

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI BOS HOTEL SUNGAILIAT

Dedi Susanto  
Martinus Buulolo  
Burhanuddin

*D2 Accountancy Program*  
Akademi Komunitas Dharma Bhakti Bangka  
Bangka, Indonesia  
[Akdabb2016@gmail.com](mailto:Akdabb2016@gmail.com)

**Abstrak** - Persaingan di industri perhotelan menuntut hotel untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan harga agar sesuai dengan harapan pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di BOS Hotel Sungailiat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian ini melibatkan 32 responden yang pernah menginap di BOS Hotel Sungailiat. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa kualitas layanan dan harga secara bersama-sama memengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas layanan dan harga secara simultan memengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 76,3%, sedangkan sisanya ditentukan oleh faktor lain di luar model penelitian.

**Kata Kunci** : *Kualitas Pelayanan, harga, Kepuasan Pelanggan*

**Abstract** - *Competition in the hospitality industry requires hotels to continually improve service quality and pricing to meet customer expectations. The aim of this study is to find out the effect of service quality and price on customer satisfaction at BOS Hotel Sungailiat. The method used in this research is the qualitative research method. This study involved 32 respondents who had stayed at BOS Hotel Sungailiat. Based on the results, it was found that service quality and price together affect customer satisfaction. Service quality and price simultaneously influence customer satisfaction by 76.3%, while the rest is determined by other factors outside the research model.*

**Keywords** : *Service Quality, Price, Customer Satisfaction*

## I. PENDAHULUAN

Industri perhotelan adalah salah satu sektor jasa yang tumbuh cepat seiring dengan meningkatnya mobilitas masyarakat, aktivitas bisnis, dan kebutuhan wisata. Persaingan antarhotel semakin ketat, sehingga setiap perusahaan harus memberikan nilai terbaik kepada pelanggan untuk bisa bertahan di pasar. Dalam situasi ini, kepuasan pelanggan menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan suatu hotel. Pelanggan yang puas cenderung melakukan kunjungan ulang, memberi rekomendasi kepada orang lain, dan memiliki loyalitas yang lebih tinggi terhadap hotel.

Kepuasan pelanggan adalah emosi yang bisa berupa kebahagiaan atau kekecewaan yang timbul setelah mereka mengevaluasi harapan mereka dibandingkan dengan performa layanan yang mereka terima. Berbagai faktor berperan dalam menentukan Tingkat kepuasan pelanggan, termasuk mutu layanan dan tarif yang ditawarkan. Dalam dunia perhotelan, mutu layanan menjadi elemen yang sangat krusial karena layanan bersifat intangible dan melibatkan interaksi langsung antara tamu dan staf hotel. Pelayanan yang efisien, ramah, reaktif, serta didukung oleh fasilitas yang memadai dapat menciptakan pengalaman yang positif bagi tamu, sehingga berkontribusi pada peningkatan kepuasan mereka.

Selain mutu layanan, biaya juga merupakan faktor penting yang harus dipertimbangkan pelanggan saat menentukan hotel. Tarif yang ditentukan harus seimbang dengan kualitas layanan serta fasilitas yang disediakan. Pelanggan cenderung merasa puas jika biaya yang dikeluarkan dianggap setara dengan keuntungan yang didapatkan. Di sisi lain, jika tarif dianggap terlalu mahal dibandingkan dengan kualitas layanan yang diterima, hal itu bisa menyebabkan ketidakpuasan pelanggan. Oleh sebab itu, hotel harus merumuskan strategi penetapan harga yang bersaing dan sesuai dengan keadaan pasar agar dapat menarik serta mempertahankan pelanggan.

Sebagai salah satu akomodasi yang beroperasi di Sungailiat, BOS Hotel Sungailiat mendapatkan tantangan dalam mempertahankan kepuasan tamu di tengah ketatnya persaingan dalam dunia perhotelan. Untuk tetap bersaing, hotel perlu fokus pada mutu layanan yang diberikan kepada pelanggan dan memastikan harga yang ditawarkan sesuai dengan ekspektasi serta pandangan pelanggan. Kedua aspek ini diduga memegang peranan krusial dalam menentukan tingkat kepuasan tamu yang pada akhirnya dapat memengaruhi kelangsungan bisnis hotel.

Berdasarkan penjelasan yang diberikan, studi tentang dampak kualitas pelayanan serta harga terhadap kepuasan pelanggan di BOS Hotel Sungailiat menjadi sangat penting untuk dilaksanakan. Penelitian ini diharapkan dapat memengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga hasilnya bisa digunakan sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan oleh manajemen hotel dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di BOS Hotel Sungailiat".

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
3. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

## II. LANDASAN TEORI

### Kualitas Pelayanan

Sebuah bisnis di sektor jasa perlu memastikan bahwa kualitas layanan yang diberikan lebih baik dari kompetitor dan melebihi ekspektasi pelanggan. Selain itu, perusahaan harus mengerti apa yang dibutuhkan dan diharapkan oleh konsumen terhadap produk atau layanan yang mereka sediakan. Menurut Lovelock-Wright yang diterjemahkan oleh Tjiptono pada tahun 2011, "Kualitas layanan adalah derajat keunggulan dari produk dan jasa yang diantisipasi untuk memenuhi keinginan pelanggan." Layanan akan diterima oleh pelanggan jika sesuai dengan harapan mereka. Tjiptono (2011) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah usaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, baik dari produk maupun jasa, serta ketepatan waktu penyampaiannya untuk menyeimbangkan harapan konsumen. Berdasarkan definisi dari para ahli di atas, kualitas layanan diartikan sebagai pemenuhan kebutuhan konsumen sesuai dengan tingkat keunggulan produk dan layanan yang diinginkan sehingga dapat memenuhi keinginan pelanggan.

### Harga

Dalam Lupiyodi (2011:61), penetapan harga memiliki peran krusial dalam memberikan nilai kepada konsumen serta berdampak pada citra produk dan keputusan pembelian konsumen. Penetapan harga juga berkaitan dengan tingkat pendapatan dan berpengaruh pada pasokan atau saluran pemasaran. Namun, yang paling esensial adalah bahwa keputusan mengenai harga harus selaras dengan strategi pemasaran secara keseluruhan. Kotler (2012:509) menyatakan bahwa metode penetapan harga dapat diakses dengan memilih harga akhir yang melibatkan sejumlah faktor, termasuk psychological pricing, di mana konsumen memanfaatkan harga sebagai indikator mutu, serta kebijakan harga perusahaan untuk memberikan panduan harga kepada tenaga penjual. Hal ini bertujuan untuk menetapkan harga yang adil kepada konsumen dan mendukung profitabilitas Perusahaan. Tjiptono (2012:151) mengemukakan bahwa "harga adalah suatu unit moneter atau ukuran lain (Termasuk barang dan jasa lainnya) yang dipertukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan atau layanan. Definisi ini sejalan dengan ide pertukaran dalam dunia pemasaran. Dengan demikian, bisa kita simpulkan bahwa harga dipengaruhi oleh kekuatan tawar-menawar antara penjual dan pembeli untuk mencapai kesepakatan yang diinginkan oleh kedua belah pihak. Pada umumnya, penjual akan mulai dengan tawaran rendah. Biaya dari suatu barang atau layanan menjadi elemen kunci dalam permintaan pasar. Harga memegang peranan penting yang sangat diperhatikan

oleh konsumen saat melakukan pembelian barang atau jasa. Apabila konsumen menganggap harga yang diajukan sesuai, mereka cenderung untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk yang sama. Dalam pandangan ekonomi, dijelaskan bahwa harga suatu barang atau layanan di pasar yang kompetitif ditentukan oleh interaksi antara permintaan dan penawaran. Menurut Fure (2013:276), beberapa indikator yang digunakan untuk menilai jarga meliputi:

1. Harga yang sesuai dengan nilai manfaat
2. Pandangan terhadap harga dan manfaat
3. Harga yang terjangkau
4. Persaingan harga
5. Kesesuaian antara harga dan kualitas.

### Kepuasan Pelanggan

Kepuasan mencerminkan sejauh mana seseorang merasa setelah melakukan perbandingan antara hasil yang dirasakannya dengan harapan yang ada. Berdasarkan (Hutasoit:2011), jika kinerja menunjukkan bahwa kualitas layanan adalah kesesuaian dan tingkat kemampuan mendukung dari semua karakteristik produk dan layanan yang tersedia demi memenuhi kebutuhan serta harapan yang diinginkan oleh konsumen, maka terdapat beberapa atribut atau faktor yang berperan, antara lain: bukti fisik, perhatian individu dari karyawan terhadap konsumen, kemampuan merespons, keandalan, dan jaminan. Hal ini dapat menimbulkan kekecewaan. Jika kinerja memenuhi harapan, maka konsumen akan merasa puas.

Harapan konsumen dapat terbentuk dari pengalaman sebelumnya, tanggapan dari orang-orang terdekat, serta janji dan informasi dari pemasar dan kompetitor. Pelanggan yang merasa puas cenderung akan bertahan lebih lama, kurang peka terhadap harga, dan memberikan ulasan positif mengenai Perusahaan. Menurut Sangaji (2013), dinyatakan bahwa "kepuasan pelanggan merupakan perasaan bahagia atau kecewa seseorang ketika membandingkan persepsinya terhadap kinerja yang diharapkan". Oliver dalam (Majid,2011) menegaskan bahwa "Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah menganalisis kinerja yang dirasakan dengan harapannya sebagai pelanggan atau pembeli."

### Penelitian Terdahulu

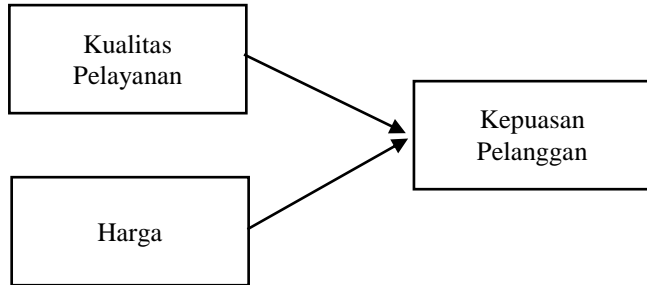
Studi yang dilakukan oleh Aris Prasetyo mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT. TIKI Cabang Semarang, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Sedangkan studi yang dilakukan oleh Alvin Mariansyah dan Amirudin Syarif pada penelitiannya tentang pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen di Café Kabablu Palembang menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian Dede Solihin dan Kurniawan atas pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Cihuni Jaya Hall menyatakan bahwa

kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, serta kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Metode Penelitian**



**Hipotesis Penelitian**

Hipotesis penelitian ini adalah:

1. Diduga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Bos Hotel Sungailiat.
2. Diduga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari harga terhadap kepuasan pelanggan di Bos Hotel Sungailiat.

**III. METODOLOGI PENELITIAN**

**Metode Penelitian**

1. Desain Penelitian  
Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif.
2. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif untuk menggali pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Bos Hotel Sungailiat.
3. Populasi dan Metode Pengambilan Sampel  
Populasi dalam penelitian ini adalah tamu yang pernah menginap di Bos Hotel Sungailiat. Sampel diambil sebanyak 32 dari populasi tamu.
4. Lokasi dan Waktu Penelitian.  
Penelitian dilakukan di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Penyebaran kuesioner dilakukan secara online secara pribadi dan dibagikan kepada setiap responden menggunakan Google Forms.

**Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, ada dua jenis data yang dikumpulkan, yaitu data primer dan data sekunder. Untuk data primer, peneliti menggunakan angket atau kuesioner yang disebarakan kepada responden. Peneliti juga mengumpulkan data sekunder yang bersumber dari penelitian terdahulu yang pernah melakukan penelitian sejenis.

**Teknik Analisa Data**

Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Bos Hotel Sungailiat, peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda dari hasil kuesioner variable penelitian dan diolah menggunakan program SPSS ver 22 dengan rumus Dimana:

$$Y = a + b1X1 + b2X2$$

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Nilai konstanta dari hasil olah data SPSS

b1 = Nilai beta dari hasil olah data SPSS dari variable motivasi

X1 = Kualitas Pelayanan

b2 = Nilai beta dari hasil olah data SPSS dari variable ekspektasi pendapatan

X2 = Harga

**Uji Analisa Data**

Uji Analisa data yang dilakukan pada penelitian ini antara lain :

1. Uji Validitas
2. Uji Reliabilitas
3. Uji Multikolinieritas
4. Uji Heteroskedastisitas
5. Uji F
6. Uji t
7. Koefisien determinasi

**IV. PEMBAHASAN**

Data responden berdasarkan karakteristik

	Karakteristik	Frekuensi	Persen (%)
Usia	< 30	12	37,5
	30 – 40	4	12,5
	40 - 50	12	37,5
	> 50	4	12,5
Jenis Kelamin	Laki-laki	19	59,37
	Perempuan	13	40,63

**1. Hasil uji validitas**

Uji validitas terhadap setiap item soal angket pada variabel kualitas pelayanan (x1), harga (x2) dan kepuasan pelanggan (y) untuk 32 responden menunjukkan signifikan atau valid karena nilai r hitung setiap variabel lebih besar dari R tabel (0,349).

N=32, signifikasi 5%, nilai r = 0,349

X1 > 0,349 maka valid

X2 > 0,349 maka valid

Y > 0,349 maka valid

Berdasarkan output Correlations, nilai r hitung variable X dan Y lebih besar dari nilai r tabel untuk N=32 pada signifikansi 5% yakni sebesar 0,349.

**2. Hasil uji reliabilitas**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.971	23

Dari tabel Reliability Statistics di atas, nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,971 > 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan variabel reliabel.

**3. Uji Multikolinearitas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.265	1.793		.706	.486		
Kualitas_Pelayanan (X1)	.103	.042	.345	2.424	.022	.404	2.475
Harga (X2)	.547	.135	.579	4.067	.000	.404	2.475

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan tabel Coefficients diatas diketahui nilai Tolerance untuk variable Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) adalah  $0,404 > 0,10$ , dan nilai VIF untuk variable Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) adalah  $2,475 < 10,00$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi.

**4. Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	125.048	2	62.524	46.587	.000 <sup>b</sup>
	Residual	38.921	29	1.342		
	Total	163.969	31			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas\_Pelayanan (X1)

Dari table ANOVA kita bisa melihat nilai F hitung  $46,587 > 3,29$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka dapat kita disimpulkan bahwa variable Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap variable Kepuasan Pelanggan.

**5. Uji t**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.265	1.793		.706	.486
Kualitas_Pelayanan (X1)	.103	.042	.345	2.424	.022
Harga (X2)	.547	.135	.579	4.067	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Dari tabel koefisien, nilai t variabel Kualitas Pelayanan (x1)  $2,424 > 1,694$  dan nilai signifikansinya  $0,022 < 0,05$ , maka dapat kita simpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Sementara itu, untuk variabel Harga (x2), nilai t  $4,067 > 1,694$  dan nilai signifikansinya  $0,000 < 0,05$ , maka dapat kita simpulkan bahwa variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Dari table coeffisien kita rumuskan persamaan regresi pada penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 1.265 + 0.103 + 0.547$$

**6. Koefisien Dertiminasi (R<sup>2</sup>)**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.873 <sup>a</sup>	.763	.746	1.158

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas\_Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Dari tabel summary nilai R square senilai 0.763 dapat kita simpulkan variabel Kualitas Pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 76,3%, sedangkan sisanya ditentukan oleh faktor lain di luar model penelitian.

**Pembahasan Hasil Penelitian**

**Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di BOS Hotel Sungailiat**

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan program SPSS v22, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di BOS Hotel Sungailiat. Hal ini terlihat dari tabel koefisien, nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan (x1) lebih kecil dari 0.05, yakni sebesar 0.022. Studi yang dilakukan oleh Aris Prasetyo mengenai pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan PT. TIKI Cabang Semarang, hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

**Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di BOS Hotel Sungailiat**

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan program SPSS v22, kualitas harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di BOS Hotel Sungailiat. Hal ini terlihat dari tabel koefisien, nilai signifikansi variabel kualitas harga (x2) lebih kecil dari 0.05, yakni sebesar 0.000.

Hasil penelitian Dede Solihin dan Kurniawan tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Cihuni Jaya Hall menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, serta bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

**V. PENUTUP**

**Kesimpulan**

Dari Hasil penelitian dengan menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda dapat disimpulkan sebagai berikut:

**1. Hasil Uji F**

Pada tabel ANOVA, nilai signifikansi  $< 0,05$ , yakni senilai 0.000, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

**2. Hasil Uji t**

Pada tabel koefisien, nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan (x1)  $< 0,05$ , yakni sebesar 0.022, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sementara untuk variabel harga juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, karena nilai signifikansi variabel ekspektasi pendapatan  $> 0,05$ , yakni senilai 0.000.

### 3. Hasil analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pada tabel summary nilai R square senilai 0.763, maka dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 76,3%, sedangkan sisanya ditentukan oleh faktor lain di luar model penelitian.

#### Saran

Saran dari saya selaku penulis agar BOS Hotel dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan secara berkelanjutan, terutama dalam menangani keluhan pelanggan. Serta tetap merawat dan meningkatkan sarana dan prasarana yang ada sehingga mampu bersaing dengan hotel-hotel yang ada di Sungailat. Untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan, BOS Hotel dapat menerbitkan kartu member bagi pelanggan tetap dengan mendapatkan diskon. Serta mengadakan survei kepuasan pelanggan setelah konsumen menginap

Palembang. Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi. Vol. 2 No.1

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Fure, H. 2013. Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan manajemen Universitas Sam Ratulangi, Manado
- Hutasoit, C.S. (2011). Pelayanan Publik Teori & Aplikasi. Jakarta: MAGNA Script Publishing.
- Kotler, P. 2009. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Edisi ke-2, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi, R. 2011. Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik. Penerbit Salemba Empat.
- Majid, Suharto Abdul. (2011). Customer Service dalam Bisnis Jasa Transportasi. Cetakan ke-2. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134-146.
- Prasetio, A. (2012). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Management Analysis Journal*, 1(1).
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Ecodemica*, 2(2), 312-318.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiiah. (2013). Perilaku Yogyakarta: Cv Andi.
- Solihin, D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 2(2), 129-141.
- Tjiptono, F. 2012. Strategi Pemasaran, Edisi Kedua, Penerbit Andi Offset, Yogya
- Tjiptono, Fandy. (2011). Prinsip-Prinsip Total Quality Service Yogyakarta: Cv Andi.
- Windarti, Ayu Oka. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Negara Indonesia Tbk. Kantor Cabang Utama