PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Asharudin Arief Hidayat¹, Heri Prasetyo²

asharudin317@gmail.com¹, heriparasucy@gmail.com²

Universitas Cokroaminoto Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan persewaan alat teknik dan konstruksi POJATEK. Pengukuran dilakukan melalui uji signifikansi parsial (uji t) dan simultan (uji F), dengan teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Populasi penelitian mencakup seluruh pelanggan POJATEK yang menyewa alat teknik dan konstruksi pada periode 1 Maret hingga 30 April 2025. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling sebanyak 109 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} (4,403) > t_{tabel} (1,659)$. Kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} (9,204) > t_{tabel} (1,659)$. Secara simultan, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, ditunjukkan oleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan $F_{hitung} (209,819) > F_{tabel} (2,470)$. Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 2,131 + 0,034 (X1) + 0,636 (X2)$. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,795 menunjukkan bahwa kedua variabel independen memberikan kontribusi sebesar 79,5% terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality and product quality on customer satisfaction at POJATEK, a technical and construction equipment rental company. Measurements were conducted using partial significance testing (t-test) and simultaneous significance testing (F-test), with data analysis carried out through multiple linear regression. The population includes all POJATEK customers who rented equipment during the period from March 1 to April 30, 2025. The sampling technique used was purposive sampling, with a total of 109 respondents. The results show that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a significance value of $0.000 < 0.05$ and a t-value $(4.403) > t\text{-table} (1.659)$. Product quality also has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a significance value of $0.000 < 0.05$ and a t-value $(9.204) > t\text{-table} (1.659)$. Simultaneously, service quality and product quality have a significant effect on customer satisfaction, as shown by a significance value of $0.000 < 0.05$ and an F-value $(209.819) > F\text{-table} (2.470)$. The resulting multiple linear regression equation is $Y = 2.131 + 0.034 (X1) + 0.636 (X2)$. The coefficient of determination (R^2) is 0.795, indicating that the two independent variables contribute 79.5% to customer satisfaction, while the remaining 20.5% is influenced by other unexamined factors.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Perkembangan sektor infrastruktur di Indonesia menunjukkan tren yang semakin positif, ditandai dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan fasilitas publik yang layak dan memadai. Perusahaan persewaan alat teknik dan konstruksi berperan penting dalam mendukung proses pembangunan, terutama melalui penyediaan alat berat yang dibutuhkan dalam berbagai proyek. Namun, persaingan dalam industri ini semakin ketat seiring meningkatnya jumlah penyedia jasa sewa alat. Untuk dapat bertahan dan bersaing, perusahaan perlu fokus pada dua aspek penting, yaitu kualitas pelayanan dan kualitas

produk yang disewakan.

Pelayanan dan kepuasan konsumen merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dan memenangkan persaingan. Maka dari itu perusahaan harus terlibat langsung dalam pemenuhan kebutuhan dan kepuasan konsumen, hal ini harus mendapat prioritas utama dibanding dengan mendapat pelanggan baru, upaya yang dilakukan dalam memuaskan konsumen terhadap keberhasilan badan usaha untuk mencapai tujuan tergantung bagaimana pemasar membuat tanggapan kepuasan konsumen terpenuhi. (Novianto & Prasajo, 2024)

Berbagai penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Meski demikian, belum banyak penelitian yang secara spesifik mengkaji pengaruh kedua variabel tersebut dalam konteks perusahaan persewaan alat teknik dan konstruksi seperti POJATEK. Hal ini menunjukkan adanya celah penelitian yang perlu diisi untuk memberikan gambaran lebih spesifik dan kontekstual terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di sektor ini.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan persewaan alat teknik dan konstruksi POJATEK. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam upaya peningkatan layanan dan produk di industri sewa alat teknik dan konstruksi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan persewaan alat teknik dan konstruksi POJATEK. Desain penelitian ini bersifat asosiatif, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antar variabel independen dan dependen.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan POJATEK yang menyewa alat teknik dan konstruksi selama periode 1 Maret hingga 30 April 2025, dan telah menyelesaikan proses pengembalian alat. Berdasarkan data perusahaan, total populasi sebanyak 150 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan jumlah sampel sebesar 109 responden, ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form. Kuesioner menggunakan skala likert 1-5 untuk mengukur tingkat respon pelanggan terhadap kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan, Instrumen penelitian diuji terlebih dahulu validitas dan reliabilitasnya menggunakan SPSS versi 20 untuk memastikan setiap butir pertanyaan mampu mengukur variabel secara akurat dan konsisten.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan. Uji parsial dilakukan menggunakan uji-t, sedangkan uji simultan menggunakan uji-F, dengan tingkat signifikansi 5%. Selain itu, digunakan uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur besarnya kontribusi kedua variabel independen terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data dalam penelitian ini diolah dengan menggunakan program SPSS versi 20. Hasil pengujian validitas dan reliabilitas instrument untuk variabel X (Kualitas pelayanan dan Kualitas produk), terhadap variabel Y (Kepuasan pelanggan) telah memenuhi syarat

validitas dan reliabilitas.

1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk melihat tingkat signifikansi dari masing-masing pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil perhitungan dengan menggunakan rumus regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS versi 25 dapat diperoleh hasil pada tabel berikut :

Tabel 1
Hasil uji regresi linier berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.131	2.359		-.904	.368
Kualitas Pelayanan	.381	.086	.304	4.403	.000
Kualitas Produk	.671	.073	.636	9.204	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data primer yang diolah 2025

Nilai koefisien regresi yang digunakan adalah Standardized Coefficients. Berdasarkan nilai tersebut maka dapat dibuat persamaan linier sebagai berikut :

$$Y = 2.131 + 0,304 (X1) + 0,636 (X2)$$

Persamaan regresi linier berganda diatas dapat diartikan bahwa :

- Koefisien regresi variabel kualitas Pelayanan bernilai positif sebesar 0,304. Hal ini dapat menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Artinya semakin baik kualitas Pelayanan maka semakin tinggi Kepuasan Pelanggan
- Koefisien regresi variabel Kualitas Produk bernilai positif sebesar 0,636. Hal ini dapat menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan, Artinya semakin baik Kualitas Produk yang disewakan maka semakin tinggi Kepuasan Pelanggan.

1. Uji Parsial (uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat secara parsial atau terpisah. Dengan tingkat kepercayaan = 95% atau $(\alpha) = 0,05$. Jika nilai t hitung > t tabel, maka terdapat pengaruh signifikan sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Perhitungan rumus derajat kebebasan (df) menggunakan rumus :

$$df = n - k$$

dimana n = jumlah sampel, k = jumlah variable maka $df = 109 - 3 = 106$

Berdasarkan tabel distribusi t dengan (a) 0,05 dan df 106, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,659.

Hasil output untuk uji statistik t dilihat dari tabel 2 berikut :

Tabel 2
Hasil uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.131	2.359		-.904	.368
Kualitas Pelayanan	.381	.086	.304	4.403	.000
Kualitas Produk	.671	.073	.636	9.204	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data primer yang diolah 2025

Dilihat dari tabel 2 diatas, masing-masing nilai t hitung dan signifikansi variabel bebas. Diketahui nilai t tabel 1,659 pada signifikansi 0,05. Dengan demikian diperoleh hasil:

- a) Uji hipotesis Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, maka diperoleh nilai t hitung sebesar 4,403 > t tabel 1,659 (nilai t tabel untuk n = 109 dan signifikansi 0,05) dengan hasil signifikan sebesar 0,000 < 0,05. Dengan demikian Ha diterima yang artinya kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
- b) Uji hipotesis Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, maka diperoleh t hitung sebesar 9,204 > t tabel 1,659 (nilai t tabel untuk n = 109 dan signifikansi 0,05) dengan hasil signifikan sebesar 0,000 < 0,05. Dengan demikian Ha diterima yang artinya Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

2. Uji F (Simultan)

Uji F pada dasarnya dilakukan untuk mengetahui secara simultan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen berikut Hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3
Hasil uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	3001.189	2	1500.594	209.819	.000 ^b
Residual	758.096	106	7.152		
Total	3759.284	108			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data primer yang diolah 2025

Berdasarkan hasil Uji F pada tabel diatas, menunjukkan nilai F hitung sebesar 209.819 dengan nilai F tabel ($df = n - k$) $109 - 3 = 106$ sebesar 2,68 sehingga $F \text{ hitung } 209.819 > F \text{ tabel } 2,47$ dan probabilitas signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Karena probabilitas signifikansinya kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti dapat dikatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan pelanggan.

3. Uji Koefisiensi determinasi (R^2)

untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh variabel kualitas Pelayanan (X1), dan Kualitas Produk (X2) mampu menjelaskan keputusan pembelian (Y). koefisiensi determinasi ini ditunjukkan oleh besarnya Adjusted R Square (R^2). Bentuk regresinya sebagai berikut :

Tabel 4
Koefisiensi determinasi (R^2)

Model Summary					
Model	M	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	3 ^a	.89	.798	.795	2.67429

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data primer yang diolah 2025

Berdasarkan tabel di atas, didapatkan koefisien determinasi (Adjusted R Square) yaitu sebesar 0,795 yang variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan Kualitas produk memberi kontribusi pengaruh sebesar 79,5% terhadap kepuasan Pelanggan. Sedangkan sisanya 21,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan mengangkat 2 variabel bebas yang diteliti yaitu Kualitas Pelayanan dan kualitas produk dalam pengaruhnya terhadap Kepuasan pelanggan Pada perusahaan persewaan alat teknik dan konstruksi POJATEK. dengan hasilnya sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai t hitung sebesar $4.403 > t \text{ tabel } 1,659$ (nilai t tabel untuk $n = 109$ dan signifikansi 0,05) dengan hasil signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan hipotesis kualitas pelayanan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi tingkat Kepuasan pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa dengan meningkatkan indikator – indikator dari kualitas pelayanan seperti Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, dan Empati.

Perusahaan persewaan alat teknik POJATEK dapat menciptakan perbedaan kualitas pelayanan dari para pesaing lainnya. Pelanggan juga akan merasa dihargai dan senang apabila perusahaan mementingkan kualitas pelayanan yang diberikan karena mereka mengharapkan pelayanan terbaik dari setiap penyedia jasa. Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ainul Tria Lestari dan Khalid Iskandar (2021) bahwa secara bersama sama variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai t hitung sebesar $9.204 > t$ tabel 1,659 (nilai t tabel untuk $n = 109$ dan signifikansi 0,05) dengan hasil signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan hipotesis kualitas produk bahwa semakin baik kualitas produk yang diberikan maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa dengan meningkatkan indikator – indikator dari kualitas produk seperti kinerja, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, fitur, dan estetika.

perusahaan persewaan alat teknik dan konstruksi POJATEK dapat menciptakan perbedaan kualitas produk dari para pesaing lainnya. pelanggan sangat mementingkan kualitas produk karena mereka mengharapkan kualitas terbaik dari produk yang disewanya. Kualitas produk yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Karena kualitas secara langsung mempengaruhi kinerja produk. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Mahira, Prasetyo Hadi, dan Heni Nastiti (2021) bahwa Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar $209,819 > t$ tabel 1,659 (nilai t tabel untuk $n = 109$ dan signifikansi 0,05) dengan hasil signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan hipotesis kepuasan pelanggan bahwa semakin baik kualitas pelayanan dan kualitas produk yang diberikan maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

Hal ini mengindikasikan bahwa dengan meningkatkan indikator – indikator dari kepuasan pelanggan seperti perasaan puas, selalu membeli produk, akan merekomendasikan ke orang lain, dan terpenuhinya harapan pelanggan. Pelanggan yang merasa puas tentu akan melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa yang ditawarkan bahkan pelanggan tersebut juga akan merekomendasikan produk atau jasa yang ditawarkan kepada orang lain sehingga perusahaan akan lebih dikenal dan dipercaya terhadap produk yang ditawarkan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Mahira, Prasetyo Hadi, dan Heni Nastiti (2021) bahwa Kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan persewaan alat teknik dan konstruksi POJATEK. Secara parsial, kedua variabel tersebut terbukti memiliki kontribusi nyata terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang ditunjukkan melalui keandalan, responsivitas, empati, jaminan, dan bukti fisik, serta kualitas produk yang mencakup kinerja, daya tahan, kesesuaian spesifikasi, dan fitur yang ditawarkan, merupakan faktor dominan dalam membentuk persepsi positif pelanggan. Secara simultan, kedua variabel tersebut menjelaskan hampir 80% dari variabilitas kepuasan pelanggan, menunjukkan pentingnya pengelolaan kualitas dalam konteks bisnis jasa penyewaan alat berat.

Sebagai tindak lanjut dari temuan ini, perusahaan disarankan untuk terus memperbaiki kualitas layanannya melalui pelatihan karyawan, respons cepat terhadap keluhan, serta memastikan alat-alat yang disewakan berada dalam kondisi prima dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Fokus pada pemeliharaan alat dan pelayanan pasca sewa juga menjadi hal penting dalam menciptakan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan, di antaranya hanya dilakukan pada satu perusahaan dan dalam periode waktu yang relatif singkat. Oleh karena itu, generalisasi hasil sebaiknya dilakukan dengan hati-hati. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar mencakup perusahaan sejenis lainnya, menambah variabel seperti harga atau citra perusahaan, serta memperluas periode pengumpulan data guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan di industri persewaan alat teknik dan konstruksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Elidasari, D., & Prasetyo, H. (2023). Pengaruh Produk dan Nilai dengan Perspektif Islam dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Competency of Business*, 7(2), 1–11.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Lestari, A. T., & Iskandar, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Bank BTN Cabang Tegal. *JECMA (Journal of Economics and Management)*, 3(1), 1–9. <https://jurnal.umus.ac.id/index.php/jecma/article/view/513/313>
- Mahira, H., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *KORELASI: Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 2(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *JIBM: Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134–146.
- Novianto, R., & Prasojo, E. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Competency of Business*, 8(1), 30–38.
- Pasaribu, B., Herawati, A., Utomo, K. W., & Aji, R. H. S. (2022). *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*. MEDIA EDU PUSTAKA. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/65013/1/Metodologi%20Penelitian.pdf>
- Purwanto. (2018). Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian Ekonomi Syariah. *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*, (Desember).
- Rahayu Tanama, B. (2017). *Manajemen Pemasaran Modern*. Universitas Udayana. <https://doi.org/10.62083/qnafzs58>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.
- Septiani, M., Afni, N., & Andharsaputri, R. L. (2019). Perancangan Sistem Informasi Penyewaan Alat Berat. *JUSIM: Jurnal Sistem Informasi Musirawas*, 4(2), 127–135. <https://doi.org/10.32767/jusim.v4i02.639>
- Sriyanto, A., & Utami, D. A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Dadone di Jakarta. *Ekonomika dan Manajemen*, 5(2), 163–175.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2020). *Metodologi Penelitian*. Pustaka Baru Press.
- Suyono, M. S. (2012). *Analisis Regresi untuk Penelitian*. Deepublish.
- Wijayanto, E. P., & Rozi, F. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Transportasi Online. *IKON: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(3), 235–250. <https://doi.org/10.37817/ikon.v27i3.2611>
- Yulia, Farida, Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. CV Budi Utama.