

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GOJEK (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS VICTORY SORONG)

Sudirman¹, Susana Magdalena Welly Muskita²
muhsudir79@gmail.com¹, muskitasusan@gmail.com²
Universitas Victory Sorong

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen gojek studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas victory sorong. Jenis penelitian yang digunakan adalah dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan gojek di universitas victory sorong sebagai sampel yang dijadikan responden didalam penelitian ini. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik pengumpulan data melalui kusioner. Metode analisis data yang akan dilakukan terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, pengujian (uji t uji f dan uji koefisien determinasi). Hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan gojek di fakultas ekonomi dan bisnis universitas victory sorong. Dimana variabel kualitas pelayanan adalah faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan memakai aplikasi gojek. Dengan hasil uji Nilai konstanta sebesar 7.978 diartikan bahwa jika variabel Harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) tidak ada maka telah terdapat nilai kepuasan Konsumen (Y) sebesar 7.978. Nilai koefisien harga (X1) 0,132 diartikan bahwa apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Kualitas Pelayanan (X2) maka setiap perubahan satu unit pada variabel Harga (X1) Maka akan mengakibatkan peningkatan pada variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,132. Nilai koefisien Kualitas Pelayanan (X2) 0,081 diartikan bahwa apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Harga (X1) maka setiap perubahan satu unit pada variabel Kualitas pelayanan (X2) Maka akan mengakibatkan peningkatan pada variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,081.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

The aim of this research is to determine the effect of price and service quality on Gojek consumer satisfaction in a case study of students at the Faculty of Economics and Business, Victory University, Sorong. The type of research used is a quantitative approach. The population in this study were all Gojek customers at Victory University, Sorong as the sample used as respondents in this study. The sampling technique used was data collection techniques through questionnaires. The data analysis method that will be carried out consists of validity test, reliability test, multiple linear regression analysis, testing (t test, f test and coefficient of determination test). The results of this research partially show that price and service quality have a positive and significant effect on the Gojek customer satisfaction variable at the Faculty of Economics and Business, Victory University, Sorong. Where the service quality variable is the most dominant factor influencing the customer satisfaction variable using the Gojek application. With the test results, a constant value of 7,978 means that if the price (X1) and service quality (X2) variables do not exist then there is a consumer satisfaction value (Y) of 7,978. The price coefficient value (X1) of 0.132 means that if the constant remains and there is no change in the Service Quality variable (X2), then every one unit change in the Price variable (X1) will result in an increase in the Consumer Satisfaction variable (Y) of 0.132. The Service Quality coefficient (X2) value of 0.081 means that if the constant

remains and there is no change in the Price variable (X1) then every one unit change in the Service Quality variable (X2) will result in an increase in the Consumer Satisfaction variable (Y) of 0.081.

Keywords: Price, Service Quality, Consumer Satisfaction.

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Di era globalisasi sekarang ini, masyarakat menjadi semakin kritis khususnya pada produk jasa yang mereka peroleh. Pentingnya perkembangan sektor jasa saat ini berjalan beriringan dengan usaha peningkatan kualitas pelayanan. Masyarakat menuntut untuk mendapatkan pelayanan prima yang terjamin dan berkualitas sehingga mereka mendapatkan kepuasan terhadap jasa yang diperoleh. Selain itu, tingkat kepuasan juga akan berdampak pada peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap kinerja suatu instansi tersebut. Dalam hal ini, pemerintah mempunyai peran yang penting terhadap keberhasilan pelaksanaan tugas pelayanan masyarakat dengan tujuan dan sasaran pembangunan nasional yang berkesinambungan (numberi,dkk 2023 : 50)

Dengan situasi kompetisi yang semakin menajam, dan persaingan yang semakin ketat khususnya untuk perusahaan jasa gojek. Untuk menjaga posisinya dan bertahan, perusahaan harus memahami karakteristik konsumen mereka dan memahami bagai mana cara untuk memuskan konsumen. Sehingga dengan memahami perilaku dalam proses memenuhi kepuasan konsumen, maka perusahaan akan dapat mempengaruhinya, sehingga konsumen tersebut nantinya akan menggunakan jasa mereka. Harga yang meningkat dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu walaupun harga yang cukup tinggi kita akan menjamin pelanggan yang menggunakan jasa gojek akan merasa puas dengan pelayanan yang kami berikan maka minat untuk menggunakan jasa gojek kembali ada pada pelanggan. Akan tetapi dijamin yang serba canggih ini membuat calon konsumen lebih teliti mengenai harga yang ditawarkan perusahaan, dan yang terjadi jika kita lengah dengan persaingan maka calon konsumen akan beralih. Banyaknya keluhan konsumen yang membuat konsumen menceritakan keluhannya kepada calon konsumen dan mengakibatkan hilangnya calon konsumen. Fenomeni ini tidak

hanya pada perusahaan gojek tetapi di semua perusahaan jasa, jadi kita semua harus tau bahwa mengutamakan kualitas pelayanan itu biar berdampak positif dalam waktu yang lama terhadap majunya suatu perusahaan. Dari paparan diatas begitu banyaknya permasalahan yang membuat visi misi perusahaan tidak akan dapat tercapai dalam waktu dekat. maka penulis ingin meneliti apakah benar seorang konsumen benar-benar memperhatikan harga dan kualitas pelayanan dalam memuaskan kebutuhan konsumen itu sendiri. dari latar belakang inilah penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam lagi tentang pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen gojek (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis unuversitas victory sorong)

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam jurnal ini adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengukur pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Gojek di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Victory Sorong. Lokasi penelitian ini adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Victory Sorong sebagai representasi dari lingkungan konsumen yang menggunakan layanan Gojek. Objek penelitiannya adalah konsumen Gojek di lingkungan tersebut.

Variabel penelitiannya terdiri dari variabel independen yaitu harga dan kualitas layanan, serta variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Jumlah populasi dalam

penelitian ini sebanyak 88 responden yang merupakan konsumen Gojek di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Victory Sorong. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling, di mana responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, dan uji regresi. Uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana instrumen penelitian yang digunakan benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur seberapa konsisten instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang sama. Sedangkan uji regresi digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel independen (harga dan kualitas layanan) dengan variabel dependen (kepuasan konsumen).

Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan observasi dan penggunaan kuesioner. Observasi dilakukan untuk mengamati perilaku konsumen saat menggunakan layanan Gojek, sedangkan kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data mengenai persepsi dan kepuasan konsumen terhadap harga dan kualitas layanan Gojek. Dengan kombinasi teknik pengambilan data ini, penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Gojek di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Victory Sorong

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Data Responden

Tabel 1. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

NO	jenis kelamin	frekuensi	presentasi
1	laki-laki	51	57,95%
2	Perempuan	37	42,05%
	Jumlah	88	100,00%

Sumber : Data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas jumlah responden dalam penelitian ini sebesar 88 responden. Responden dengan jenis kelamin laki – laki sebesar 51 (57,95%) dan responden perempuan sebesar 37 (42,05%).

Tabel 2. Karakteristik berdasarkan usia

no	Usia	frekuensi	presentasi
1	18-20	34	38,64%
2	20-22	35	39,77%
3	22-25	19	21,59%
	Jumlah	88	100,00%

Sumber : Data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas jumlah responden dalam penelitian ini sebesar 88 responden. Responden dengan usia 18 – 20 tahun sebesar 34 (38,64%), responden usia 20 -22 tahun sebesar 35 (39,77%) dan usia 22 -25 tahun sebesar 19 (21,59%).

Tabel 3. Karakteristik berdasarkan semester

no	semester	frekuensi	presentasi
1	2	53	60,23%
2	4	14	15,91%
3	6	18	20,45%
4	8	3	3,41%
	Jumlah	88	100,00%

Sumber : Data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas jumlah responden dalam penelitian ini sebesar 88 responden. Responden dengan semester 2 sebesar 53 (60,23%), responden semester 4 sebanyak 14 (15,91%) , semesteer 6 sebesar 18 (20,45%) dan responden semester 8 sebanyak 3 (3,41%).

Tabel 4. Karakteristik berdasarkan jurusan

no	Jurusan	frekuensi	presentasi
1	Manajemen	37	42,05%
2	ekonomi pembangunan	22	25,00%
3	Akuntansi	29	32,95%
	Jumlah	88	100,00%

Sumber : Data pimer diolah, 2024.

Berdasarkan tabel diatas jumlah responden dalam penelitian ini sebesar 88 responden. Responden berdasarkan jurusan manajemen sebesar 37 (42,05%), responden dengan jurusan ekonomi pembangunan sebanyak 22 (25,00%) dan responden jurusan akuntansi sebanyak 29 (32,95%).

B. Hasil Uji Validitas

Digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut (Ghozali, 2016:52)

Tabel 5. Uji Validitas Variabel Harga (X1)

Item pernyataan	$R - \text{hitung}$	Signifikan	Keterangan
1	0,598	0,000	Valid
2	0,753	0,000	Valid
3	0,695	0,000	Valid
4	0,660	0,000	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2024.

Berdasarkan tabel Uji validitas variabel X1 (Harga) pernyataan 1 sampe 4 dinyatakan Valid karena signifikannya adalah 0,000 berarti dibawah tingkat of significant yaitu 0,05 atau 5%.

Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel kualitas layanan (X2)

Item pernyataan	$R - \text{hitung}$	Signifikan	Keterangan
1	0,655	0,000	Valid
2	0,769	0,000	Valid
3	0,663	0,000	Valid
4	0,682	0,000	Valid
5	0,653	0,000	Valid

Sumber: data primer diolah, 2024.

Berdasarkan tabel Uji validitas variabel X2 (kualitas layanan) pernyataan 1 sampe 5 dinyatakan Valid karena signifikannya adalah 0,000 berarti dibawah tingkat of significant yaitu 0,05 atau 5%.

Tabel 4.7 Uji Validitas variabel kepuasan konsumen (Y)

Item pernyataan	$R - \text{hitung}$	Signifikan	Keterangan
1	0,728	0,000	Valid
2	0,827	0,000	Valid
3	0,713	0,000	Valid

Sumber : data primer diolah, 2024.

Berdasarkan tabel Uji validitas variabel Y (kepuasan konsumen) pernyataan 1 sampe 3 dinyatakan Valid karena signifikannya adalah 0,000 berarti dibawah tingkat of significant yaitu 0,05 atau 5%.

C. Hasil Uji Reabilitas

Uji reliabilitas ini merupakan suatu alat ukur yang dapat menguji suatu kuisoner yang terdapat indikator dari tiap variabel (Ghozali, 2016: 47). Suatu kuisoner akan dikatakan reliabel apabila jawaban dari responden tersebut terhadap suatu pertanyaan atau pernyataan yaitu konsisten dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan menggunakan one shot atau pengukuran sekali. Dengan mengukur menggunakan uji statistik Cronbach Alpha (α). (Ghozali, 2016;48).

Tabel 8 uji Reliabel Variabel X1, X2 dan Y

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Disyaratkan	Keterangan
Variabel X1 (Harga)	0,601	0,60	Reliabel
Variabel X2 (Kualitas layanan)	0,716	0,60	Reliabel
Variabel Y (Kepuasan Konsumen)	0,626	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas, pada hasil uji reliabilitas pada variable X1 croanbach's alphanya adalah 0,601, pada variabel X2 croanbach's alphanya sebesar 0,716, dan variabel Y croanbach's alphanya sebesar 0,626. Dalam penelitian ini dinyatalan reliabel karena Cronbach's Alpha masing-masing variabel lebih besar dari Cronbach's alpha disyaratkan 0,60.

D. Hasil analisis regresi linier berganda

Untuk regresi yang variabel independennya terdiri atas dua, regresinya disebut juga regresi berganda. Persamaan Regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen atau bebas yaitu Pengetahuan Keuangan (X1) dan Sikap Keuangan (X2), terhadap Perilaku Manajemen Keuangan (Y). Rumus matemastis dari regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = kepuasan konsumen

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X1 = harga

X2 = kualitas layanan

e = Standar eror

Tabel 9 Analisis regresi linear berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	7.978	1.488	
	Harga	.132	.085	.164
	Kualitas Layanan	.081	.053	.164
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen				

Sumber : Data primer diolah, 2024.

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 7.978 + 0,132X_1 + 0,081X_2 + e$ Dari persamaan di atas maka dapat .

disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 7.978 diartikan bahwa jika variabel Harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) tidak ada maka telah terdapat nilai kepuasan Konsumen (Y) sebesar 7.978 point.
 2. Nilai koefisien betta harga (X1) 0,132 diartikan bahwa apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Kualitas Pelayanan (X2) maka setiap perubahan satu unit pada variabel Harga (X1) Maka akan mengakibatkan peningkatan pada variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,132 point.
 3. Nilai koefisien betta Kualitas Pelayanan (X2) 0,081 diartikan bahwa apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Harga (X1) maka setiap perubahan satu unit pada variabel Kualitas pelayanan (X2) Maka akan mengakibatkan peningkatan pada variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,081 point.
- Analisis Koefisien Korelasi Tabel 1.17 Hasil Analisis Koefisien Korelasi Secara Parsial Antara Variabel Harga(X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Correlations b Harga (X1) Kepuasan Konsumen (Y) Harga (X1) Pearson

E. Hasil pengujian Hipotesis

- Uji Parsial (T)

Tabel. 10. Tabel Uji

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	5.360	.000
	Harga	1.546	.126
	Kualitas Layanan	1.548	.125
a. Dependent Variable : Kepuasan Konsumen			

Sumber : Data primer diolah, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai T hitung 5.360 Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai p value < Sig. 0,05 atau ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan Konsumen pada mahasiswa vakultas ekonomi dan bisnis universitas victori sorong.

- Uji simultan (F)

Tabel 11. Tabel Uji F

ANOVA ^a			
Model		F	Sig.
1	Regression	2.707	.072 ^b
	Residual		
	Total		
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen			
b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Harga			

Sumber : Data primer diolah, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai F hitung (2.707), hal ini juga diperkuat dengan p value $>$ Sig.0,05 atau ($0,072 > 0,05$). Dengan demikian maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara Harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan Konsumen pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis, universitas victory sorong.

- Uji Determinan Koefisien

Tabel 12. Tabel Uji F

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change
1	.245 ^a	.060	.038	2.07629	.060
a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Harga					
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen					

Sumber : Data primer diolah, 2024

sangat terlihat bahwa R Square adalah 0,060. Berarti diketahui bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas yaitu Harga (X1) dan Kualitas Layanan (X2), terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 6,0% sedangkan sisanya 94,0% ($100-6,0\%$) dipengaruhi oleh variabel – variabel lain di luar variabel yang tidak diteliti.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan terhadap hasil penelitian yang dilakukan dengan analisis regresi berganda. Maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan pada variabel harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online GOJEK pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas victory sorong, hasil ini berdasarkan penelitian yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga dengan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, hipotesis H_1 pada penelitian ini, yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan

terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online gojek pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas victory sorong, hasil ini berdasarkan hipotesis, yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima. Hasil penelitian ini, hanya terbatas dalam variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Gojek (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas victory sorong). Banyak beberapa faktor yang tidak mendukung dalam penelitian ini, seperti tidak dilengkapi dengan gambar grafik yang cukup jelas dalam mengolah data dan responden yang tidak terlalu banyak. Semoga untuk penelitian selanjutnya dapat melengkapi kekurangan dalam penelitian ini, seperti citra merk, promosi dan masih banyak lainnya.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Gojek di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Victory Sorong, beberapa saran yang dapat diberikan adalah:

1. Monitoring Kepuasan Konsumen secara Berkala: Perusahaan dapat melakukan survei kepuasan konsumen secara berkala untuk memahami persepsi dan kebutuhan konsumen secara lebih mendalam. Dengan memahami kepuasan konsumen, perusahaan dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang sesuai dengan harapan konsumen.
2. Kolaborasi dengan Pihak Terkait: Perusahaan dapat melakukan kerjasama dengan pihak terkait seperti universitas atau lembaga pendidikan untuk meningkatkan pemahaman konsumen terhadap layanan yang ditawarkan. Kolaborasi ini dapat membantu dalam meningkatkan citra perusahaan dan memperluas jangkauan pasar.
3. Terus Mengembangkan Inovasi: Perusahaan dapat terus mengembangkan inovasi dalam layanan yang ditawarkan, baik dari segi teknologi maupun fitur tambahan yang dapat meningkatkan nilai tambah bagi konsumen. Dengan terus berinovasi, perusahaan dapat tetap relevan dan bersaing di pasar yang terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Haryoko, U. B., Pasaribu, V. L. D., & Ardiyansyah, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer). *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1).
- Irawan, D. T. B., & Satrio, B. (2015). Pengaruh produk, harga, saluran distribusi dan promosi terhadap keputusan pembelian mobil avanza. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(9).
- Manis, F. A., Sonani, N., & Fitrianti, D. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Teller terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank BTN Kantor Cabang Pembantu Jampang.
- Muhsin, M., & Engkus, E. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Dalam Tata Kelola Sampah Di Kabupaten Sumedang. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(1), 33-42.
- Numberi Abraham Yedutun Calvin, Ratna Rosmauli Pakpahan, Susana Magdalena Arce. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Publik Pada Era New Normal Di Kantor Kelurahan Klabulu Distrik Malaisimsa Kota Sorong. *jurnal badati*, 8(1).
- Purnawijaya, F. M. (2019). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Fasilitas Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kedai 27 Di Surabaya. *Agora*, 7(1).
- Pratama, M. S. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pengguna Smartphone Xiaomi pada mahasiswa STIE Indonesia)
- Pangesti, E. N., Resmi, S., & Utami, A. M. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Badan Penyelenggaraan Jaminan Sosial Ketenagakerjaan Gunungkidul. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(1), 16-26.
- Sulistiyan, R. T., Hamid, D., & Azizah, D. F. (2015). Pengaruh fasilitas wisata dan harga terhadap kepuasan konsumen (Studi pada Museum Satwa). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 25(2).

- Saragih, D. Y., & Panjaitan, N. J. (2018). Peningkatan Kualitas Layanan Untuk Kepuasan Pelanggan Hotel. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 1(1), 43-51.
- Muhsin, M., & Engkus, E. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Dalam Tata Kelola Sampah Di Kabupaten Sumedang. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(1), 33-42