. M. (2025). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Serta Loyalitas Pelanggan pada PT Travel Sasana Lintas Indo. *PRODUCTIVITY: Journal of Integrated Business, Management, and Accounting Research*, 2 (1), 129-139. <http://doi.org/10.54373/product.v2i1.121>

PENDAHULUAN

Di tengah persaingan bisnis yang intensif, kualitas pelayanan dan strategi penetapan harga menjadi faktor krusial yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. PT Travel Sasana Lintas Indo perlu mengelola kedua elemen ini secara efektif untuk mempertahankan dan mengembangkan basis pelanggannya. Loyalitas pelanggan merupakan komponen esensial bagi keberlanjutan dan kesuksesan perusahaan, baik dalam sektor manufaktur maupun jasa, karena tanpa pelanggan loyal, keberlangsungan bisnis terancam. Pada dasarnya, loyalitas pelanggan merepresentasikan kecenderungan perilaku konsumen terhadap produk atau layanan yang ditawarkan (Yudiadari & Agustina, 2021).

Kualitas Pelayanan berperan penting dalam menentukan kepuasan konsumen, selain itu kepuasan konsumen juga dapat membawa keuntungan bagi perusahaan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh konsumen akan semakin tinggi (Amadhea & Farida, 2022). Harga juga memiliki peranan penting dalam keputusan pembelian. Banyak pelanggan yang cenderung berpindah ke kompetitor jika harga yang ditawarkan oleh perusahaan tidak sebanding dengan nilai yang mereka terima. persepsi harga yang bersaing merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan di sektor jasa perjalanan (Ayuningtyas et al., 2023). Dalam hal ini, pelanggan tidak hanya mempertimbangkan harga sebagai tolok ukur nilai, tetapi juga memperhatikan kualitas layanan yang diberikan. Hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan menjadi sangat krusial. kualitas pelayanan bertujuan dalam memberikan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan serta ketepatan mereka untuk menyeimbangkan keinginan pelanggan, n kualitas pelayanan sebagai seluruh ciri dan sifat suatu produk ataupun pelayanan yang memiliki pengaruh terhadap kemampuan dalam memuaskan berbagai kebutuhan yang tersirat (Putri et al., 2023)

Melalui penelitian ini, penulis bertujuan untuk menganalisis secara mendalam tentang bagaimana kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, serta dampak lanjutan dari faktor-faktor tersebut terhadap loyalitas pelanggan di PT Travel Sasana Lintas Indo. Diharapkan, hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai dinamika antara kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan, serta memunculkan strategi yang efektif bagi perusahaan dalam menciptakan relasi jangka panjang yang solid dengan pelanggan. Dengan memahami variabel ini, diharapkan PT Travel Sasana Lintas Indo tidak hanya dapat meningkatkan laba, tetapi juga membangun hubungan yang saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan pelanggan mereka.

METODE

Menurut Sugiyono Pengertian metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dapat dideskripsikan, dibuktikan, dikembangkan dan ditemukan pengetahuan, teori, untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah dalam kehidupan manusia. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengukur dan menganalisis variabel-variabel yang ada dalam konteks yang terukur. Dalam hal ini, penelitian akan memfokuskan pada pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan serta Loyalitas Pelanggan di PT Travel Sasana Lintas Indo. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, diharapkan bisa didapatkan data yang objektif dan analisis yang lebih mendalam.

2. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah menggunakan layanan PT Travel Sasana Lintas Indo dalam periode waktu tertentu, misalnya dalam satu tahun terakhir. Untuk menentukan sampel, kita akan menggunakan teknik sampling acak sederhana. Dari populasi yang ada, sampel yang akan diambil sekitar 41 responden yang dianggap representatif. Alasan di balik pemilihan jumlah sampel ini adalah untuk mendapatkan hasil yang lebih valid dan reliabel dalam analisis. Data dalam penelitian ini akan dikumpulkan menggunakan kuesioner. Kuesioner tersebut akan disusun dalam bentuk pertanyaan yang berkaitan dengan Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan. Setiap responden akan diminta untuk memberikan penilaian menggunakan skala Likert yang bervariasi dari 1 hingga 5, di mana 1 berarti "Sangat Tidak Setuju" dan 5 berarti "Sangat Setuju". Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner akan diolah dan diklasifikasikan berdasarkan aspek-aspek yang ingin diketahui.

Variabel Independen terdiri dari (1) Kualitas Pelayanan (X1): Merujuk pada pengalaman pelanggan terhadap pelayanan yang diterima, termasuk kecepatan, ketepatan, dan sikap pegawai, (2) Harga (X2): Merupakan persepsi pelanggan terhadap harga yang dikenakan untuk jasa yang diberikan, apakah dianggap mahal, terjangkau, atau sebanding dengan kualitas layanan yang diterima, dan Variabel Dependen yaitu (1) Kepuasan Pelanggan (Y1): Tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diterima, dan (2) Loyalitas Pelanggan (Y2): Kesiapan pelanggan untuk terus menggunakan jasa PT Travel Sasana Lintas Indo dan merekomendasikannya kepada orang lain. Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah analisis data. Teknik yang akan digunakan adalah Analisis Regresi Berganda. Analisis ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh variabel independen (Kualitas Pelayanan dan Harga) terhadap variabel dependen (Kepuasan dan Loyalitas

Pelanggan). Selain itu, dalam penelitian ini juga akan dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa kuesioner yang digunakan dapat diandalkan dan memberikan data yang valid. Untuk menguji hipotesis penelitian, setelah data dianalisis, kita akan menggunakan metode statistik yang sesuai. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

H2: Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

H3: Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan.

H4: Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.

HASIL DAN DISKUSI

Pengumpulan data dari kelompok responden yang beragam ini diharapkan dapat menghasilkan temuan yang bernilai untuk pengembangan strategi bisnis dan peningkatan kualitas layanan PT Sasana Lintas Indo di masa mendatang.

Tabel 1. Berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
1	Perempuan	25 orang	61%
2	Laki-laki	16 orang	39%
3	Total	41 orang	100%

Sumber: pengolahan data primer 2025

Analisis terhadap tabel Distribusi usia dan gender responden mengungkapkan pola demografis yang menarik di kalangan konsumen. Terlihat adanya ketidakseimbangan yang mencolok dalam komposisi gender para responden, dengan konsumen berjenis kelamin perempuan muncul sebagai kelompok mayoritas yang mendominasi populasi sampel penelitian.

Hasil Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid (sahih) atau tidak valid. Alat ukur yang dimaksud disini merupakan pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan tersebut pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner (Nilda Miftahul Janna and Herianto, 2021). Data yang diuji validitas adalah data yang dikumpulkan dari data kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila setiap butir pertanyaan menunjukkan korelasi R hitung > dari R table dengan nilai signifikansi <0,05

Tabel 2. Hasil uji validitas

No	Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
kualitas pelayanan (X1)				
1.	X1.1	0,658	0,308	Valid
	X1.2	0,593	0,308	Valid
	X1.3	0,748	0,308	Valid
	X1.4	0,308	0,308	Valid
	X1.5	0,680	0,308	Valid
	X1.6	0,463	0,308	Valid
	X1.7	0,602	0,308	Valid
Harga (X2)				
2	X2.1	0,803	0,308	Valid
	X2.2	0,795	0,308	Valid
	X2.3	0,786	0,308	Valid
	X2.4	0,781	0,308	Valid
	X2.5	0,883	0,308	Valid
	X2.6	0,746	0,308	Valid
	X2.7	0,747	0,308	Valid
	X2.8	0,744	0,308	Valid
Kepuasan Serta Loyalitas Pelanggan (Y)				
3	Y1	0,636	0,308	Valid
	Y2	0,565	0,308	Valid
	Y3	0,560	0,308	Valid
	Y4	0,574	0,308	Valid
	Y5	0,539	0,308	Valid
	Y6	0,618	0,308	Valid

Sumber: pengolahan data primer 2025

Dari uji validitas yang telah dilakukan diperoleh R hitung > R tabel 0,308 dan artinya semua pernyataan-pernyataan dalam kuesioner terbukti valid dan mampu mengukur variabel Kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat ukur di dalam mengukur gejala yang sama (Kawulur, 2018). Dinyatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha lebih besar 0,60 jika lebih kecil dari 0,60 maka dinyatakan tidak reliabel

Tabel 3. Hasil uji reliabilitas

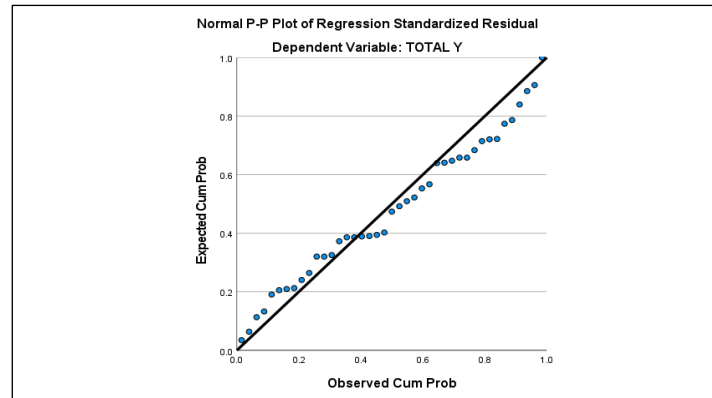
Variabel	Cronbach alpha	Alpha	Keterangan
X1 Kualitas pelayanan	0,685	0,60	Reliabel
X2 harga	0,910	0,60	Reliabel
Y Kepuasan serta loyalitas pelanggan	0,608	0,60	Reliabel

Sumber: pengolahan data primer 2025

Hasil Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak (Hidayat, 2020).

Cara 1 Dengan Plot Regression Standardized Residual



Sumber: Pengolahan data primer 2025

Persebaran titik-titik yang konsisten mengikuti garis diagonal pada grafik regression standardized residual memberikan bukti kuat bahwa data memenuhi asumsi normalitas dalam model regresi. Kondisi ini secara signifikan memperkuat keabsahan analisis statistik yang telah dilakukan, sekaligus meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap temuan penelitian mengenai keterkaitan antara kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan. Dengan dasar statistik yang kokoh ini, penelitian memberikan sumbangsih penting dalam bidang yang dikaji.

Cara 2: One Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Tabel 4. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		41
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.82752220
Most Extreme Differences	Absolute	.127
	Positive	.127
	Negative	-.087
Test Statistic		.127
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.096
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.098
	99% Confidence Interval	Lower Bound .090
		Upper Bound .105

Berdasarkan Uji Normalits Kolmogorov-Smirnov didapat nilai signifikansi sebesar 0,096, lebih besar dari pada 0,05, maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	11.439	3.946		2.899	.006	
	total x1	.495	.108	.586	4.573	.000	.966 1.035
	total X2	-.103	.091	-.145	-1.132	.265	.966 1.035

a. Dependent Variable: TOTAL Y

Sumber: pengolahan data primer 2025

Jika nilai tolerance value dibawah 0,10 atau VIF diatas 10 maka teradi multikolinearitas, berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa:

Tabel 5. Hasil uji multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
X1	0,966	1,035	Tidak terjadi multikolinearitas
X2	0,966	1,035	Tidak terjadi multikolinearitas

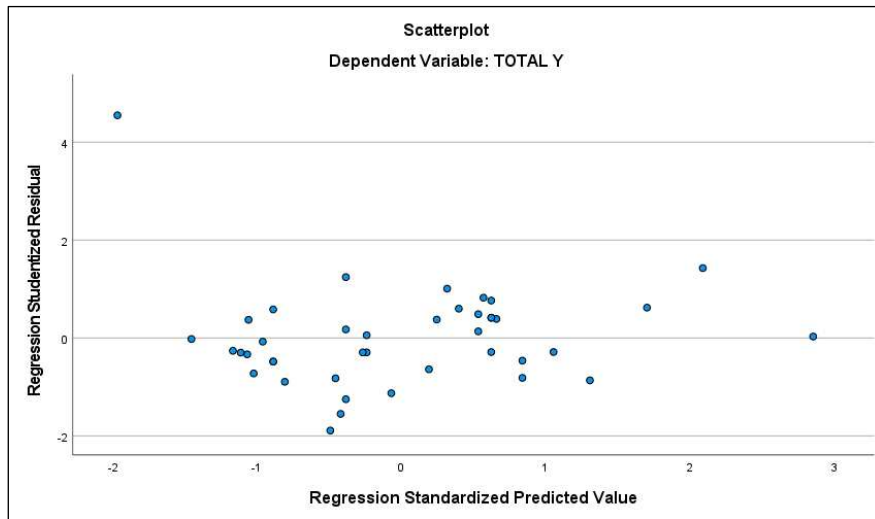
Sumber: Pengolahan data primer 2025

Berdasarkan hasil pengujian, nilai toleransi variabel x1, dan x2 masing-masing sebesar 0,966 dan 0,966 serta VIF sebesar 1,035 dan 1,035. Sesuai kriteria yang diinginkan, multikolinearitas terjadi jika nilai toleransi kurang dari 0,10 atau VIF lebih besar dari 10, dan hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai toleransi kurang dari 0,10 dan VIF lebih besar dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel x1, dan x2 tidak menunjukkan multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik hiteroskedasitas, yaitu adanya ketidak samaan varian residual untuk semua pengamatan pada model regresi syarat yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala hiteroskedasitas

Cara 1 Scatterplot



Sumber: pengolahan data primer 2025

Ketidakteraturan pola penyebaran titik-titik pada scatterplot mengindikasikan tidak adanya gejala heteroskedastisitas dalam data. Berbeda dengan pola penyebaran titik yang teratur, yang biasanya menandakan keberadaan heteroskedastisitas, grafik yang ditampilkan menunjukkan persebaran acak tanpa membentuk pola tertentu. Berdasarkan hasil pengamatan tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa data penelitian ini terbebas dari masalah heteroskedastisitas, sehingga memenuhi salah satu asumsi penting dalam analisis regresi

Cara 2 Glejser

Tabel 6. Coefficients^a

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.362	2.743		1.955	.058
	total x1	-.118	.075	-.251	-1.567	.125
	totAL X2	-.016	.063	-.041	-.258	.798

a. Dependent Variable: ABESRES

Sumber: pengolahan data primer 2025

Jika nilai sig > 0,05 (maka terjadi multikolinearitas), nilai sig X1 sebesar 0,125 dan X2 sebesar 0,798, maka dapat dikatakan variabel Kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan serta loyalitas tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Regresi Berganda

Uji F

Tabel 7. ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	209.961	2	104.980	12.474	.000 ^b
	Residual	319.795	38	8.416		
	Total	529.756	40			

a. Dependent Variable: TOTAL Y

b. Predictors: (Constant), total X2, total x1

Hal ini berdampak jika f hitung lebih tinggi dari f tabel. Sedangkan f tabel sebesar 3,24 maka nilai f hitung sebesar 12,474 seperti diketahui. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa Y dipengaruhi oleh variabel independen. Dilihat dari nilai sig 0,00 < dari pada 0,05 menunjukan bahwa setiap variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen

Uji t-test

Tabel 8. Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.439	3.946	2.899	.006		
	total x1	.495	.108	.586	.000	.966	1.035
	total X2	-.103	.091	-.145	.265	.966	1.035

Berdasarkan uji yang telah dilakukan menunjukan bahwa nilai t tabel sebesar 2,024, diketahui t hitung untuk variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 4.573 maka dapat disimpulkan bahwa variabel x1 berpengaruh terhadap kepuasan serta loyalitas Pelanggan (Y), sedangkan nilai t hitung untuk variabel harga (X2) Sebesar -1,132 maka dapat disimpulkan bahwa variabel X2 tidak mempengaruhi variabel kepuasan serta loyalitas pelanggan (Y)

Koefisien

Tabel 9. Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.630 ^a	.396	.365	2.901

a. Predictors: (Constant), total X2, total x1

b. Dependent Variable: TOTAL Y

Berdasarkan uji yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai adjusted r square sebesar 0,365 artinya x_1 dan x_2 berpengaruh sebesar 36% terhadap Y . Hasil pengujian statistik yang telah dilaksanakan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X_1) dan variabel harga (X_2) secara simultan terhadap variabel kepuasan pelanggan serta loyalitas (Y). Temuan ini divalidasi melalui analisis uji F yang memperlihatkan nilai signifikansi di bawah ambang batas yang ditentukan, mengindikasikan bahwa kedua variabel independen tersebut memiliki kekuatan prediktif yang substansial ketika dioperasikan bersama-sama dalam model regresi. Lebih lanjut, hasil pengujian adjusted R square mengungkapkan kontribusi kolektif kedua variabel tersebut sebesar 36% terhadap variasi dalam kepuasan dan loyalitas pelanggan, sementara 64% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini. Persentase ini menggambarkan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki peran yang cukup penting dalam membentuk persepsi dan respons pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

Ketika dilakukan pengujian secara parsial melalui uji t , ditemukan perbedaan signifikan dalam pengaruh masing-masing variabel independen. Variabel kualitas pelayanan (X_1) terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan serta loyalitas (Y), dengan koefisien regresi positif yang menandakan bahwa peningkatan dalam kualitas pelayanan akan diikuti dengan peningkatan dalam kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hal ini menggarisbawahi pentingnya strategi perusahaan dalam meningkatkan aspek-aspek pelayanan untuk mempertahankan dan meningkatkan basis pelanggan mereka. Sebaliknya, variabel harga (X_2) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas (Y) ketika diuji secara independen, yang menunjukkan bahwa pertimbangan pelanggan terhadap harga mungkin dimoderasi oleh faktor-faktor lain seperti persepsi nilai, kualitas produk, atau bahkan faktor situasional yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan dengan kontribusi sebesar 36%. Hal ini menunjukkan bahwa ketika kedua faktor tersebut diperhatikan secara bersamaan, mereka mampu menciptakan dampak positif yang bermakna terhadap respons pelanggan. Namun, ketika dievaluasi secara terpisah, terungkap bahwa kualitas pelayanan memiliki peran dominan sebagai faktor yang secara independen mampu mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan secara signifikan. Sementara itu, faktor harga saat berdiri sendiri tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan

terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pelanggan lebih mengutamakan pengalaman layanan yang berkualitas dibandingkan dengan pertimbangan harga dalam membentuk kepuasan dan loyalitas mereka. Dengan demikian, perusahaan sebaiknya memprioritaskan strategi peningkatan kualitas pelayanan untuk memaksimalkan kepuasan dan membangun loyalitas pelanggan yang berkelanjutan

REFERENSI

- Agung Suryahadiningrat Kusumanegara dan Indira Rachmawati. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada PT Telkomsel Cellular Operator Services.” *Prosiding International Conference on Industrial Engineering And Operations Management Manila*, 11(3) (2023): 1771–80.
- Amadhea, Gladis Devina, And Farida Farida. “Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Pt Lintas Nusantara Perdana).” *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (Snpk)* 1 (2022): 342–55. <https://doi.org/10.36441/Snpk.Vol1.2022.59>.
- Ayuningtyas, Erika, Budi Santoso, And Pawestri Winahyu. “Analisis Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Diversifikasi Produk, Harga, Dan Kepuasan Pelanggan (Studi Empiris Loyalitas Pelanggan Pada Mie Apong Sampurna Gebang Jember).” *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (Jme)* 2, No. 1 (2023): 99. <https://doi.org/10.36841/Jme.V2i1.2644>.
- Hidayat, Anwar. “Uji Normalitas Dan Metode Perhitungan (Penjelasan Lengkap).” *Statistikan*, N.D.
- Janna, Nilda Miftahul, And Herianto. “Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan Spss,” 2021, 1–12.
- Kawulur, Tresia Karli, W.A. Areros, And R.J. Pio. “Pengaruh Reward And Punishment Terhadap Loyalitas Karyawan Di Pt. Columbia Perdana Cabang Manado.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 6, No. 2 (2018): 71.
- Moh Tamrin, Ukie Tukinah, Devi Amelia Putri³. “Determinan Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Kebijakan Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi* 6, No. 1 (2024): 116–36.
- Oktavia, Vidya Dara, Sarsono Sarsono, And Fithri Setya Marwati. “Loyalitas Pelanggan Ditinjau Dari Pelayanan, Kepuasan Dan Kepercayaan Pada Cv Cipta Kimia Sukoharjo.” *Jurnal Ilmiah Edunomika* 6, No. 1 (2022): 540. <https://doi.org/10.29040/Jie.V6i1.4656>.
- Pratiwi Sitorus, Anggi. “Mekanisme Penetapan Harga (Price) Dan Kebijakan Penentuan Keuntungan (Profit) Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam.” *Attanmiyah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 1, No. 1 (2022): 44–59. <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.
- Salmaa. “Pengertian Metode Penelitian, Tujuan, Macam, Dan Contoh Lengkapnya.” Eepublish, N.D. <https://penerbitdeepublish.com/pengertian-metode-penelitian/>.
- Susanto, Mochammad Vicky Pratama S, Dan Adhi Praiptya. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cv Smart.” *Jurnal Economics & Business Solutions* 7, No. 1 (2023): 138–54. <https://doi.org/10.52643/Jam.V13i1.2997>.
- Yudiadari, Ni Komang Pani, And Made Dian Putri Agustina. “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Unit Simpan – Pinjam Bumdes Dana Merta Desa Tangkup Kabupaten Karangasem.” *Widya Amrita* 1, No. 1 (2021): 216–32. <https://doi.org/10.32795/Widyaamrita.v1i1.1165>