

Pengaruh Mutu Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung

Ah Khafid Fiqih A *)
Budi Wahono **)
Khalikussabir ***)
Email : fiqihkhafid@gmail.com
Universitas Islam Malang

Abstract

This study aims to determine the effect of service quality and price on visitor satisfaction, the sample of this study is Mystic Coffee visitors. Data collection using a questionnaire, data analysis using validity test, reliability test, normality test, multiple linear analysis, F statistic test and t statistic test, coefficient of determination test in IBM Social Sciences Statistical Package (SPSS) Version 16.0

From the results of calculations with SPSS which is a variable of service quality and price simultaneously and significantly to visitor satisfaction. While partially the service quality and price variables have a positive and significant effect on visitor satisfaction.

Keywords: *Effect of Service Quality and Price on Visitor Satisfaction*

Pendahuluan

Latar Belakang

Kota Malang merupakan kota terbesar kedua setelah Kota Surabaya di propinsi Jawa Timur. Kota ini terletak disebelah selatan kota Surabaya disebelah barat kota Pasuruan dan disebelah utara kota Blitar. Malang memiliki hawa sejuk sehingga sangat baik untuk tempat tinggal bagi orang yang ingin mendapatkan kedamaian. Disamping kota Malang sebagai tempat tinggal nan indah, tetapi juga Kota Malang menjadi tempat belajar atau menuntut ilmu hal ini tentunya akan berdampak pada banyaknya jumlah mahasiswa yang berada di Kota Malang. Hal ini merupakan peluang bagi sebagian orang untuk membuka usaha kuliner, karena peminat kuliner semakin banyak. Banyak sekali tempat kuliner yang ada disini terutama café-café yang menjual minuman ringan/ Salah satu tempat kuliner di Kota Malang adalah Mystic coffe. Keberadaan Mystic Coffe tentunya menambah jumlah café yang berada di kota malang sehingga akan menambah persaingan dengan café-café yang lain. Besarnya tingkat persaingan antara cafe satu dengan cafe yang lain menuntut pihak pengelola untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumennya. Hal ini juga disadari oleh pengelola dengan cara meningkatkan mutu pelayanan agar pembeli tidak pindah ke tempat yang lain. Pengelola sudah berupaya sekuat tenaga menjaga mutu pelayanan yang diberikan kepada pembeli yaitu dengan selalu memberikan pelayanan yang terbaik.

Mutu Pelayanan yang diberikan oleh Mystic Coffe, Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, pada dasarnya sebagai tempat berkumpulnya para anak muda terutama mahasiswa dan mahasiswi dengan memberikan nuansa yang baik untuk para kaum muda, musik-musik yang ditampilkan juga bernuansa anak muda. Pelayanan yang diberikan dimulai dari kedatangan mereka di lokasi cafe, kemudian dilanjutkan di ruang tempat mereka makan dan minum dilayani dengan cepat sehingga mereka tidak menunggu terlalu lama.

masyarakat menurun, sehingga mereka .tidak bisa mengakses layanan

pengunjung yang lebih mahal. Hal itu sesuai dengan pendapat yang mengatakan bahwa sebagian besar fasilitas layanan pengunjung yang digunakan oleh masyarakat dari golongan strata bawah dan menengah adalah fasilitas pengunjung yang terjangkau oleh mereka. Masyarakat tersebut tidak dapat membandingkan tempat layanan pengunjung yang mereka manfaatkan dengan tempat layanan pengunjung yang lain, sehingga mereka akan memanfaatkan kembali tempat layanan pengunjung tersebut. Masalah harga juga menjadi pertimbangan pengelola café didalam memberikan kepuasan terhadap para pengunjungnya. Harga yang ditawarkan pada pengunjung sudah mempertimbangkan banyak hal, diantaranya kualits produk, harga pesaing biaya produksi sehingga penetapan harga tidak akan berdampak pada kerugian pengelola.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka untuk mengetahui bagaimana layanan yang diberikan dan harga yang ditetapkan oleh Mystic Coffe, Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang terkait dengan kepuasan pengunjung, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul: **Pengaruh Mutu Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung di Mystic Coffee Merjosari Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang .**

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah mutu pelayanan dan harga berpengaruh simultan terhadap kepuasan pengunjung di Mystic Coffe, Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang ?
2. Apakah mutu pelayanan berpengaruh parsial terhadap kepuasan pengunjung diMystic Coffe, Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Mystic Coffe Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang ?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah mutu pelayanan dan harga berpengaruh simultan terhadap kepuasan pengunjung di Mystic Coffe, Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah mutu pelayanan berpengaruh parsial terhadap kepuasan pengunjung di Mystic Coffe, Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Mystic Coffe Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang.

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Pengelola Cafe.

Sebagai bahan masukan untuk menentukan langkah-langkah dan strategi berikutnya dalam upaya meningkatkan mutu pelayanan di cafe

2. Bagi Peneliti

- a. Menambah wawasan tentang mutu pelayanan dan harga kafe khususnya Mystic Coffe, Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang.

- b. Menambah wawasan tentang tingkat kepuasan pengunjung di Mystic Coffee, Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang.

Tinjauan Pustaka

Harga

Menurut Kotler dan Amstrong (2013) adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang dan jasa atau jumlah dari nilai uang yang diutukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut Kotler (2012) harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk tersebut. Sebagai salah satu elemen bauran pemasaran, harga membutuhkan pertimbangan cermat.

Kepuasan Pengunjung

Menurut Kotler & Keller dalam Setiawan, dkk (2016:3). Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka. Menurut Sunyoto, Danang (2015: p.140). Kepuasan pelanggan merupakan salah satu alasan dimana konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat. Apabila pelanggan merasa puas dengan suatu produk, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahukan orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut.

Hubungan Antar Variabel

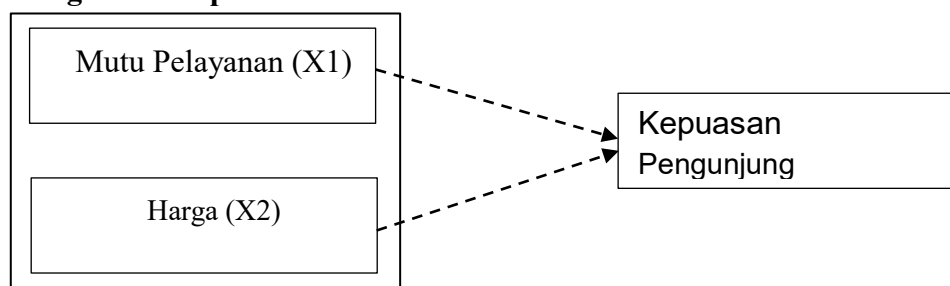
Hubungan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Basir *et al* (2015). Harga memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pertimbangan utama yang mempengaruhi pelanggan bersedia menggunakan layanan meliputi kepuasan pelanggan, kualitas layanan, orientasi layanan dan penetapan harga dalam menentukan jenis layanan yang digunakan. Tingginya harga merupakan faktor penyebab ketidakpuasan pelanggan sehingga pelanggan enggan untuk menggunakan layanan yang diberikan perusahaan.

Hubungan Mutu Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian Yuen dan Thai (2015) yang menyatakan adanya hubungan yang signifikan antara masing-masing dimensi kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan. Mengingat persaingan yang semakin ketat di industri bisnis, memberikan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi sangat penting untuk mempertahankan bisnis. Salah satu cara untuk membedakan layanan perusahaan dari pesaingnya adalah dengan menawarkan layanan berkualitas tinggi.

Kerangka Konseptual



Hipotesis

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan landasan teori maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bahwa mutu pelayanan dan harga berpengaruh simultan terhadap kepuasan pengunjung.
2. Bahwa berpengaruh mutu pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengunjung.
3. Bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

Metode Penelitian

Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

penelitian ini adalah metode survey. Metode ini dimaksudkan bahwa penelitian ini mengambil sample dari populasi dan menggunakan kuisionar (daftar pertanyaan) sebagai instrument pengumpulan data utama. Selain itu juga dilakukan wawancara secara mendalam untuk melengkapi data yang di perlukan. Penelitian ini mengambil lokasi di Mystic Coffe, Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang. Waktu penelitian di rencanakan selama 3 bulan yaitu mulai bulan Juni 2021 sampai dengan bulan Agustus tahun 2021.

Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang berkunjung ke Mystic Coffee, Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang dalam kurun waktu penelitian 3 bulan. Yaitu sebanyak 1376 pengunjung. Sampel dari populasi berjumlah 1376 pelanggan ke Mystic Coffe Dinoyo Lowokwaru Kota Malang dengan tarif kesalahan 10% maka sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah sebanyak 93,22 dibulatkan menjadi 93 responden.

Definisi Operasional Variabel

Menurut Nazir (2014:110) Definisi operasional variable adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variable atau konstruk dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur kontrak atau variable tersebut. Berikut adalah definisi operasional variable dalam penelitian ini adalah :

a. Mutu Pelayanan (X1)

Mutu Pelayanan adalah kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada pelanggan. Adapun indikatornya adalah sebagai berikut :

1. Daya Tanggap
2. Keandalan
3. Jaminan
4. Emphaty
5. Bukti langsung

b. Harga (X2)

Harga merupakan suatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang atau jasa mengenai sejumlah uang yang akan diberikan untuk mendapatkan manfaat yang diinginkan atas nominal tersebut. Adapun indikator dari harga adalah sebagai berikut :

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

c. Kepuasan Pengunjung (Y)

Kepuasan adalah tingkat perasaan setelah membandingkan hasil yang dirasakan dengan harapannya. Adapun indikatornya adalah sebagai berikut :

1. Kesesuaian spesifikasi produk yang diharapkan
2. Ukuran usia pada saat operasi dalam kondisi normal
3. Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan.

Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2018:142) angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Penggunaan kuesioner ini di harapkan dapat memudahkan responden dalam menjawab pertanyaan yang diajukan oleh peneliti, karena alternatif jawabannya telah disediakan. Hasil kuesioner ini akan dihitung menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapa, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian ataupun fenomena sosial,

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitin ini adalah metode dengan *statistik deskriptif* dan *statistik infrensial parametrik* dengan bantuan SPSS. Analisis ini ditujukan untuk memperkirakan besarnya pengaruh dari perubahan satu atau beberapa kejadian lainnya dengan menggunakan dasar pendekatan *statistik*.

Hasil Dan Pembahasan

Uji Validitas

Item	<i>r product moment</i>	Sig	Keterangan
Mutu Pelayanan (X_1)			
$X_{1.1}$	0,851	0,000	Valid
$X_{1.2}$	0,887	0,000	Valid
$X_{1.3}$	0,859	0,000	Valid
$X_{1.4}$	0,871	0,000	Valid
$X_{1.5}$	0,828	0,000	Valid
Harga (X_2)			
$X_{2.1}$	0,874	0,000	Valid
$X_{2.2}$	0,908	0,000	Valid
$X_{2.3}$	0,908	0,000	Valid
$X_{2.4}$	0,751	0,000	Valid
Kepuasan Pengunjung			
Y_1	0,913	0,000	Valid
Y_2	0,900	0,000	Valid
Y_3	0,931	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2021

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat dilihat bahwa semua pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dalam penelitian ini atau dikatakan valid. Dalam hal ini dapat dibuktikan dengan adanya keterangan hasil pengujian tingkat signifikansi atau kolom sig < 0,05.

Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Koefisien Alpha	Keterangan
1.	X ₁	0,910	<i>Reliable</i>
2.	X ₂	0,884	<i>Reliable</i>

Sumber: Data primer diolah, 2021

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji *reliabilitas* pada Tabel 4.9 menunjukkan bahwa seluruh item variabel yang digunakan adalah *reliable*, yaitu dimana untuk masing-masing item variabel mempunyai nilai *Alpha Cronbach* untuk X₁ sebesar 0,910, untuk X₂ sebesar 0,884. Artinya bahwa alat ukur ini mampu menghasilkan data yang dapat dipercaya.

Uji Normalitas

Variabel	<i>Kolmogorov Smirnov Z</i>	Nilai kritis	Ket.
Mutu Pelayanan (X ₁)	0,283	> 0,05	Normal
Harga (X ₂)	0,223	> 0,05	Normal
Kepuasan Pengunjung (Y)	0,274	> 0,05	Normal

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan Tabel 4.10 diketahui bahwa nilai signifikansi dari hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* yaitu untuk X₁ sebesar 0,283, X₂ sebesar 0,223 dan untuk Y sebesar 0,274. Berdasarkan syarat bahwa nilai signifikansi dari hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* harus lebih besar dari 0,05.

Uji Multikolinearitas

No.	Variabel	<i>Colineary Statistic</i>	
		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1.	X ₁	0,294	4,557
2.	X ₂	0,291	4,571

Sumber: Data primer diolah, 2021

Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* sebesar untuk X₁ sebesar 0,294, X₂ sebesar 0,294, serta nilai *VIF* untuk X₁ sebesar 4,557, X₂ sebesar 4,571. Berarti dalam penelitian ini model regresi memenuhi pedoman model regresi yang bebas dari *multikolinearitas* karena syarat model regresi yang bebas *multikolinearitas* yaitu mempunyai nilai *VIF* < 10 dan angka *tolerance* < 1. Sehingga model regresi ini sudah dapat dikatakan baik dan layak untuk penelitian.

Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (constant)	1,189	,517		2,299	,002
Mutu_Pelayanan	,116	,048	,517	2,430	,002
Harga	-,178	,056	-,676	-3,177	,000

Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 4.12 diatas terlihat bahwa mutu pelayanan 2,430 dan harga 3,177 dengan nilai sig 0,002 dan 0,000. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa model tidak terkena heteroskedastisitas.

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
X ₁	0,313	0,070	0,420	2,888	0,001
X ₂	0,530	0,083	0,692	6,399	0,000
(Constant)	0,790				
R	0,877				
R Square	0,769				
Adjusted R ²	0,764				
F _{hitung}	150,047				
Sig.	0,000				

Sumber: Data primer diolah, 2021

Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Dari hasil regresi diatas maka dapat disusun persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,790 + 0,313 X_1 + 0,530 X_2$$

Berikut inteprestasi hasil analisis sebagaimana pada Tabel 4.13:

- Konstanta (a) = 0,790 hal ini berarti jika variabel bebas mutu pelayanan dan harga bernilai nol, maka kepuasan pengunjung sebesar 0,790.
- Koefisien (b₁) = 0,313, hal ini berarti jika variabel mutu pelayanan (X₁) meningkat dan variabel bebas yang lain dianggap konstan, maka kepuasan pengunjung meningkat sebesar 0,313 satuan. Koefisien yang bertanda positif mengindikasikan bahwa peningkatan mutu pelayanan akan meningkatkan kepuasan pengunjung.

- c. Koefisien (b_2) = 0,530, hal ini berarti jika variabel harga (X_2) meningkat dan variabel bebas yang lain dianggap konstan, maka kepuasan pengunjung meningkat sebesar 0,530 satuan. Koefisien yang bertanda positif mengindikasikan bahwa peningkatan harga akan meningkatkan kepuasan pengunjung.

Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	268,324	2	134,162	150,047	,000 ^a
	Residual	80,472	90	,894		
	Total	348,796	92			

a. Predictors: (Constant), Harga, Mutu_Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Pengunjung

Tabel 4.14 Hasil Simultan (Uji F)

Berdasarkan Tabel 4.14 tersebut dapat diketahui bahwa nilai F hitung adalah sebesar 150,047 sedangkan nilai F tabel 2,8432. Jadi $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau signifikan $F < 5\%$ ($0,000 < 0,005$). Artinya bahwa secara bersama-sama (simultan) kedua variabel tersebut berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung atau dengan kata lain $H1_a$ diterima dan $H1_0$ ditolak.

Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,790	,388		1,164	,002
	Mutu_Pelayanan	,313	,070	,420	2,888	,001
	Harga	,530	,083	,692	6,399	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pengunjung

Tabel 4.15 Hasil Parsial (Uji t)

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda seperti yang ada pada Tabel 4.15. Bahwa variabel mutu pelayanan (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengunjung. Adanya pengaruh ini dapat dilihat pada Tabel 4.15 pada t hitung sebesar 2,888. Dilihat dari signifikansi $< 0,05$ yakni sebesar 0,001, maka variabel mutu pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

Implikasi Hasil Penelitian

Pengaruh Mutu Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung

Mutu Pelayanan merupakan tingkat keunggulan dalam memenuhi keinginan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi mutu pelayanan yang diperoleh pengunjung maka kepuasan pengunjung akan meningkat. Pelayanan berarti seberapa jauh perbedaan kenyataan dan harapan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Mutu pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang benar-benar mereka terima. Jika mutu pelayanan tersebut baik maka pengunjung akan membuat keputusan untuk membeli kembali produk tersebut. Hasil

penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2016) Sulistia (2017).

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung

Hal ini menunjukkan bahwa semakin bersaingnya harga yang ditawarkan oleh Mystic Coffe maka kepuasan pengunjung akan meningkat. Harga dilihat dari sudut pandang pembeli, seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Hal ini juga dinyatakan oleh Kotler dan Armstrong (2008) yang mengungkapkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Triaguna (2015) dan pamungkas (2016).

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara daya tanggap, kehandalan, jaminan, empati dan bukti langsung terhadap kepuasan pengunjung di Mystic Coffee Merjosari Kota Malang. Berdasarkan hasil analisis pada bab-bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa secara simultan mutu pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.
2. Secara parsial atau sendiri-sendiri variabel mutu pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Mystic Coffee Merjosari Kota Malang.
3. Secara parsial atau sendiri-sendiri variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Mystic Coffe Merjosari Kota Malang.

Keterbatasan

1. Penelitian ini hanya dilakukan di salah satu cafe yang ada di Kota Malang yang Konsumennya sangat terbatas sekali.
2. Waktu penelitiannya sangat singkat karena dalam masa pandemic Covid 19 sehingga data yang dikumpulkan kurang memberikan hasil penelitian yang maksimal.

Saran

Berdasarkan hasil analisis tersebut maka dapat diberikan beberapa saran-saran sebagai berikut:

- a. Hendaknya pengelola cafe lebih memperhatikan masalah kenyamanan dan keindahan tempat cafe karena dengan memperhatikan hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan pengunjung.
- b. Bagi peneliti berikutnya yang akan mengambil topik penelitian yang sama hendaknya perlu menambah variabel lain dan waktu penelitian yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung.

Daftar Pustaka

- Ardiyanto, Elvinaro. 2014. *Metodelogi Penelitian untuk Public Relations. Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, Suharsimi. 2015. *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Assauri, S., 2015. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada
- Basir, M., Modding, B., Kamase, J., & Hasan, S. (2015). Effect of service quality, orientation services and pricing on loyalty and customer satisfaction in marine

- transportation services. *International Journal of Humanities and Social Science Invention*, 4(6), 1±6
- Bungin, Burhan. 2014. *Peenelitian Kuanlitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Dauda, S. Y., & Lee, J. (2016). Quality of service and customer satisfaction: a conjoint analysis for the Nigerian bank customers. *International Journal of Bank Marketing*, 34(6), 841±867.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius chandra. 2016. Service, Quality & satisfaction. Yogyakarta. Andi.
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran. Edisi 4: Andi
- Ferdinand, Augusty. 2015. Metode Penelitian Manajemen. BP Universitas Diponegoro.Semarang.
- Ghozali. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS2. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati. 2012. Dasar-dasar ekonometrika. Buku Kedua. Edisi Kelima. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong.2016. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). Marketing Management, (16th Edition), New Jersey: Prentice Hall Published.
- Lupiyoadi, 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, Penerbit Selemba Empat, Jakarta.
- Pamungkas, A. S. (2015). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL RESMI YAMAHA MATARAM SAKTI LUMAJANG* (Doctoral dissertation, STIE Widya Gama Lumajang).
- Priyono, Achmad A, (2015). *Analisis Data Dengan SPSS*. Malang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang.
- Santoso, Singgih. (2015). *Menguasai Statistik Multivariat*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Setyo W. F. (2019). Analisis pengaruh e-service quality dan perceived service value terhadap kepuasan pelanggan tokopedia. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(1), 148-166.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistia, N. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga service terhadap kepuasan pelanggan bengkel di dealer resmi yamaha CV. Sumber Mulia Motor Kota Blitar (*Doctoral dissertation*, STIE Kesuma Negara Blitar).
- Sunyoto, Danang. 2015. Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (*Cetakan Pertama*). Yogyakarta: CAPS (*Center for Academic Publishing Service*).
- Supranto. (2016). *Statistik Teori dan Aplikasi Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga
- Setiawan, P. Y. B., Fudholi, A., & Satibi, S. (2016). Pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan dan Loyalitas pelanggan produk. *JURNAL MANAJEMEN DAN PELAYANAN FARMASI (Journal of Management and Pharmacy Practice)*, 6(2), 115-124.
- Swastha, Basu & Irwan. (2014). Manajemen Pemasaran Modern. Edisi Kedua Yogyakarta. *Liberty Offset*.
- Triaguna, (2015) *Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen (studi pada dealer yamaha mataram sakti cabang pedurungan semarang)*, universitas islam sultan agung fakultas ekonomi semarang.

Wijaya, (2018) analisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk Dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan sepeda Motor sport yamaha yzf-r25 di kota cilgon. *Journal Industrial Services*, Universitas Banten Jaya.

Yuen, K. F., & Thai, V. Van. (2015). Service quality and customer satisfaction in liner shipping. *International Journal of Quality and Service*.

Ah Khafid Fiqih A *) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Budi Wahono **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Khalikussabir ***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma