

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RESTORAN ORCHID DI SURABAYA

Natalia Dau Bere¹, Muhammad Wahib²

^{1,2}STIE Mahardhika Surabaya

Email : nathalybere25@gmail.com¹, muhammad.wahid602@gmail.com²

Abstrak

Visi studi yakni guna mengkaji dampak Kualitas Pelayanan serta Harga pada Kepuasan Konsumen Restoran Orchid. Pendekatan kuantitatif dengan desain studi linear berganda diterapkan pada penelitian ini. Kuesioner disebarakan kepada 50 responden guna memperoleh data. Penelitian ini menghasilkan persamaan $Y = 1,639 + 0,612 (X1) + 0,325$. Guna mengkaji data, penelitian IBM SPSS Statistics 22 untuk menguji: tes validitas, tes reabilitas, regresi linier berganda Tes Koefisien Determinasi, tes-f, serta tes-t. Pengujian parsial membuktikan bahwasanya kualitas pelayan dan harga memengaruhi kepuasan konsumen secara positif serta signifikan beserta skor $0.000 < 0.05$. Pengujian simultan memperoleh nilai F yakni 34.411 serta skor Sig, 0.000, membuat variable kualitas pelayanan (X1) serta harga (X2) memengaruhi kepuasan konsumen (Y) positif serta signifikan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga Serta Kepuasan Konsumen.

Abstract

Research has an aim for investigating impact Service Quality also Price on Customer Satisfaction Orchid Restaurant. Quantitative approach with multiple linear study design was used in this research. Questionnaires are distributed to 50 respondents to obtain data. This study resulted in the equation $Y = 1.639 + 0.612 (X1) + 0.325$. Data analysis was applied through IBM SPSS Statistics 22 to test: validity, reliability, multiple linear regression, coefficient determination, f also t tests. Partial testing outcome show that service quality as well as price have positive also significant effects for customer satisfaction as score $0.000 < 0.05$. Simultaneous testing obtained an F value of 34,411 also a Sig. score of 0.000, that service quality (X1) also price (X2) has positive also big impact for customer satisfaction (Y).

Keywords: Service Quality, Price and Consumer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Kini, usaha kuliner menjadi masalah dan pandangan menjanjikan, jadi para pemain bisnis bertanya. Bisnis memasak dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif untuk menyediakan layanan konsumen

guna meningkatkan kepuasan. (SRI, Hamid & Suardi, 2021) menunjukkan bahwa kualitas layanan adalah upaya dari pengusaha yang diberikan konsumen, pada dasarnya merupakan ukuran yang tidak mengarah pada beton atau properti. Lima

aspek yang mempengaruhi kualitas layanan adalah pengetahuan fisik, keandalan, responsif, keamanan dan empati. Guna mencapai kepuasan konsumen, perusahaan perlu melakukan pengadaan produk dan jasa berkualitas dengan harga terjangkau. Pelayanan yang berkualitas berperan krusial dalam mewujudkan kepuasan serta menguatkan loyalitas konsumen. Kualitas layanan mendorong terbentuknya relasi yang kokoh antara perusahaan dan konsumen, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan meminimalisir kesan negatif konsumen.

Lebih lanjut, harga juga memengaruhi kepuasan pelanggan. Harga adalah perspektif mengenai bagaimana konsumen melihat tinggi rendahnya harga yang sangat mempengaruhi niat konsumen untuk membeli dan kepuasan dengan pembelian mereka. Menjadi faktor penting bagi perusahaan kuliner, harga dapat memengaruhi produk pembelian konsumen (Pamela, Sepang & Adare, 2015). Restoran Orchid berada di hotel Gunawangsa Manyar adalah tempat makan terkenal yang memamerkan suasana nyaman dan desain interior yang menjadi perhatian, sehingga sesuai untuk acara apapun, mulai dari makan malam keluarga hingga pertemuan bisnis. Restoran ini menghadirkan

berbagai pilihan hidangan makanan, meliputi masakan lokal, tradisional dan internasional, dengan harga yang ekonomis dan dapat dijangkau oleh berbagai kalangan. Pelayanan di restoran ini mendapatkan ulasan dari pengunjung yang positif, dengan staf yang sopan dan profesional, sehingga klien merasa diperhatikan dan dihargai. Tingkat kepuasan pelanggan cukup tinggi, dengan banyak yang mengapresiasi keunggulan makanan yang bergizi, penyajian menarik, dan kebersihan restoran, sehingga Restoran Orchid pilihan yang memuaskan untuk bersantap.

Kareannya harus melakukan evaluasi terhadap kinerjanya, agar kualitas jasa yang ditawarkan dapat ditingkatkan sebagaimana harga yang ditetapkan, yang berujung pada mewujudkan kepuasan konsumen dan mempertahankan loyalitas mereka. Sejumlah hal mengenai kebutuhan konsumen perlu diketahui oleh pemimpin sebagai upaya dalam mendorong peningkatan kualitas pelayanannya serta tercapainya kepuasan konsumen. Penelitian ini ditujukan guna mengidentifikasi dan mengkaji dampak kualitas pelayanan serta harga pada kepuasan konsumen di Restoran Orchid Surabaya.

LANDASAN TEORI

Kualitas pelayanan ialah suatu pendapat berbentuk penilaian yang diberikan konsume kepada perusahaan tentang pelayanan atau produknya. Tentunya penilaian tersebut dilihat dari tingkat pelayanan yang diinginkan atau yang diharapkan oleh mereka (Dr. Salim Al Idrus., 2021:2). Kualitas pelayanan dinilai baik jika konsumen menerima pelayanan sebagaimana yang diharapkan. Kemampuan menyediakan layanan serta menanggapi kebutuhan serta keinginan konsumen secara cepat mampu mendorong kepuasan meningkat. Pelanggan memberikan kepekaan tanggapan efektifnya dengan cepat atas pertanyaan, keluhan, ataupun pertolongan. Sejumlah riset paling kini (Artika et al., 2023; Bello et al., 2021; Junaedi et al., 2020; Panday & Nursal, 2021; Randika & Yolanda, 2021) pula membuktikan bahwasanya mutu layanan menjadi faktor krusial terwujudnya kepuasan konsumen.

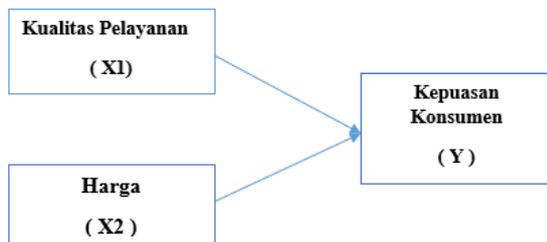
Harga ialah senilai uang yang memang semestinya harus dikeluarkan oleh konsumen untuk penjual apabila konsumen tersebut ingin mendapatkan suatu produk atau jasa yang ditawarkan penjual. Menurut Maulana (2016:7) berpendapat bahwa, "harga ialah

banyaknya nilai uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk dapat ditukarkan dengan banyaknya manfaat yang diterima dari memiliki suatu produk". Besarnya nilai uang ini biasanya dinegoisasikan antara pembeli dan penjual melalui tawar-menawar atau besaran harga itu telah ditentukan sebelumnya penjual beserta harga serupa guna seluruh pelanggan. Tingkat harga mampu menjadi faktor penentu bagi pelanggan. Melonjaknya harga berpotensi memicu konsumen beralih pada produk lainnya yang serupa (Sari, & Prihartono, 2021). Harga ialah salah satu penyebab penentuan terwujudnya kepuasan pelanggan, sebab apabila penjual menetapkan harga yang terjangkau sebagaimana jasa yang ditawarkan, maka rasa puas dan senang akan tercipta pada pelanggan. Hal tersebut menciptakan kepuasan pelangga (Aprileny et al., 2022; Prasetyo & Wibowo, 2023).

Kepuasan konsumen Menurut Wibowati (2021:9) mengemukakan bahwasanya, kepuasan ialah suatu tingkatan perasaan di mana individu dapat membandingkan antara kinerja jasa maupun produk yang diterima dengan kinerja jasa maupun produk yang mereka harapkan. Kepuasan konsumen (consumer satisfaction) mengacu pada segala sikap

yang diperlihatkan oleh pelanggan terkait produk atau jasa yang telah mereka beli (Samhah, 2016:4). Sedangkan menurut Mar'ati (2016:3) mengatakan bahwa, kepuasan pelanggan merupakan keselarasan antara kinerja yang diberikan oleh perusahaan dengan harapan para konsumennya.

Kerangka Konseptual Penelitian



Hipotesis

H0: "Kualitas pelayanan dan harga tidak memengaruhi kepuasan pelanggan".

H1: "Kualitas Pelayanan memengaruhi kepuasan konsumen pada Restoran Orchid Di Surabaya".

H2: "Harga memengaruhi Kepuasan Konsumen di Restoran Orchid Di Surabaya".

H3: "Kualitas pelayanan dan harga memengaruhi Kepuasan Pelanggan".

METODE PENELITIAN

Jenis serta Sumber Data

Pendekatan kuantitatif diterapkan studi ini dengan data berjenis primer berupa

media kusioner untuk memperoleh data dan informasi.

Populasi dan sampel

Seluruh kepuasan konsumen yang ikut makan direstoran orchid disurabaya sejumlah 50 orang adalah populasi pada penelitian ini. Sementara sampelnya mencakup konsumen yang makan direstoran orchid disurabaya yakni sebanyak 50 orang. Untuk pengambilan sampel digunakan adalah rumus regresi berganda. Metode Regresi Linier Berganda diterapkan guna mengidentifikasi korelasi garis lurus antara satu variabel bebas (mandiri) dan variabel terikatnya (terikat) Harsiti 2022 dalam (Wanti, 2023).

Metode Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui kuisisioner yang disebarkan kepada konsumen restoran orchid, yang selanjutnya diukur dengan skala liter.

Analisis Data

Penelitian ini menganalisis data dengan signifikansi statistik melalui IBM SPSS Statistics 22 di mana pengujiannya mencakup: validitas, reabilitas, regresi linier berganda, t, f, serta Koefisien Determinasi guna mengkaji kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan, serta

harga pada kepuasan konsumen di restoran orchid.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Terpilih 50 orang sebagai sampel penelitian. Data pada penelitian ini bersumber dari kuesioner yang berisi deskripsi diri pelanggan sebagaimana usia, jenis kelamin, serta tingkat pendidikan yang terakhir diselesaikan.

Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	12-20	10	20%
2	21-30	18	36%
3	31-40	22	44%
Total		50	100%

Data Primer (kuesioner) di olah 2025

Tabel tersebut memperlihatkan bahwasanya individu dengan usia 12-20 tahun sejumlah 10 orang (20%), 21-30 tahun mencapai 18 orang (36%) serta 31-40 tahun mencapai 22 orang (44%).

Jenis kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	22	44%
2	Perempuan	28	56%
3	Total	50	100%

Data Primer (kuesioner) di olah 2025

Tabel tersebut memperlihatkan bahwasanya generasi milenial perempuan mendominasi sejumlah 28 orang atau (56%), sementara generasi milenial laki-laki sejumlah 22 orang (44%).

Frekuensi kunjungan kerestoran

No	Berapa kali dalam sebulan	Jumlah	Persentase (%)
1	Pertama kali	8	16%
2	2-3 kali sebulan	30	60%
3	> 3 kali dalam sebululan	12	24%
4	Total	50	100%

Data Primer (kuesioner) di olah 2025

Tabel tersebut memperlihatkan bahwasanya 8 orang (atau 16% dari total) baru pertama kali kerestoran, 30 orang (atau 60% dari total) berkunjung 2-3 kali dalam sebulan, 12 orang (atau 24% dari total) > 3 kali dalam sebulan, dari kunjungan yang lainnya.

2. Hasil Uji Validitas

Uji validitas instrumen ditujukan guna mengevaluasi ketepatan serta kelayakan instrumen sebagai alat ukur variabel penelitian. Pengujian diterapkan melalui rumus Pearson Product Moment dengan menentukan validitas sebagaimana nilai probabilitas dan koefisien korelasi.

Sebuah item dinilai valid, apabila nilai r hitung $>$ r tabel serta nilainya positif, sehingga diperbolehkan lanjut ke analisis berikutnya. Sebaliknya, apabila r hitung $<$ r tabel baik nilainya positif ataupun negatif, item tersebut dianggap tidak valid serta tidak diterapkan pada penelitian. Berikut hasil pengujian validitas pada tiap item variabel.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Nilai r hitung		Kepuasan Konsumen (Y)	Sig	Nilai r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	Harga (X2)				
0,806	0,776	0,714	0,00	0,278	Valid
0,700	0,876	0,844	0,00	0,278	Valid
0,795	0,876	0,889	0,00	0,278	Valid
0,773	0,792	0,861	0,00	0,278	Valid
0,815	0,851	0,839	0,00	0,278	Valid

Sumber: hasil IBM SPSS Statistics 22 2025

Dari tabel diatas Menunjukkan bahwa butir pertanyaan kualitas pelayanan (X1), Harga (X2), serta kepuasan konsumen (Y) memperoleh r hitung $>$ r tabel, yakni 0,278. Dengan demikian, dinyatakan bahwasnaya 5 (Lima) butir pertanyaan pada kualitas pelayanan (X1), Harga (X2), serta kepuasan pelanggan (Y) tersebut valid serta memadai guna pengukuran variabel.

3. Hasil Uji Reliabilitas

Ghozali (2012) mengemukakan bahwasanya "kuesioner yang reliabel adalah kuesioner yang responnya tidak berubah dari waktu ke waktu". Pengujian ini diterapkan dengan program IBM SPSS Statistics 22. Apabila nilai Cronbach Alpha (α) melebihi 0,7, maka reliabel.

Tabel 3 Reliability Statistics

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar	N Of Items	Keterangan
Kualitas Pelayan (X1)	.833	0.7	5	Reliabel
Harga (X2)	.884	0.7	5	Reliabel
Kepuasan Komsumen (Y)	.888	0.7	5	Reliabel

Sumber: hasil IBM SPSS Statistics 22 2025

Berdasarkan hasil diatas, diperoleh nilai Cronbach's Alpha bisa diandalkan, dengan jumlah item sebanyak 5 butir pernyataan. Variabel yang digunakan untuk Kualitas Pelayan, Harga, dan Kepuasan Komsumen perlu memperoleh nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,7. Perolehan nilai pada variabel kualitas pelayanan yakni .833, harga yakni .884 serta kepuasan konsumen yakni .888. Dengan demikian, seluruh item pada variabel ini memperoleh reliabilitas yang tinggi serta dapat diterapkan pada analisis selanjutnya.

4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	1.639	2.438		.672	.505
TOTAL_X1	.612	.146	.495	4.183	.000
TOTAL_X2	.325	.107	.360	3.042	.004

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber: hasil IBM SPSS Statistics 22 2025

Didapatlah konstanta beserta koefisien regresi pada setiap variabel bebas. Pengujian ini berfungsi untuk mengkaji korelasi kausal sejumlah variabel bebas (X) pada 1 variabel terikat (\hat{Y}). Desain diterapkan pada pengujian ini yakni :

$$\text{Formula: } Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Ket :

Y = Kepuasan pelanggan

a = Konstanta regresi linier berganda

b = Koefisien regresi

X1 = Mutu Layanan

X2 = Harga

Hasil persamaan analisis regresi linier berganda tersebut memberikan pemahaman diantaranya :

$$Y = 1,639 + 0,612 (X_1) + 0,325 + e$$

Hasil tersebut mengindikasikan bahwasanya Variabel Mutu layanan (X1)

dan Variabel Harga (X2) memengaruhi Kepuasan Konsumen (Y) positif.

1. Koefisien regresi atas variabel Mutu Pelayanan (X1) mencapai 0,612 serta nilai Sig. < 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwasanya Variabel Kualitas Pelayanan (X1) memengaruhi Variabel Kepuasan Konsumen (Y) secara positif.
2. Koefisien regresi pada variabel Harga (X2) mencapai 0,325 serta Sig. < 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwasanya Variabel Harga (X2) memengaruhi Variabel Kepuasan Konsumen (Y) secara positif.

Sebagaimana temuan tersebut, dapat diketahui bahwasanya variabel Mutu Layanan (X1) serta variabel Harga (X2) berdampak pada Variabel Kepuasan Konsumen (Y) positif di mana faktor yang mendominasi ialah Variabel (X1) yang terbukti dari nilai koefisien regresi mencapai 0,612 dan melebihi Variabel (X2).

5. Uji Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 5

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.771 ^a	.594	.577	1.666

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

b. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber: hasil IBM SPSS Statistics 22 2025

1. Nilai R mencapai 0,771 mengindikasikan bahwasanya korelasi atau hubungan antara variabel dependen Variabel Kepuasan Konsumen (Y) dengan variabel independen ,Variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Variabel Harga (X2) yaitu sebesar 77,1%.
2. R Square mencapai 0,594 mengindikasikan bahwasanya Variabel Kepuasan Konsumen (Y) mampu diprediksikan oleh Variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Variabel Harga (X2) sebesar 59,4% sedangkan sisanya 40,6% oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Skor Adjusted R Square mencapai 0,577 mengindikasikan bahwasanya Variabel Kualitas Pelayanan (X1) serta Variabel Harga (X2) mampu menjelaskan variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 57,7% sedangkan sisanya 42,3% variabel lain yang tidak diteli dalam penelitian ini.
4. Ada 2 opsi, ialah memanfaatkan R Square ataupun menggunakan Adjusted R Square, apabila jumlah variabel lebih dari dua maka digunakan Adjusted R Square. Jadi

nilai yang digunakan pada koefisien determinasi adalah 57,7%.

5. Standar error estimasi ataupun tingkat kesalahan estimasi model regresi linier berganda studi yakni 1,666.

6. Uji F

Tabel 6

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. Regression	190.906	2	95.453	34.411	.000 ^b
Residual	130.374	47	2.774		
Total	321.280	49			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

Sumber: hasil IBM SPSS Statistics 22 2025

Pengujian secara simultan ini ditujukan guna mengidentifikasi dampak variabel independen Variabel Mutu Pelayanan (X1) serta Harga (X2) secara bersamaan pada variabel dependen yakni Kepuasan Konsumen (Y). Pengujiannya diterapkan dengan komparasi antara skor F hitung beserta F tabel serta Sig. = 0,05. Sebagaimana data tersebut, diperoleh nilai Sig. yaitu 34.411 dengan (0,000), yang mengindikasikan variable kualitas pelayanan serta harga berdampak pada kepuasan pelanggan bersamaan.

7. Uji T

Tabel 7

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	1.839	2.438			.672	.505
TOTAL_X1	.612	.146	.495		4.183	.000
TOTAL_X2	.325	.107	.360		3.042	.004

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber: hasil IBM SPSS Statistics 22 2025

- Kualitas pelayanan memiliki singnifikasi $0,00 < 0,05$ serta t hitung yakni $4,183 > t$ tabel yakni $1,677$, mengindikasikan bahwasanya kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan konsumen secara positif dan signifikan.
- Harga memperoleh Sig. $0.00 < 0.05$ serta t hitung yakni $3,042 > t$ tabel yakni $1,677$ mengindikasikan adanya dampak pada Variabel Kepuasan Konsumen secara signifikan dan positif.

Hasil uji: Variabel Kualitas Pelayanan memengaruhi Variabel Kepuasan Konsumen(Y) secara positif dan signifikan.

Perolehan nilai t hitung pada variabel Mutu Pelayanan (X1) mencapai $4,183 > t$ tabel = $1,677$ serta tingkat Sig.

(0,000) yang tidak melebihi 0,05, di mana H_a Diterima serta H_o Ditolak. Artinya, Kualitas Pelayanan (X1) berdampak secara positif dan signifikan. Output menunjukkan bahwasanya hipotesis penelitian diterima yakni Kualitas Pelayanan (X1) memengaruhi Variabel Kepuasan Konsumen (Y) restoran orchid secara positif dan signifikan.

Hasil uji : Variabel Harga (X2) memengaruhi Variabel Kepuasan Konsumen (Y) secara positif dan signifikan.

Perolehan nilai t hitung pada variabel Harga (X2) mencapai $3,042 > t$ tabel = $1,677$ serta tingkat Sig. (0,004) yang tidak melebihi (0,05), mempunyai arti diterimanya H_a serta ditolaknya H_o . Dengan demikian, Harga (X2) berdampak signifikan dan positif. Output menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima di mana variabel Harga (X2) memengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y) restoran orchid secara positif signifikan.

Hasil uji : kualitas pelayan (X1) serta harga (X2) berpengaruh pada kepuasan komsumen (Y).

Sebagaimana temuan tes, bahwasanya kualitas pelayanan serta harga memengaruhi kepuasan pelanggan. Temuan

ini terbukti dari perolehan F hitung = $34,411 > 3,191$ dengan tingkat Sig. (0,000) yang tidak melebihi (0,05). Sehingga, Kualitas Pelayanan dan Harga memengaruhi Kepuasan Konsumen restoran orchid secara bersamaan.

Sebagaimana perolehan koefisien determinasi yakni nilai R Square mencapai 0,594, yang mengindikasikan bahwasanya Kepuasan Konsumen (Y) mampu dideskripsikan Kualitas Pelayanan (X1) serta Variabel Harga (X2) hingga 59,4%, sementara sisanya 40,6% oleh variabel lain selain pada penelitian ini.

KESIMPULAN

Dalam penelitian, dapat diketahui bahwasanya variable Kualitas Pelayanan berdampak pada kepuasan konsumen di restoran orchid secara signifikan dan positif di mana perolehan skor t hitung = $3,042 > t$ tabel = 1,677 serta taraf Sig. (0,004). Kualitas pelayanan serta variabel harga berdampak pada kepuasan konsumen simultan, signifikan beserta positif sebagaimana perolehan nilai f hitung = $34,411 > 3,191$ serta Sig. (0,000). Kualitas Pelayanan (X1) serta variabel Harga (X2) berdampak pada Kepuasan Konsumen (Y) signifikan. Sebagaimana temuan tersebut, berikut sejumlah bahan masukan yang

dapat disampaikan oleh peneliti, diantaranya : (1) Restoran Orchid, diharapkan peneliti ini mampu menjadi bahan acuan serta masukan dalam mengimplementasikan variable independen yang berdampak diantaranya kualitas pelayanan dan harga menarik guna memperoleh kepuasan konsumen. Restoran Orchid diharapkan dapat mempertahankan pelayanan yang lebih memuaskan dan memperbaiki kekurangan, sehingga Restoran Orchid akan berkembang dan dapat memberi kepuasan pada konsumen. (2) Bagi penelitian yang akan datang, diharapkan menambahkan variable yang relevan yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam memesan makanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Faiz, M. (2023). *Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa (Pada Pengguna Jasa J&T Express di Purbolinggo Lampung Timur)* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Mutiara, S., Hamid, R. S., & Suardi, A. (2021). Pengaruh kualitas layanan persepsi harga dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen. *Jesya (Jurnal*

- Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, 4(1), 411-427.
- Panday, R., & Nursal, M. F. (2021). The effect of service quality and customer satisfaction on customer loyalty. *Jurnal manajemen strategi dan aplikasi bisnis*, 4(1), 171-180.
- Ravella, K. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA SORRY COFFE JAKARTA.
- Setiawan, M., & Rizki, M. F. (2025). PENGARUH HARGA SEWA, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PO KENSYA TRANS. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 14(1), 709-722.
- Zulkarnaini, Z., Suhardi, Y., Akhmadi, A., Darmawan, A., & Fanindia, R. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 7(1), 13-22.