



PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RESTO CHEF DADANG LAHAT

Rudi Eduar

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Serelo Lahat
rudieduarshmm@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Resto Chef Dadang Cabang Lahat. penelitian ini berlokasi di Jl. RE Martadinata Bandar Agung, Karang baru. Kec. Lahat, Kab. Lahat. Penelitian ini menetapkan harga dan kualitas pelayanan sebagai tolak ukur kepuasan konsumen Resto Chef Dadang Lahat. Tipe penelitian ini adalah Deskriptif Kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan self administrator questionnaire. Alat yang digunakan adalah kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Resto Chef Dadang Lahat. Perhitungan sampel menggunakan Sample Insidental, dengan responden sebanyak 30 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hipotesis di Uji dengan T test dan F test. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Konsumen dan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. hasil yang didapat dari Uji Regresi adalah $Y (37,038 + 0,317X_1 + -427X_2 + e)$ dan hasil koefisien Determinasi sebesar 0,652. Ini berarti bahwa angka menunjukkan bahwa variabel Harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) yang digunakan dalam persamaan regresi ini mampu memberikan distribusi terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 65,2% sedangkan sisanya 34,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen

1. PENDAHULUAN

Bisnis kuliner berkembang pesat yang secara tidak langsung, persaingan bisnis kuliner menjadi semakin ketat. Pelayanan dan harga yang ditawarkan pun beraneka macam dengan begitu akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap bisnis kuliner. Hal tersebut menuntut pihak pemilik bisnis kuliner untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dengan kompetitor lainnya.

Semakin meningkatnya persaingan yang ada, para konsumen juga cenderung memperhatikan kualitas pelayanan dan harga produk. Maka dari itu, Resto Chef Dadang harus menciptakan kepuasan konsumen dengan cara mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanannya dan harga baik sebelum ataupun sesudah melakukan transaksi, agar dapat melakukan inovasi dan perbaikan yang diharapkan dan dapat bersaing dengan rumah makan lainnya.

Untuk menunjang pencapaian kepuasan konsumen di rumah makan Resto Chef Dadang, pelayanan yang diberikan kepada konsumen harus benar-benar diperhatikan mulai dari persiapan kerja para karyawan hingga pada penyajian yang didukung oleh beberapa aspek penting, seperti penampilan fisik restoran, keanekaragaman menu, kualitas cita rasa, kebersihan makanan dan area tempat makan, keamanan. Harga yang diberikan Resto chef Dadang kepada konsumen pun harus diperhatikan, yaitu dengan menyesuaikan harga agar terjangkau oleh daya beli konsumen, adanya potongan harga dalam pembelian tertentu.

Hal-hal tersebut ditujukan untuk mendapatkan nilai jual tersendiri dari konsumen. Mengingat pelayanan dan penetapan harga yang diberikan adalah salah satu faktor utama keberhasilan operasional restoran disamping aspek-aspek lainnya. Oleh sebab itu, bisnis yang sukses berarti suksesnya pelayanan dan harga yang ditetapkan.

Berdasarkan pengamatan pada Resto Chef Dadang Cabang Lahat Fasilitas dan penampilan karyawan dan sarana komunikasi yang ada pada Resto Chef Dadang Cabang Lahat masih kurang, kemampuan karyawan untuk melakukan layanan yang dijanjikan dan keakuratan masih belum efisien, Kesediaan membantu pelanggan dan memberikan layanan masih terkesan lambat, kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan belum dapat meluluhkan hati pelanggan, kepedulian dan perhatian karyawan dan pihak Resto Chef Dadang Cabang Lahat masih belum maksimal. Berdasarkan pemikiran latar belakang diatas maka makadilakukan kajian untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada resto chaf dadang lahat.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Kepuasan

Menurut Kotler (2012:138) Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Sedangkan menurut Tjiptono (2010:150) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap penilaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya terhadap kinerja yang dirasakan oleh konsumen.

Indikator kepuasan konsumen

- (1) Kesesuaian Harapan Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi : a. Produk yang diperoleh sesuai atau lebih dengan yang diharapkan. b. Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan. c. Fasilitas pengunjung yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- (2) Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.
- (3) Kesediaan merekomendasikan, merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

2.2 Kualitas Pelayanan

Menurut Lewis & Booms dalam Tjiptono & Chandra (2011 : 180), kualitas layanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu terwujud sesuai harapan pelanggan. Sama seperti yang telah diungkapkan oleh Tjiptono (2011 : 157), kualitas layanan itu sendiri ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Indikator Kualitas Pelayanan. Menurut Zeithaml, Parasuraman & Berry (dalam Hardiansyah 2011:46) untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan secara nyata oleh konsumen, ada indikator kualitas pelayanan yang terletak pada lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

- a. *Tangible* (berwujud)
- b. *Reliability* (kehandalan)
- c. *Responsiveness* (ketanggapan)
- d. *Assurance* (jaminan)
- e. *Empathy* (Empati)

2.3 Harga

Fandy Tjiptono (2011:151) yang menyebutkan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Sedangkan pendapat lain yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2012:67), harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu.

Indikator-indikator Harga. Menurut Kotler dan Armstrong terjemahan Bob Sabran (2012:52), didalam variabel harga ada beberapa unsur kegiatan utama harga yang meliputi daftar harga, diskon, potongan harga, dan periode pembayaran. Menurut Kotler dan Armstrong terjemahan Bob Sabran (2012:278), ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu : (1) Keterjangkauan harga (2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk (3) Daya saing harga (4) Kesesuaian harga dengan manfaat.

3. Metodologi

Metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif (Kusumajaya, 2017). Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian dispesifikasinya adalah sistematis,

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA RESTO CHEF DADANG LAHAT**

terencana, dan terstruktur digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu..adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang membeli pada resto chef dadang lahat yang berjumlah 30 orang. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode sensus sampling. Sumber data dalam penelitian dapat diperoleh melalui dua sumber yaitu data primer dan data sekunder analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan program komputer yaitu SPSS. Ada beberapa teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Uji instrument penelitian, uji validitas, uji reabilitas, Uji Instrument Asumsi Klasik, Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heterokedantistas, Uji Regresi Berganda, Uji Goodness of fit, Uji t, Uji F, koefisien korelasi dan Koefisien Determinasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskripsi Statistik

Analisis Statistik Deskriptif digunakan untuk menganalisis data menyajikan data kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui gambaran yang dijadikan sample penelitian. Dengan menggunakan statistik deskriptif maka dapat diketahui nilai minimum, maximum, mean, standar deviasi serta pembuatan histogram untuk mengetahui kemiringan data, Analisis statistik dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 1
Statistik Deskriptif

	Kualitas Pelayanan	Harga	Kepuasan Konsumen
N Valid	30	30	30
Missing	0	0	0
Mean	39,43	36,10	34,17
Std. Error of Mean	,922	,879	,792
Median	40,50	37,00	34,00
Mode	41	30 ^a	30
Std. Deviation	5,049	4,816	4,340
Variance	25,495	23,197	18,833
Range	24	16	17
Minimum	26	28	29
Maximum	50	44	46
Per 10 cent	29,80	30,00	30,00
iles 25	37,00	31,00	30,00
50	40,50	37,00	34,00
75	41,25	40,00	36,25
90	45,80	43,00	39,90

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Dalam mengetahui Deskriptif data dari variabel Kualitas Pelayanan (X_1) Dari 30 responden atau sample yang diambil data, diperoleh rata-rata hitung (mean) = 39,43, titik tengah (median) = 40,50, kemudian nilai yang sering muncul (mode) = 41, simpangan baku (standart devisi) = 5,049 dan tingkat penyebaran data (variance) = 25,495, kemudian rentangan (range) = 24 skor minimum dari data (min) = 26 dan skor maksimum dari data (max)= 50

Deskriptif Variabel Harga (X_2)

Dalam mengetahui Deskriptif data dari variabel Kualitas Pelayanan (X_1) Dari 30 responden atau sample yang diambil data, diperoleh rata-rata hitung (mean) = 39,43, titik tengah (median) = 37,00, kemudian nilai yang sering muncul (mode) = 30, simpangan baku (standart devisi) = 879 dan tingkat penyebaran data (variance) = 23,197, kemudian rentangan (range) = 16 skor minimum dari data (min) = 28 dan skor maksimum dari data (max)= 44

Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Dalam mengetahui Deskriptif data dari variabel Kualitas Pelayanan (X_1) Dari 30 responden atau sample yang diambil data, diperoleh rata-rata hitung (mean) = 34,17, titik tengah (median) = 34,00, kemudian nilai yang sering muncul (mode) = 30, simpangan baku (standart devisi) = 792 dan tingkat penyebaran data (variance) = 18,833, kemudian rentangan (range) = 17 skor minimum dari data (min) = 29 dan skor maksimum dari data (max) = 46

Analisis Statistic Inferensial

Analisis Statistic Inferensial digunakan dengan tujuan penelitian dapat dibuat kesimpulan pengujian hipotesis dengan generalisasi dan analisis yang digunakan adalah :

Regresi Linier Berganda

Tabel 2
Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	37,038	5,614		6,597	,000		
Kualitas Pelayanan	,317	,108	,519	3,490	,002	,961	1,041
Harga	-,427	,124	-,511	-3,432	,002	,961	1,041

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil perhitungan menggunakan SPSS for windows v.20

Maka diperoleh Regresi Linier Berganda sebagai berikut :

$$Y = 37,038 + 0,317X_1 - 0,427X_2 + e$$

Berdasarkan hasil regresi linier berganda yang dilakukan dapat diketahui nilai konstanta sebesar 37,038, menyatakan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) sama dengan 0, maka besarnya Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 37,038. Artinya Kualitas Pelayanan dan Harga tetap tidak berubah maka Kepuasan Konsumen akan tetap terjadi.

Dari hasil regresi linier berganda diatas diperoleh besarnya Koefisien regresi variabel Kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,317 dengan tanda positif menunjukan adanya pengaruh yang searah antara Kualitas Pelayanan (X_1) dengan Kepuasan Konsumen (Y). Apabila Kualitas Pelayanan mengalami kenaikan sebesar satu satuan arah, maka akan mengakibatkan peningkatan Kepuasan Konsumen sebesar 0,317 dan diasumsikan untuk variabel lain nol (0) atau tindakan. Artinya semakin banyak Kualitas Pelayanan maka Kepuasan Konsumen akan meningkat.

Dari hasil Regresi linier berganda diperoleh besarnya nilai Koefisien Regresi Variabel Harga (X_2) sebesar - 0,427 dengan tanda negatif yang menunjukan tidak adanya pengaruh yang searah antara Harga dengan Kepuasan Konsumen.

Koefisien Determinasi:

Tabel 3
Tabel koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,652 ^a	,426	,383	2,880	,426	9,999	2	27	,001	2,139

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA RESTO CHEF DADANG LAHAT**

- a. Predictors: (Constant), harga, kualitas pelayanan
b. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Dari tabel 3 diatas, dapat diketahui nilai *R square* yaitu sebesar 652 atau 65,2% angka ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) yang digunakan dalam persamaan regresi ini mampu memberikan distribusi terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 65,2% sedangkan sisanya 34,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Uji Hipotesis Uji Parsial (Uji T)

Tabel 4
Hasil Hipotesis Uji Parsial (Uji T)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	37,038	5,614		6,597	,000	25,519	48,557
	Kualitas pelayanan	,317	,108	,519	3,490	,002	,155	,599
	harga	-,427	,124	-,511	-3,432	,002	-,682	-,172

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

- Uji Parsial (Uji t) untuk Variabel (X_1) : Dari Tabel diatas didapat nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan yaitu 3,490 dan t_{tabel} 1,697 dan didapat nilai signifikan sebesar 0,002, hal ini berarti t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,490 > 1,697$), atau signifikan t lebih kecil dari ($0,002 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Resto Chef Dadang Cabang Lahat.
Kesimpulan : $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi hipotesis dalam penelitian ini terbukti bahwa kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Resto Chef Dadang Cabang Lahat.
- Uji Parsial (Uji t) untuk Variabel (X_2) : Dari Tabel diatas didapat nilai t_{hitung} untuk variabel Harga yaitu -3,432 dan t_{tabel} 1,697 didapat nilai signifikan sebesar ($0,002 < 0,05$), hal ini berarti (t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel}), maka dapat disimpulkan H_0 ditolak, yang artinya “ harga (x_2) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Resto Chef Dadang Cabang Lahat.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel
Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	165,892	2	82,946	9,999	,001 ^b
	Residual	223,974	27	8,295		
	Total	389,867	29			

- a. Dependent Variable: kepuasan konsumen
b. Predictors: (Constant), harga, kualitas pelayanan

Berdasarkan Signifikasinya dari Uji Anova atau F-test, didapat nilai signifikan sebesar 0,001. Karena Probabilitas (Tingkat Signifikan) ini lebih kecil dari alpha 0,05 maka model regresi ini bisa dipakai untuk

memprediksi Kepuasan Konsumen. Dengan kata lain, kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Uji T digunakan untuk menguji signifikan konstanta dan setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Uji T terhadap variabel untuk kualitas pelayanan (X_1) didapatkan t_{hitung} sebesar 3,490 dengan signifikan t sebesar 0,001. karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,490 > 1697$) atau signifikan t lebih kecil dari 5% ($0,002 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan kata lain variabel Kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Uji T terhadap variabel harga (X_2) didapatkan t_{hitung} sebesar -3,432 dengan signifikan t sebesar 0.000. karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} (-3,432) atau signifikan t lebih kecil dari 5% ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan H_0 ditolak, yang artinya “ harga (x_2) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan harga terhadap Kepuasan konsumen

Dilihat dari Uji Anova atau F-test, didapat signifikan sebesar 0,001 karena probabilitas (tingkat signifikan) ini lebih kecil dari α 0,05, maka model regresi ini bisa dipakai untuk memprediksi kepuasan Konsumen. Dengan kata lain Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Resto Chef Dadang Cabang Lahat, hasil analisis yang dilakukan tentang Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian didapat nilai R sebesar 3,490 yang artinya kualitas pelayanan mempunyai hubungan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,652. Dan dari tabel diatas didapat nilai Koefisien Determinasi sebesar 0,426 yang artinya variabel bebas mempunyai adjusted r squar sebesar 0,383 yang artinya variabel-variabel bebas mempunyai keeratan hubungan terhadap variabel terikat sebesar 383.
2. Berdasarkan hasil pengujian Hipotesis :
 - a. Uji Signifikasi Simultan (Uji F)
 Hasil peguji Anova dengan menggunakan Uji F, Fhitung sebesar 9,999 dengan nilai signifikan 0,000 dan nilai F_{hitung} dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , didapat nilai F_{hitung} sebesar = 9,999 dan nilai F_{tabel} = 0,000, yang artinya F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} (0,000), dengan nilai sig 0,000 yang lebih kecil dari taraf signifikasi yang digunakan 5% maka dapat disimpulkan bahwa variabel independent yang meliputi kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) secara simultan atau bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Resto Chef Dadang.
 - b. Uji signifikan Parsial (Uji T)
 Uji T Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) : berdasarkan hasil analisis Regresi Diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 6,597 t_{tabel} 0,000 dan nilai signifikan (sig) 0,05 . Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, yang artinya Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).
 Uji T harga (X_2) terhadap kepuasn konsumen (Y) :
 Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai T_{hitung} sebesar -3,432 T_{tabel} 0,000 dan signifikan (Sig) 5% = 0,05 . maka dapat disimpulkan H_0 ditolak, yang artinya “ harga (x_2) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y)
3. Dari hasil keseluruhan penelitian menunjukan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dapat juga dilihat bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya penulis menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan harus ditingkatkan yakni meningkatkan kemampuan karyawan dengan cara melakukan pelatihan-pelatihan terutama mengenai cara berkomunikasi dengan konsumen sehingga memberikan pelayanan yang bagus.
2. Harga Jual Harus dibenahi, yakni dengan memberikan harga yang sesuai sehingga dapat dinikmati oleh kalangan menengah kebawah, hingga menengah keatas.
3. Penelitian selanjutnya, diharapkan untuk menambah variabel lain untuk dijadikan indikator dalam penelitian lanjutan. Hal ini karena masih adanya variabel-variabel yang belum ditemukan penulis yang kiranya masih memiliki hubungan yang berkaitan dengan Kualitas Pelayanan dan Harga dan Kepuasan Konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin Dan Fancis Tantri (2013), *Manajemen Pemasaran*, Pustaka PT. Raja Grafindo, Jakarta
- Amanah, Dita. 2010 *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Majestyk Baakery & Cake Shop Cabang H.M Yamin Medan*. Medan.
- Fandy, Tjiptono,(2011), *Pemasaran Jasa*, Bayumedia, Malang.
- Fadlika, Yusli. 2015. *Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di Wisata Kolam Renang Teuku Umar Bojonegoro (Studi Pada Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya)*. Surabaya.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 22*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Ghozali, Moch. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Exspidisi di Surabaya*. Surabaya.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rahmat Hamdani A. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Ra Kusumajaya, Ar Rivai, 2017, *Pengaruh Citra Lembaga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Komitmen Relasional Dan Dampaknya Pada Positive Word Of Mouth*, *Telaah Manajemen* Vo. 14 (2), Hal 18 – 32.
- Sugiyono, 2013 *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d*, Pustaka Alfabeta, CV. Bandung
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*". Bandung : ALFABETA.
- Tjiptono, Fandy (2012), *Pemasaran Strategik*, Pustaka Andi, Yogyakarta