

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
(Studi Pengguna Kereta Api Pramek Solo-Yogja)**



**Disusun Sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata 1  
pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**oleh:**

**NURDIN URBAYANI**

**B 100 140432**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2018**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

**(Studi Pengguna Kereta Api Pramek Solo-Yogja)**

**PUBLIKASI ILMIAH**

**Oleh:**

**NURDIN URBAYANI**

**B 100 140432**

Telah diperiksa dan disetujui oleh :

Dosen Pembimbing



**Drs. Sri Padmantyo, M.B.A**

**NIK : 539**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
(Studi Pengguna Kereta Api Pramek Solo-Yogja)**

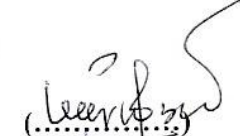
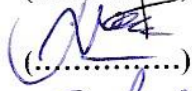

Oleh:

**NURDIN URBAYANI**  
B 100 140 432

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Pada hari  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

**Dewan Penguji :**

1. Dra. Wuryaningsih DL, M.M.  
(Ketua Dewan Penguji)
2. Jati Waskito, S.E., M.Si.  
(Sekretaris Dewan Penguji)
3. Drs. Sri Padmantyo, MBA.  
(Anggota Dewan Penguji)

  
(.....)  
  
(.....)  
  
(.....)

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

  
  
**Dr. Syamsudin, M.M**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebut dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidak benaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 07 Juni 2018

Penulis



Nurdin Urbayani

B 100 140 432

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
(Studi Pengguna Kereta Api Pramek Solo-Yogja)**

**Absrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen jasa kereta api Prameks Solo – Jogja. Penelitian ini menggunakan desain survey, yaitu penelitian yang mengambil sampel konsumen yang naik kereta api Prameks dari stasiun Purwoari Surakarta sebanyak 118 responden dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrumen, analisis data (Analisis regresi sederhana, uji F, uji t, dan koefisien determinasi ( $R^2$ )). Hasil dari penelitian ini terdapat pengaruh yang signifikan harga, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan terhadap kinerja konsumen.

**Kata Kunci :** Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kepuasan Konsumen

**Abstract**

*This study aims to determine how much influence the price, service livery, and price to customer satisfaction Prameks rail service Solo - Jogja. This research use survey design, that is research which take sample of consumer who take Prameks train from Purwoari Surakarta Station as many as 118 respondents by using questioner as data collecting tool. Analyzer used in this research is instrument test, data analysis (simple regression analysis, F test, t test, and coefficient of determination ( $R^2$ )). The results of this study there is a significant effect of price, service lualitas, and price to satisfaction on consumer performance.*

**Keywords:** Price, Service Quality, Location, Consumer Satisfaction

## **1. PENDAHULUAN**

Semakin meningkatnya pendapatan, teknologi, dan pendidikan, semakin meningkat pula kualitas keinginan dan tuntutan kepuasan masyarakat pengguna jasa terhadap pelayanan yang ditawarkan dari sektor pelayanan publik. Disamping hal tersebut sektor pelayanan publik juga dituntut agar dapat memenuhi kebutuhan pengguna jasa serta harus selalu melakukan perbaikan pelayanan secara berkesinambungan.

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa. Kehidupan bisnis, harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Tinggi

rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari suatu produk. Harga yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus, sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang maupun menggunakan suatu jasa. Harga adalah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan sedangkan yang lainnya menghasilkan biaya. Harga juga dapat diartikan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk (Kodu, 2013).

Penelitian tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen *best autoworks* dan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen *best autoworks* sedangkan harga tidak memiliki pengaruh parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen *best autoworks* (Setyo, 2017).

Penelitian tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen vodkasoda shirt dan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian konsumen (Gain, 2017). Penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan dan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga memiliki pengaruh parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Zakaria, 2017). Namun demikian penelitian sekarang terdapat perbedaan dengan peneliti sebelumnya, penelitian sekarang tentang pengaruh harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk menyeimbangi harapan pelanggan. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka (Zakaria, 2017).

Penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bank jatim cabang klampis surabaya dan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Koestanto, 2014). Penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE cabang Bandung dan hasil penelitian menunjukkan bahwa empati secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Variabel keandalan, daya tanggap, jaminan, dan bukti fisik secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Panjaitan, 2016). Namun demikian penelitian sekarang terdapat perbedaan dengan peneliti sebelumnya, penelitian sekarang tentang pengaruh harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

Stasius Purwosari Surakarta memiliki lokasi yang sangat strategis sehingga dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Letaknya yang sangat strategis dan dekat dengan tengah kota memudahkan konsumen untuk mencapai lokasi atau Stasius Purwosari Surakarta. Proses penempatan lokasi terhadap keputusan pembelian dibutuhkan suatu tempat yang strategis yang mudah di akses oleh konsumen.

Lokasi adalah salah satu kunci menuju sukses dan lokasi dimulai dengan memilih komunitas (Yuliana, 2016). Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik, dan sebagainya. Penelitian tentang pengaruh lokasi, kelengkapan produk, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan beli konsumen di Pamella Empat Yogyakarta dan hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan beli konsumen di Pamella Empat Yogyakarta. Kelengkapan produk, kualitas produk dan promosi secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan beli konsumen di Pamella Empat Yogyakarta (Listyawati, 2017). Namun demikian penelitian sekarang terdapat perbedaan dengan peneliti sebelumnya, penelitian sekarang tentang pengaruh harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Hal yang perlu diperhatikan dalam memberikan pelayanan adalah mendengar suara konsumen, berarti perusahaan harus melakukan interaksi dengan konsumen dengan maksud untuk memperoleh umpan balik (*feed back*) berupa tanggapan konsumen tentang sarana dan prasarana yang berhubungan dengan pelayanan yang diberikan sebagai kontrol dan ukuran keberhasilan. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi konsumen. Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi konsumen.

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas dan dengan melihat pentingnya kualitas layanan bagi konsumen semakin meningkatnya kebutuhan yang bersifat perseorangan maupun bisnis atau industri dalam skala besar, maka dituntut pelayanan dari sektor jasa di mana dalam perkembangannya menjurus dalam industri jasa untuk mendukung kelangsungan usaha mereka.

## **2. METODE**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Kodu, 2013).

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Diasari, 2016). Sampel yang digunakan pada penelitian yaitu konsumen yang naik kereta api Prameks dari stasiun Purwoari Surakarta sebanyak 118



responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan menganalisis pengaruh variabel bebas terhadap variabel terkaitnya baik secara bersama-sama (simultan) dan secara individual (parsial).

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Hasil

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dimaksudkan untuk melihat bagaimana pengaruh variabel harga ( $X_1$ ), variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ), dan variabel lokasi ( $X_3$ ) terhadap variabel kepuasan konsumen ( $Y$ ). Menggunakan bantuan program SPSS 20 didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Coefficient	thitung	Sig.
(Constant)	0,558	0,124	0,901
Harga ( $X_1$ )	0,244	2,437	0,016
Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )	0,440	5,458	0,000
Lokasi ( $X_3$ )	0,269	3,708	0,000
$R^2 = 0,418$			
Fhitung = 29,054			
Ftabel = 3,06			
ttabel = 1,994			

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Hasil pengujian regresi linier berganda dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 0,558 + 0,244X_1 + 0,440X_2 + 0,269X_3$$

#### 3.1.1 Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah sekelompok variabel independen yaitu variabel harga ( $X_1$ ), variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ), dan

variabel lokasi ( $X_3$ ) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen yaitu variabel kepuasan konsumen ( $Y$ ).

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh  $F_{hitung} 29,054 > F_{tabel} 3,07$  sehingga  $H_0$  ditolak, artinya variabel harga ( $X_1$ ), variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ), dan variabel lokasi ( $X_3$ ) secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen ( $Y$ ).

### 3.1.2 Uji t

Uji t digunakan untuk menguji apakah sekelompok variabel independen yaitu variabel harga ( $X_1$ ), variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ), dan variabel lokasi ( $X_3$ ) secara individual mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen ( $Y$ ).

Perhitungan  $t_{hitung}$  untuk variabel harga ( $X_1$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung} = 2,437 > \text{nilai } t_{tabel} = 1,981$  sehingga  $H_0$  ditolak, artinya variabel harga ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen ( $Y$ ). Hal ini relevan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Gain (2017) tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen vodkasoda shirt dan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian konsumen.

Perhitungan  $t_{hitung}$  untuk variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung} = 5,458 > \text{nilai } t_{tabel} = 1,981$  sehingga  $H_0$  ditolak, artinya variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen ( $Y$ ). Hal ini relevan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sri Padmantyo (2016) tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Perhitungan  $t_{hitung}$  untuk variabel lokasi ( $X_3$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung} = 3,708 > \text{nilai } t_{tabel} = 1,981$  sehingga  $H_0$  ditolak, artinya variabel lokasi ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen ( $Y$ ). Hal ini relevan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yuliana (2016)

tentang pengaruh kualitas layanan, citra merek, dan lokasi terhadap keputusan pembelian dan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel lokasi secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

### 3.1.3 Pengujian Koefisien Determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>)

Uji koefisien determinasi adalah uji yang digunakan untuk mengetahui besaran dalam persen pengaruh variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen.

Berdasarkan hasil uji determinasi diketahui bahwa nilai Adjusted R *square* sebesar 0,418 yang mengandung arti bahwa 41,8% variasi besarnya variabel kepuasan konsumen(Y) bisa dijelaskan oleh variasi variabel harga (X<sub>1</sub>), variabel kualitas produk (X<sub>2</sub>), dan variabel lokasi (X<sub>3</sub>). Sedangkan sisanya 58,5% lainnya dijelaskan oleh variabel lain di luar model seperti.

## 3.2 Pembahasan

### 3.1 Pengaruh variabel harga (X<sub>1</sub>) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa hasil t hitung variabel harga lebih besar dari t tabel, maka dinyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Kesesuaian harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan apa yang diterima oleh konsumen KA Pramek Solo-Yogja, hal tersebut akan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Hal ini relevan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ubaidillah Al Ahror (2017) tentang pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan cafe milkmoo menyatakan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Setya Ayu Diasari (2016) tentang pengaruh harga, produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan menyatakan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

### 3.2 Pengaruh variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa hasil  $t$  hitung variabel kualitas pelayanan lebih besar dari  $t$  tabel, maka dinyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas layanan yang diberikan oleh PT. KAI (Persero) di KA Pramek Solo-Yogja sesuai dengan harapan konsumen sudah melampaui harapan konsumen.

Hal ini relevan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Moch.Ghozali (2014) tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada ekspedisi di Surabaya menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. SriPadmanty (2016) tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indosat menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

### 3.3 Pengaruh variabel lokasi ( $X_3$ ) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa hasil  $t$  hitung variabel lokasi lebih besar dari  $t$  tabel, maka dinyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Lokasi merupakan suatu yang mempengaruhi kepuasan konsumen, karena dengan lokasi yang strategis dan mudah terjangkau sehingga mempermudah konsumen untuk datang ke lokasi tersebut.

Hal ini relevan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Taufik Ranchman Ali (2017) tentang pengaruh harga, kualitas produk, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan pembelian rumah menyatakan bahwa variabel lokasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian rumah. Ubaidillah Al Ahror (2017) tentang pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan cafe milkmoo menyatakan bahwa variabel

lokasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

#### **4. PENUTUP**

Berdasarkan hasil pembahasan yang dilakukan, kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : *Pertama*, hal ini berdasarkan analisis variasi regresi linier berganda diketahui bahwa hasil F hitung lebih besar dari F tabel dan pada taraf signifikansi 5% nilainya lebih kecil dari pada 0,05.

*Kedua*, Hasil uji t; a) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Hal ini terbukti dari hasil t hitung lebih besar dari t tabel dan pada taraf signifikansi 5% nilainya lebih kecil dari pada 0,05; b) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terbukti dari hasil t hitung lebih besar dari t tabel dan pada taraf signifikansi 5% nilainya lebih kecil dari pada 0,05; c) lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terbukti dari hasil t hitung lebih besar dari t tabel dan pada taraf signifikansi 5% nilainya lebih kecil dari pada 0,05.

*Ketiga*, berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu variasi perubahan variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variable harga, kualitas pelayanan, dan lokasi.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Diasari, Setya Ayu, 2016, Pengaruh Harga, Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 5, No. 12, hal. 1-20.
- Gain, Robert, 2017, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt, *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 2, No. 2, hal. 143-150.
- Kodu, Sarini, 2013, Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza, *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.3, hal. 1251-1259.

- Koestanto, Tri Hari, 2014, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank Jatim Cabang Klampis Surabaya, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 3, No. 10, hal. 1-18.
- Listyawati, Indri Hastuti, 2017, Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Beli Konsumen Di Pamella Empat Yogyakarta, *Jurnal JBMA*, Vol. IV, No. 2, hal. 50-59.
- Padmantlyo, Sri, 2016, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Kasus PT. Indosat, Tbk), *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis & Call For Paper FEB UMSIDA*, hal. 435-451.
- Panjaitan, Januar Efendi, 2016, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung, *DeReMa Jurnal Manajemen*, Vol. 11, No. 2, hal. 265-289.
- Setyo, Purnomo Edwin, 2017, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autoworks, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 1, No. 6, hal. 755-764.
- Yuliana, Imelda, 2016, Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 5, No. 6, hal. 1-15.
- Zakaria, Diapinsa Gema, 2017, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 6, No. 4, hal. 1-18.