

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada UD.Probo Sakti Kota Probolinggo Sebagai Pengusaha Penjualan Ayam Potong

M. Amin firdaus ¹, R Abdul Haris ^{2*}, R Hery Koeshardjono ³
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Panca Marga
Email : harisprof7@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh secara parsial dan kualitas pelayanan, harga terhadap kepuasan pelanggan pada UD.Probo Sakti Kota Probolinggo sebagai pengusaha penjualan ayam potong. Metode penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif dengan survey dan asosiatif kausal. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan pada Bulan Mei 2023 sebesar 112 pelanggan dengan teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan simple random sampling. Sampel dalam penelitian ini yaitu 87 responden. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berasal dari data primer dan sekunder. Dalam membuktikan dan menganalisis data kuesioner dengan teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji linier berganda, koefisien determinan, dan uji hipotesis. Hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan antar kepuasan pelanggan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada UD.Probo Sakti Kota Probolinggo.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This research aims to partially test the influence of service quality and price on customer satisfaction at UD. Probo Sakti, Probolinggo City as an entrepreneur selling broiler chickens. The research method uses quantitative descriptive with surveys and causal associative. The population taken in this research was all customers in May 2023, amounting to 112 customers with the sampling technique in this research using simple random sampling. The sample in this research was 87 respondents. The data sources used in this research come from primary and secondary data. In proving and analyzing questionnaire data, data analysis techniques use validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear tests, coefficients and determinants, and hypothesis tests. The results show that service quality and price partially have a positive and significant effect on customer satisfaction and price on customer satisfaction at UD.Probo Sakti, Probolinggo City..

Keywords: Service quality, Price, Customer Satisfaction.



1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sebuah organisasi atau perusahaan harus bisa bersaing secara unggul dan kompetitif dengan perusahaan yang sejenis. Para pelaku usaha dituntut untuk dapat mengambil langkah yang tepat agar menarik pelanggan supaya tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Pada Zaman sekarang banyak perubahan pada diri pelanggan dalam pola berbelanja yang semakin selektif dan cara pandang untuk membeli suatu produk dan jasa. Semakin berkembang dan semakin ketatnya persaingan penjualan Ayam potong ini, menjadikan persaingan untuk memperoleh pelanggan baru juga semakin meningkat. Maka dari itu sebagai pengusaha Ayam potong mempunyai cara menjual ayam potong yang dibuat agar tidak tenggelam dalam pasar dan dilupakan oleh pelanggan, UD.Probo Sakti bisa melakukan sebuah peningkatan dengan kualitas terhadap Ayam potong tersebut, disaat melakukan sebuah peningkatan agar kualitas terhadap produk yang diharapkan bisa dapat meningkatkan agar kualitas terhadap produknya yang diharapkan bisa dapat meningkatkan pula sebuah kepuasan pelanggan, maka jumlah penjualan ayam potong pada UD.Probo Sakti bisa dapat meningkat.

Menurut (Indrasari,2019) Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan pelanggan serta ketetapan cara penyampaian agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan. Untuk memuaskan kebutuhan secara langsung atau tidak langsung, produk jasa yang berkualitas mempunyai peran penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Menurut (Niawati,2022) Harga adalah sebagai jumlah dari semua nilai yang ditawarkan oleh pelanggan sebagai imbalan atas manfaat memiliki atau memanfaatkan suatu produk atau jasa. Penetapan harga dipengaruhi oleh oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal meliputi tujuan pemasaran perusahaan, strategi bauran pemasaran, biaya dan metode penetapan harga. Menurut (Indrasari,2019) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Kepuasan pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

UD.Probo Sakti Kota Probolinggo salah satunya adalah UD.Probo Sakti Kota Probolinggo yang didirikan pada tahun 1997 yang terletak di Jalan Giri No. 001 Sumber Taman Kota Probolinggo. Dengan berjalannya waktu, UD.Probo sakti yang ada di Kota Probolinggo menginginkan agar pelanggan bisa tetap dan merasa puas dari produk yang sudah ditawarkan dan serta bisa meningkatkan kenyamanan kepada pelanggan. Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian tentang **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap**



Kepuasan Pelanggan Pada UD.Probo Sakti Kota Probolinggo Sebagai Pengusaha Penjualan Ayam Potong

Rumusan Masalah

Adakah pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada UD.Probo Sakti Kota Probolinggo? Adakah pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada UD.Probo Sakti Kota Probolinggo?

2. TELAAH PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut (Arif, 2022) Kualitas Pelayanan merupakan senjata ampuh dalam keunggulan perusahaan, terutama perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Oleh karena itu, kualitas pelayanan (service quality) harus menjadi faktor perhatian dan sebagai isu strategi manajemen dalam menjalankan usah. Kualitas pelayanan atau costomer service ini dapat dibedakan ke dalam dua kriteria yaitu jenis kualitas pelayanan yang baik atau jenis kualitas pelayanan yang buruk. Kualitas pelayanan ini bukanlah suatu hal yang permanen atau kaku, melainkan fleksibel dan dapat dirubah. Perubahan ini tentu berupa peningkatan kualitas pelayanan semakin lebih baik lagi. Indikator kualitas pelayanan menurut (Indrasari, 2019) antara lain: Berwujud, Jaminan dan kepastian, Ketanggapan, Keandalan.

Harga

Menurut (Abu Bakar Rusyidi, 2018) Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibeli guna untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Harga yang di tetapkan terlalu mahal atau terlalu mahal untuk produk dengan kualitas. Jika penetapan harga produk terlalu mahal, tidak sesuai dengan kualitas, konsumen akan cenderung meninggalkan dan mencari produk sejenis lainnya. Sebaliknya jika penetapan harga produk terlalu murah, pelanggan ada kemungkinan akan membeli dalam jumlah relatif banyak Menurut (Indrasari, 2019) indikator-indikator harga adalah : Keterjangkauan harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Dasa saing harga, Kesesuaian dengan manfaat.

Kepuasan Pelanggan

Menurut (Arif, 2019) Kepuasan pelanggan merupakan suatu keberadaan yang dicapai bila produk sesuai dengan kebutuhan atau harapan konsumen dan bebas dari kekurangan. Menurut (Adhari Ienzie, 2019) terdapat enam indikator harga tersebut adalah: Kualitas produk, Kualitas pelayanan, Faktor emosional, Harga. Kepuasan pelanggan merupakan Reaksi seseorang pasca pembeli senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh harapan yang



dimiliki pelanggan. Jika barang dan jasa yang dibeli oleh konsumen sesuai dengan harapan pelanggan maka pelanggan tersebut puas, begitupun juga sebaliknya

Penelitian Terdahulu

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Malik Ibrahim, Siti Marijam Thawil, 2019) Dari hasil penelitian ini bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Pengaruh Kualitas pelayanan, Suasana Resto dan Harga terhadap kepuasan pelanggan (Niawati, Hesti Pandu Widodo, Ahmad Daengs GS, 2022), Pengaruh Kualitas produk, Kualitas pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan, (Iin Nurdiyah Hastuti, Endang M, Sasmita, Birisari, 2022) Dari hasil bahwa ada pengaruh harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Budi Triongko, Untung Widodo dan Maduretno Widowati, 2022) Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan baik secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan, Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Alfian Sulisty Herlambang dan Edi Komara, 2021) 5. Pada penelitian yang dilakukan oleh Alfian Sulisto Herlambang, Edi Komara (2021) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza senayan) terdapat perbedaan penelitian yang saya lakukan yaitu pada penelitian sebelumnya salah satu variabel yang digunakan adalah Kualitas Produk dan Kualitas Promosi sedangkan pada penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan dan Harga.

Hipotesis

H1: Adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan dipengaruhi secara parsial pada UD.Probo Sakti Kota Probolinggo.

H2: Adanya pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan dipengaruhi secara parsial pada UD.Probo Sakti Kota Probolinggo.

3. METODOLOGI

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut (Hidayati Mustafidah dan Suwarsito. 2020) Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas dan keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur, atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif. Penelitian yang digunakan adalah survey dan eksperimen (kausal). Penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi yang dilakukan dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang diajukan pada responden. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan UD.Probo Sakti Kota Probolinggo pada Bulan Mei 2023 sebanyak 112. Pada penelitian ini variabel yang dipakai adalah (X1) Kualitas pelayanan, Harga (X2), dan Kepuasan pelanggan (Y). teknik



pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah simple random sampling. Sedangkan penentu untuk pengambilan sampel penelitian ini menggunakan Rumus slovin dengan Nilai toleransi yang di berikan adalah 5%, dan di temukan sampel yaitu 87 responden. Data yang dikenakan ialah data primer yang merupakan data yang didapat tanya jawab dan penyebaran angket. Data sekunder ialah informasi yang didapat dari catatan, cetakan seperti gambaran umum UD.Probo Sakti KotalProbolinggo yang berupa riwayat, tujuan, struktur organisasi maupun jumlah pegawai. Analisis data gunakan SPSS 25 melalui uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi, ujiheteroskedastisitas), uji liner berganda denganllmodel regresi $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$, uji koefisien determinasi (R^2), uji hipotesis (uji parsial) (Rahmansyah et al., 2021, 2022).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No. Pernyataan	X1	X2	Y	Ketentuan	Keterangan
1	0,567	0,728	0,507	> 0,2108	Valid
2	0,883	0,842	0,758	> 0,2108	Valid
3	0,704	0,698	0,700	> 0,2108	Valid
4	0,862	0,682	0,678	> 0,2108	Valid

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Dari tabel 1 diatas menyatakan bahwa setiap item pada nilai R_{hitung} lebih besar daripada nilai R_{tabel} 0,2198. Maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item soal pada angket tersebut valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Critical Value	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,744	0,60	Reliabel
Harga (X2)	0,719	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,732	0,60	Reliabel

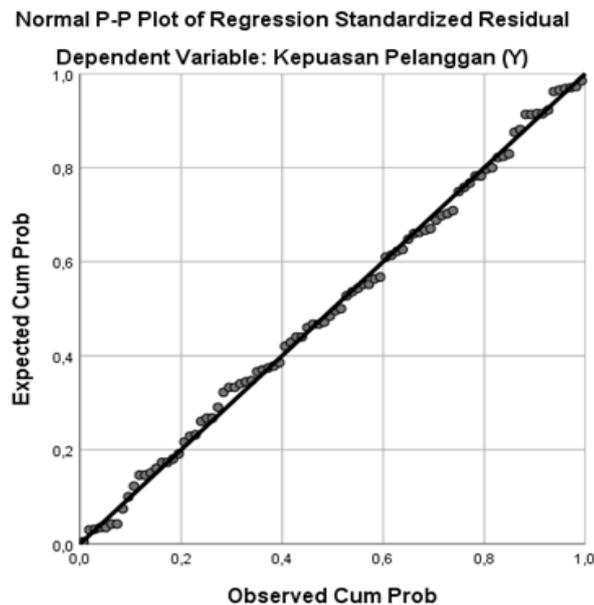
Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki Cronbach's Alpa > 0,60. Hasil pengujian reliabilitas Dari tabel 2 diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* setiap item > 0,60, maka item pada soal angket tersebut dapat dikatakan reliabel.



Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Berdasarkan Gambar scatterplots diatas, pengujian normalitas dengan taraf signifikan 0,05 dengan diuji dua pihak, dapat dilihat bahwa titik garis menyebar mengikuti garis diagonal maka dapat dinyatakan data berkontribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	Ketentuan	VIF	Ketentuan	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	.392	0,10	2.553	10	Tidak Terjadi
Harga (X2)	.392	0,10	2.553	10	Tidak Terjadi

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Dari tabel 4 diatas diketahui bahwa nilai VIF Kualitas Pelayanan sebesar 2,553, Harga sebesar 2,553 yang menampakkan nilai VIF < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa pada data tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Tolerance	Ketentuan	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	.590	>0,05	Tidak Terjadi Masalah
Harga (X2)	.560	>0,05	Tidak Terjadi Masalah

Sumber: Data diolah SPSS, 2023



Dalam Tabel 5 diatas merupakan perolehan uji heteroskedastisitas, bisa tampak jika nilai signifikannya dari variabel lebih dari 0,05. Maknanya, bisa dikatakan tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients B	Keterangan
	5,316	
Kualitas Pelayanan (X1)	0,633	Hubungan Positif
Harga (X2)	0,287	Hubungan Positif

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

$$Y = 5,316 + 0,633 X1 + 0,287 X2 + e$$

Persamaan regresi linear berganda diatas, memperlihatkan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial, dari persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa :Konstanta a = 5,316 artinya jika kualitas pelayanan dan harga tidak dilakukan, maka akan diperoleh nilai kepuasan pelanggan sebesar 5,316. Koefisien regresi b1 (kualitas pelayanan) = 0,633 menyatakan bahwa jika ada penambahan kualitas pelayanan sebesar satu-satuan maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,633 dengan variabel bebas lainnya harga dianggap konstan. Koefisien regresi b2 (harga) = 0,287 menyatakan bahwa jika ada penambahan harga sebesar satu-satuan maka tingkat kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,287 dengan variabel bebas lainnya berupa kualitas pelayanan dan harga dianggap konstan.

Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R Square	Keterangan
1	0,825	82,5% berpengaruh

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Dari Tabel 7 Hasil Uji Determinan diperoleh nilai R Square (R²) sebesar 0,825 atau 82% terdapat pengaruh Kualitas pelayanan (X1), Harga (X2), mempengaruhi Kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,825 atau 82%, sedangkan sisanya sebesar 18% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Uji Hipotesis

Tabel 8. Hasil Uji T

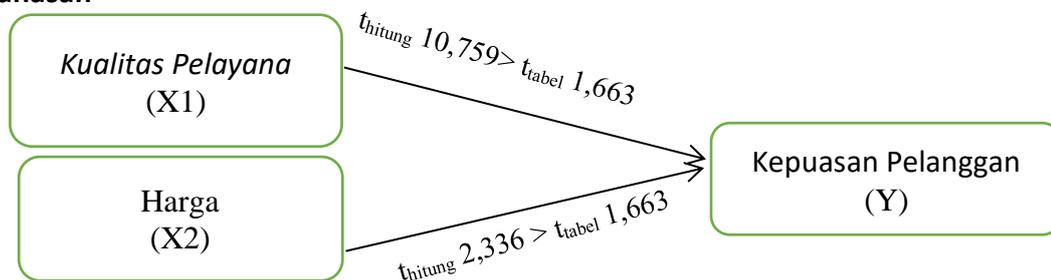
Variabel	Sig.	Ketentuan sig.	Keterangan
Kualitas pelayanan (X1)	0,000	< 0,05	Berpengaruh
Harga (X2)	0,22	< 0,05	Berpengaruh

Sumber: Data diolah SPSS, 2023



Dalam tabel 8 di atas maka bisa dijelaskan hasil pengujian signifikan parsial, seperti dibawah ini :Hasil uji t untuk variabel kualitas pelayanan (X1) menunjukkan nilai thitung $10,759 > t_{tabel} 1,663$ dengan nilai sig 0,000 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Maka dari penjelasan diatas hipotesis diterima yang berarti ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil uji t untuk variabel Harga (X2) menunjukkan nilai thitung $2,336 > t_{tabel} 1,663$ dengan nilai sig 0,002 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Maka dari penjelasan diatas hipotesis diterima, yang berarti adanya pengaruh positif secara parsial antara kepuasan pelanggan (X1) dan harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y)).

Pembahasan



Gambar 2 : Hasil Kerangka Berpikir

Sumber : Data diolah SPSS, 2023.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji t untuk variabel kualitas pelayanan (X_1) menunjukkan nilai $t_{hitung} 10,759 > t_{tabel} 1,663$ dengan nilai sig 0,000 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Maka dari penjelasan diatas hipotesis diterima yang berarti ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada UD.Probo Sakti Kota probolinggo. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan sehingga pelanggan cenderung akan lebih tertarik untuk kembali membeli, jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh UD.Probo Sakti. Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Ibrohim dan Thawil, 2019) bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji t untuk variabel Harga (X2) menunjukkan nilai thitung $2,336 > t_{tabel} 1,663$ dengan nilai sig 0,002 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Maka dari penjelasan diatas hipotesis diterima, yang berarti adanya pengaruh positif secara parsial antara citra merek (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) terhadap kepuasan pelanggan (Y) di UD. Probo Sakti Kota Probolinggo. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas mempengaruhi kepuasan konsumen yang ada pada Hotel Tampiarto Kota Probolinggo, karena dengan fasilitas memiliki manfaat yang besar terhadap tingkat kepuasan konsumen karena



dengan fasilitas yang lengkap maka konsumen akan puas dan konsumen lebih tertarik mengunjungi Hotel Tampiarto Kota Probolinggo. Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Hastuti, Sasmita, Bidasari, 2022), bahwa ada pengaruh harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian diatas adalah biasa ditarik kesimpulan bahwa secara parsial Variabel kualitas pelayanan terdapat pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada UD.Probo Sakti Kota Probolinggo. Variabel Harga terdapat pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada UD.Probo Sakti Kota Probolinggo. Peneliti berharap supaya penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk peneliti selanjutnya dengan kajian penelitian yang sama. Jika perlu ada penambahan variabel yang berbeda untuk lebih memperluas pembahasan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, dan lendy Zelvian. 2021. *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*. Surabaya: CV. Qiara Media.
- A. Elvera, METODOLOGI PENELITIAN, Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2021.
- Alma, MANAJEMEN PEMASARAN dan PEMASARAN JASA, Bandung: ALFABETA CV, 2013.
- Arief. 2020. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Malang: Bayumedia Publisng.
- Donni, Juni, dan Priansa. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Duwi, dan Priyatno. 2018. *Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta: CV. andi Offset.
- Ghozali, APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPS 25, Semarang: Undip, 2018.
- Hidayati, dan Suwarsito. 2020. *Dasar-dasar METODELOGI PENELITIAN*, Purwoketo: UM Purwokerto Press.
- Ibrahim, Malik dan Siti. 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Pelanggan " *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis* 4(1):175-182.
- Indrasari, dan Meithiana. 2019. *Manajemen dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Niawati. Hesti Pandu Widodo. Achmad Daengs GS. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Suasana Resto dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di SUSHI TEI Surabaya). *Jurnal Jumma*45 1(1):2828-7118:7207.
- Nur Diyah Hastuti,lin. Endang M. Sasmita.Bida Sari.2022. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Bakso Tukul Arwana Cabang Season City Jakarta Barat. *Fakutas Ekonomi dan Bisnis Universitas Persada Indonesia YAIJalan Diponegoro No. 74 Jakarta Pusat 10340*.
- Rahmansyah, A. I., Balqis, N. S., Rahajeng, Y., Elmas, M. S. H., & Masluha, S. (2022). The Effect of Non Performing Financing and Financing to Deposit Ratio On Return On Assets. *Assets : Jurnal Ilmiah Ilmu Akuntansi, Keuangan Dan Pajak*, 6(2), 100–107. <https://doi.org/10.30741/assets.v6i2.849>



- Rahmansyah, A. I., Wardayati, S. M., & Miqdad, M. (2021). Audit Committee, Board, and Audit Report Lag. *Wiga : Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 11(1), 19–30. <https://doi.org/10.30741/wiga.v11i1.577>
- Sudaryono, METODE PENELITIAN PENDIDIKAN, Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2016.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R & D*. ke 27. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sujarweni, dan V. Wiratna. 2015. *Metode Penelitian & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sulistyo Herlambang, Alfian. Edi Komara. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan) . *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan* 7(1):56-64.
- Sunyoto, dan Danang. 2020. *Dasar Dasar Manajemen Pemasaran Konsep, Strategi, dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS.
- Triongko,Budi. Untung Widodo. 2022. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Aki Incoe PT Meka Adripatam di Kota Semarang). *Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*: 2829-1433.
- Winarno. 2013. *Metode Penelitian dalam Pendidikan Jasmani*. Malang: UM Press..