

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, MUTU PRODUK DAN PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO FIKFAN MUARA TEWEH

Rima Puspita¹, Rahmi²

Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muara Teweh
Email : rimapuspita228@gmail.com¹, rahmi@gmail.com²

Abstract

This study analyzes the simultaneous and partial effects of service quality, product quality, and pricing on customer satisfaction at Fikfan Muara Teweh Store. The sample consisted of 40 respondents selected using purposive sampling, employing quantitative methods and multiple linear regression analysis with SPSS 29. The results indicate that service quality and pricing do not significantly influence consumer satisfaction when analyzed partially, while product quality has a positive and significant influence. Simultaneously, all three variables significantly influence customer satisfaction ($F_{\text{calculated}} 14.563 > F_{\text{table}} 2.084$; $\text{sig.} < 0.05$). Product quality has the greatest influence with a Beta value of 0.442.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Pricing and Consumer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, mutu produk, dan penetapan harga terhadap kepuasan konsumen Toko Fikfan Muara Teweh secara simultan dan parsial. Sampel penelitian berjumlah 40 responden yang dipilih dengan purposive sampling, menggunakan metode kuantitatif dan analisis regresi linear berganda dengan SPSS 29. Hasilnya menunjukkan kualitas pelayanan dan penetapan harga tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen, sedangkan mutu produk berpengaruh positif dan signifikan. Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen ($F_{\text{hitung}} 14,563 > F_{\text{tabel}} 2,084$; $\text{sig.} < 0,05$). Mutu produk memiliki pengaruh terbesar dengan nilai Beta 0,442.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Mutu Produk, Penetapan Harga dan Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Terobosan teknologi nasional dan global terus berkembang pesat di era globalisasi, menghasilkan daya saing ekonomi yang tinggi di pasar regional dan internasional. Bisnis dan masyarakat umum harus beradaptasi dengan cepat seiring kemajuan teknologi. Kehadiran mesin fotokopi merupakan aspek penting dari evolusi teknologi ini, dengan berbagai keunggulannya. Mesin fotokopi sangat penting bagi semua orang, termasuk pelajar, pekerja kantoran, dan masyarakat umum.

Mesin fotokopi banyak digunakan untuk menggandakan data dan dokumen dengan cepat dan mudah. Kita dapat dengan mudah menggandakan foto dan teks; cukup tekan tombol, tunggu beberapa saat, dan proses penyalinan selesai. Banyak bisnis di Muara Teweh sekarang menyediakan layanan fotokopi, tetapi setelah melihat layanan fotokopi lainnya, saya menemukan bahwa masih ada beberapa masalah.

Tantangan-tantangan ini meliputi staf yang tidak profesional, hasil fotokopi yang buruk,

jam kerja yang pendek, dan fasilitas yang tidak memadai. Tantangan-tantangan ini mendorong keinginan kami untuk memulai bisnis fotokopi yang dapat melayani pelanggan dengan lebih baik. Selama beberapa dekade, kualitas telah menjadi syarat penting untuk kesuksesan. Iklim persaingan telah menyebabkan perubahan arah dan perspektif. Seiring memanasnya persaingan, fokus bergeser dari produksi ke pengembangan produk.

Persaingan di sektor komersial semakin ketat. Memproduksi dalam jumlah besar dengan biaya lebih rendah saja tidak lagi cukup. Strategi ini harus didukung oleh manajemen dan sumber daya manusia yang kuat. Tidak ada organisasi, sebaik apa pun, yang dapat berhasil tanpa bantuan sumber daya manusia yang berkualitas. Taktik-taktik ini meliputi segmentasi, penargetan, dan pemosisian pasar. Faktor-faktor ini biasanya disebut sebagai keunggulan komparatif.

Dalam perusahaan yang berkembang pesat di tingkat regional, nasional, dan global, keberadaan suatu produk semakin terkait dengan siklus hidupnya. Siklus hidup produk menjadi semakin pendek akibat tekanan persaingan yang tak henti-hentinya. Kondisi paling ironis dari sebuah produk adalah bahwa ia akan mengalami penurunan kualitas setelah melewati semua tahap siklus hidupnya. Pelaku usaha dituntut mampu melaksanakan perencanaan yang tepat, termasuk di dalamnya peningkatan kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Menurut "Joseph Juran (Suryadi Prawirosentomo, 2012:6), mutu suatu produk adalah keadaan fisik, fungsi dan sifat suatu produk bersangkutan yang dapat memenuhi selera dan kebutuhan konsumen dengan memuaskan sesuai nilai uang yang telah dikeluarkan".

Teknologi memungkinkan penyelesaian semua aktivitas. Mesin fotokopi merupakan teknologi yang banyak digunakan. Sebelum adanya mesin fotokopi, sebagian besar pekerjaan penggandaan dokumen atau catatan harus dilakukan secara manual. Kehadiran mesin fotokopi membuat penggandaan

dokumen menjadi cepat dan mudah, sehingga menghilangkan kebutuhan akan mesin fotokopi tunggal. Kecanggihan mesin fotokopi membuka peluang bisnis yang menguntungkan.

Meskipun demikian, lokasi sangat penting dalam industri fotokopi. Bisnis fotokopi biasanya berlokasi di dekat kantor, kampus, sekolah, dan area dengan lalu lintas padat seperti jalan raya. Kantor dan sekolah merupakan pasar yang paling menjanjikan bagi bisnis ini. Mahasiswa sangat membutuhkan fotokopi untuk catatan kuliah, tesis, dan tugas. Oleh karena itu, bisnis fotokopi kemungkinan besar akan berkembang pesat di sekolah, universitas, dan kantor. Toko Fikfan adalah perusahaan yang berspesialisasi dalam fotokopi, penjilidan buku, dan penjualan perlengkapan kantor.

Konsep Toko Fikfan adalah layanan prima 14 jam. Oleh karena itu, Toko Fikfan bekerja 14 jam untuk memastikan pelanggan mendapatkan layanan terbaik. Hal ini memastikan pelanggan dapat dengan mudah menemukan toko fotokopi yang buka 14 jam. Selain itu, karyawan Toko Fikfan akan memberikan layanan yang cepat, sopan, dan ramah. Toko Fikfan berjalan sampai sekarang dengan nama "**TOKO FIKFAN**" yang diambil dari nama anak pertama dan yang kedua yaitu Fikri dan Alfian.

Bisnis fotokopi memiliki prospek yang baik di masa depan, terutama dengan meningkatnya jumlah pelanggan Toko Fikfan Fotocopy dari tahun ke tahun, sehingga meningkatkan pasar dan peluang keuntungan. Sementara itu, keluhan pelanggan yang menunjukkan ketidakpuasan pelanggan menjadi tantangan bagi Toko Fikfan Fotocopy untuk meningkatkan dan menyempurnakan layanannya, sehingga kepuasan pelanggan tetap terjaga dan omzet penjualan meningkat.

Selain itu, jumlah pesaing di bisnis fotokopi di dekat toko Fikfan semakin meningkat. Masing-masing berupaya memberikan yang terbaik bagi pelanggannya

dengan menawarkan berbagai macam produk, harga yang kompetitif, serta layanan dan produk berkualitas tinggi. Akibatnya, bisnis harus mampu memberikan nilai kepada konsumen dengan menyediakan layanan dan barang berkualitas tinggi yang menjamin kepuasan konsumen dan penggunaan produk serta layanan perusahaan secara berkelanjutan, alih-alih beralih ke pesaing. Fokus utama layanan fotokopi ini adalah kualitas layanan; jika layanan diberikan secara optimal, niscaya akan memengaruhi loyalitas konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “*Analisis Pengaruh kualitas Pelayanan, mutu produk dan penetapan harga terhadap kepuasan konsumen pada Toko FIKFAN Muara Teweh*”.

KAJIAN LITERATUR

Kualitas layanan didefinisikan sebagai tingkat kepuasan pelanggan. Hal ini dicapai dengan membandingkan satu jenis layanan dengan layanan sama. Pelanggan dapat membandingkan kualitas layanan antara kategori A dan B. Kualitas layanan dianggap dapat diterima apabila layanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan, dan melebihi harapan pelanggan menunjukkan bahwa layanan tersebut sangat memuaskan. Tjiptono (2010) Kualitas layanan didefinisikan sebagai tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan kemampuan untuk mempertahankan tingkat keunggulan tersebut guna memenuhi kebutuhan pelanggan.

Mutu adalah keadaan dinamis di mana produk, manusia/tenaga kerja, proses/tugas, dan lingkungan memenuhi atau melampaui harapan pelanggan atau konsumen. Menurut Juran, sebagaimana dikutip oleh Nasution (2005), mutu produk mengacu pada kesesuaian produk untuk digunakan dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen.

Penetapan harga adalah proses menentukan berapa banyak pendapatan yang

akan dihasilkan perusahaan dari produk atau layanannya. Salah satu keputusan tersulit yang harus diambil perusahaan adalah penetapan harga. Bagian ini akan menjelaskan bagaimana biaya memengaruhi penetapan harga dan bagaimana akuntan membantu mengumpulkan informasi yang diperlukan. Menurut Kotler dan Armstrong (2008: 267), “Penetapan harga hendaknya didasarkan pada persepsi konsumen terhadap nilai yang diterima, bukan pada biaya penjual atau produsen”.

Kepuasan konsumen mengacu pada perasaan senang atau kecewa seseorang yang disebabkan oleh kinerja suatu produk (atau hasil) yang dirasakan tidak memenuhi harapan mereka. Jika kinerja tidak memenuhi harapan, pelanggan akan merasa tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan akan merasa senang. Menurut Supranto (2006: 233), kepuasan adalah keadaan emosi seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapan.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Toko Fikfan Muara Teweh, Jl. Simpang Pramuka I No.53 Muara Teweh. Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan atau pembeli yang akan menggunakan jasa fotokopi di Toko Fikfan Muara Teweh. Penelitian ini berfokus pada kualitas layanan, mutu produk, dan penetapan harga untuk menentukan kepuasan konsumen atau pengguna jasa.

Menurut (Sujarweni, 2015:80), populasi adalah kumpulan objek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk memahami apa yang terkandung dalam informasi yang ingin diketahuinya dan dari situ dapat ditarik kesimpulan. Objek ini, yang dikenal sebagai satuan analisis, menunjukkan perilaku yang sama dengan target yang diteliti. Berdasarkan uraian di atas, populasi penelitian ini pada bulan Agustus 2022 terdiri dari 40 konsumen yang mengunjungi Toko FIKFAN Muara Teweh dalam satu hari kunjungan.

Menurut (Sujarweni, 2015:81), sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik serupa dan kesempatan yang sama untuk diteliti. Karena keterbatasan waktu dan sumber daya, peneliti tidak dapat menjangkau seluruh populasi. Pengambilan sampel secara purposif digunakan. Sampel yang diambil dari populasi dianggap representatif terhadap keseluruhan populasi. Berikut sampel yang dipilih :

1. Konsumen dalam 1 hari 40 kali kunjungan pada Toko FIKFAN Muara Teweh.
2. Pengunjung laki – laki berjumlah 21 orang sedangkan perempuan berjumlah 19 orang.
3. Konsumen Toko FIKFAN Muara Teweh yang berumur dari 50 tahun lebih.
4. Berdasarkan pekerjaan dan profesi terdapat pelajar / mahasiswa, PNS, pegawai swasta, dan wiraswasta.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif karena bersifat objektif, melibatkan pengumpulan dan analisis data kuantitatif, serta menggunakan prosedur pengujian statistik. Penelitian ini juga merupakan proses penemuan di mana data numerik digunakan untuk menilai informasi tentang subjek yang diteliti.

Sumber data adalah apa pun yang dapat menyediakan informasi tentang data tersebut. Data diklasifikasikan menjadi dua kelompok berdasarkan sumbernya: data primer dan data sekunder.

1. Data Sekunder

Menurut (Sujarweni, 2015:89), data sekunder adalah data yang tidak dikumpulkan secara langsung dari sumber sampel atau oleh penulis, seperti daftar kunjungan pelanggan atau jumlah kunjungan konsumen. Data sekunder tidak memerlukan pemrosesan lebih lanjut.

2. Data Primer

Menurut (Sujarweni, 2015:89), data primer adalah informasi yang diperoleh langsung dari sumber data pertama. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari responden yang merupakan pelanggan Toko FIKFAN Muara Teweh,

dan mencakup jawaban atas pertanyaan tentang kualitas layanan, kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan tinjauan pustaka. Peneliti mengumpulkan data melalui kuesioner.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Reliabilitas

Tabel
Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel

Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha	Part 1	Value	0,906
		N of Items	11 ^a
	Part 2	Value	0,887
		N of Items	10 ^b
Total N of Items			21
Correlation Between Forms			0,791
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		0,883
	Unequal Length		0,884
Guttman Split-Half Coefficient			0,883

Hasil uji reliabilitas menunjukkan angka $0,906 > 0,7$ maka variabel tersebut dinyatakan reliabel.

Uji Multikolinearitas

Tabel
Hasil Uji Multikolinearitas

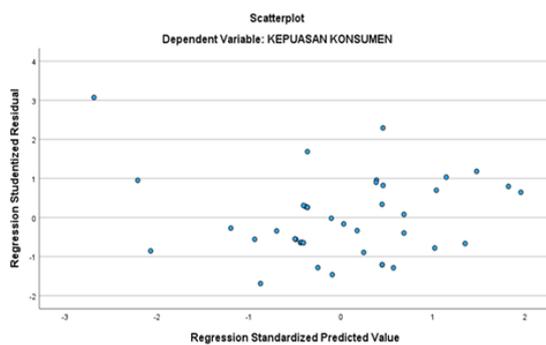
Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients			T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	14,705	7,098		2,072	0,046	
	KUALITAS PELAYANAN	-.143	0,224	-.093	-.637	0,528	0,991
	MUTU PRODUK	0,366	0,120	0,442	3,055	0,004	0,999
	PENETAPAN HARGA	0,294	0,233	0,183	1,261	0,215	0,991

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Berdasarkan hasil analisis, variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai VIF 1,009 dan Tolerance 0,991; Mutu Produk (X2) memiliki VIF 1,001 dan Tolerance 0,999; serta Penetapan Harga (X3) memiliki VIF 1,009 dan Tolerance 0,991. Karena seluruh nilai tolerance $> 0,1$, maka penelitian ini dinyatakan bebas dari masalah multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Gambar
Hasil uji Heterokedstisitas



Berdasarkan gambar scatterplot, terlihat titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, sehingga penelitian ini dinyatakan bebas dari masalah heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Tabel
Hasil Uji Normalitas One-Sample
Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,05894952
Most Extreme Differences	Absolute	0,111
	Positive	0,111
	Negative	-,055
Test Statistic		0,111
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		0,200 ^d

Berdasarkan tabel, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200^d < 0,05 (5%), sehingga residual dinyatakan berdistribusi normal.

Uji Autokorelasi

Tabel
Hasil Uji Autokorelasi Run Test

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-,45445
Cases < Test Value	20
Cases >= Test Value	20
Total Cases	40
Number of Runs	26
Z	1,442
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,149
a. Median	

Berdasarkan tabel, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,149 > 0,05, sehingga penelitian ini bebas dari masalah autokorelasi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel
Hasil Uji Regresi Linear berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,399	3,394		,707	,484	
	KUALITAS PELAYANAN	,306	,180	,241	1,705	,097	,630
	MUTU PRODUK	,589	,181	,545	3,256	,002	,449
	PENETAPAN HARGA	,049	,200	,037	,244	,809	,558

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Adapun penjelasan dari tabel diatas diuraikan dari persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut :

1. Nilai konstanta 2,399 menunjukkan tingkat kepuasan konsumen sebesar 2,399 jika Kualitas Pelayanan (X1), Mutu Produk (X2), dan Penetapan Harga (X3) bernilai nol.
2. Koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,306 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 tingkat, dengan Mutu Produk dan Penetapan Harga tetap, kepuasan konsumen menurun 0,306 tingkat.
3. Koefisien Mutu Produk (X2) sebesar 0,589 menunjukkan bahwa jika setiap peningkatan 1 tingkat, dengan Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga tetap, kepuasan konsumen menurun 0,589 tingkat.
4. Koefisien Penetapan Harga (X3) sebesar 0,49 berarti jika setiap peningkatan 1 tingkat, dengan Kualitas Pelayanan dan Mutu Produk tetap, menurunkan kepuasan konsumen 0,49 tingkat.
5. Berdasarkan uji Standardized Coefficient Beta pada Tabel , variabel yang paling dominan memengaruhi Kepuasan Konsumen (Y) adalah Mutu Produk (X2) dengan nilai 0,545, lebih besar dibanding variabel bebas lainnya.

Uji F Hitung (Simultan)

Tabel
Hasil Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	200.643	3	66.881	14.563	<.001 ^b
	Residual	165.332	36	4.593		
	Total	365.975	39			

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN
b. Predictors: (Constant), PENETAPAN HARGA, KUALITAS PELAYANAN, MUTU PRODUK

Hasil F hitung sebesar 14,653, sedangkan pada Ftabel 2,84 diperoleh dari perhitungan :

$$df 1 = k - 1 ; 3 - 1 = 2$$

$$df 2 = n - k ; 40 - 3 = 37 \quad \alpha = 5\% \text{ Nilai Ftabel nya sebesar } 2,84$$

Tabel menunjukkan Fhitung 14,563 > Ftabel 2,84 dengan sig. < 0,001 < 0,05, sehingga Kualitas Pelayanan (X1), Mutu Produk (X2), dan Penetapan Harga (X3) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Toko Fikfan Muara Teweh.

Uji T (Parsial)

Tabel
Hasil Uji T (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.399	3.394		0.707	0.484		
KUALITAS PELAYANAN	0.306	0.180	0.241	1.705	0.097	0.630	1.587
MUTU PRODUK	0.589	0.181	0.545	3.256	0.002	0.449	2.229
PENETAPAN HARGA	0.049	0.200	0.037	0.244	0.809	0.558	1.792

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Di dapatkan hasil uji Thitung dan diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Uji T menunjukkan nilai sig. Kualitas Pelayanan (X1) < 2,028, sehingga variabel ini tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Toko Fikfan Muara Teweh.
2. Uji T menunjukkan Mutu Produk (X2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Y), dengan sig. 0,001 < 0,05 dan thitung 3,256 > 2,028 di Toko Fikfan Muara Teweh.
3. Uji T menunjukkan Penetapan Harga (X3) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Y), dengan sig. 0,001 < 0,05 dan thitung 0,244 < 2,028 di Toko Fikfan Muara Teweh.

Uji Koefisien Determinasi R²

Tabel
Hasil Uji Koefisien Determinasi R²

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.740 ^a	0.548	0.511	2.143	2.071

a. Predictors: (Constant), PENETAPAN HARGA, KUALITAS PELAYANAN, MUTU PRODUK
b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Hasil uji menunjukkan nilai R Square 0,548 (54,8%), diperoleh dari pengkuadratan koefisien korelasi $0,740^2 = 0,547$. Artinya, Kualitas Pelayanan (X1), Mutu Produk (X2), dan Penetapan Harga (X3) berkontribusi 54,8% terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Toko Fikfan Muara Teweh, sedangkan 45,2% dipengaruhi variabel lain di luar penelitian.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian diatas maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Di Toko Fikfan Muara Teweh, kualitas layanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Toko Fikfan Muara Teweh.
3. Penetapan harga tidak mempunyai pengaruh parsial yang berarti terhadap kepuasan konsumen di Toko Fikfan Muara Teweh.
4. Di Toko Fikfan Muara Teweh, kepuasan konsumen dipengaruhi secara simultan oleh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga.
5. Mutu produk memiliki pengaruh terbesar terhadap kepuasan konsumen di Toko Fikfan Muara Teweh.

Saran

1. Kualitas Pelayanan tetap ditingkatkan meskipun tidak berpengaruh signifikan, demi menjaga citra dan kenyamanan pelanggan.
2. Mutu Produk dipertahankan dan ditingkatkan karena terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Penetapan Harga dievaluasi agar tetap kompetitif dan sepadan dengan kualitas produk.

4. Pendekatan Terintegrasi mengoptimalkan mutu produk, pelayanan, dan harga secara bersamaan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aswad, Syaiful., Realize., & Wangdra, Ronald. 2018. "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center". JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam). Volume 6, Nomor 2 (hlm. 77-85).
- Engkus. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Puskesmas Cibitung Kabupaten Sukabumi. Volume. 5, Nomor 2
- Fandy,Tjiptono & Anastasia,Diana,. (2010). Total Quality Management, Edisi Revisi, Yogyakarta: Andi Offset.
- Fandy,Tjiptono | PH.D. dan Gregorius,Chandra,(2015) Service Quality dan Statisfaction. Edisi 4, Yogyakarta: Andi Offset.
- Hardiansyah. 2018. Kualitas Pelayanan Publik (Edisi Revisi). Yogyakarta: Gava Media
- Karina Dwi Agustina, Arfah Habib Saragih. 2022. Learning Engagement Effect on Satisfaction, and Future Preferences of Online Tax Brevet. Jurnal Dinamika. pendidikan. Volume. 17, Nomor 1
- Kotler, Philip, dan Armstrong. 2004. Dasar-dasar Pemasaran, Edisi Kesembilan, PT. Indeks, Jakarta
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Jilid 2, Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Alih Bahasa: A.B. Susanto. Jilid 1 dan 2. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. 2012. Manajemen Pemasaran Jilid I. Diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Jakarta: Indeks.
- Kotler, & Armstrong. (2014). Principles of marketing. Pearson Australia.
- Kotler, & Ketler. (2010). Manajemen Pemasaran. Jurnal repository, Usu.
- Nasution, M. N. 2005. Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management, Edisi Kedua, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Prawirosentono. Suyadi. 2014. Manajemen Sumber Daya Manusia : Kebijakan Kinerja Karyawan : Kiat Membangun Organisasi Kompetitif Era Perdagangan Bebas Dunia. Rajawali Press : Jakarta
- Rivai, Veithzal dan Ella Jauvani Sagala. 2010. Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan. Jakarta: Rajawali Pers
- Suyitno. 2018. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penetapan Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien. Vol. 2 Nol.1
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- sugiyono. 2019. metode penelitian kuantitatif, kualitatif r&d. bandung: alfabeta
- Sugiyono 2015. Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2004. Metode Penelitian Bisnis, 51. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.CV

- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi, 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjiptono Fandy. 2001. Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2003. Total Quality Manajemen. Edisi Revisi. Andy: Yogyakarta
- Tjiptono. (2016). Strategi Pemasaran. library binus, No. 2 pp 1-2. Tjiptono, & Chandra . (2011). Kualitas . Malang: Bayumedia Publishing. Tjiptono. (2010). Konsep pemasaran . Malang: Bayumedia Publishing.
- Taqdees Fatima, S. A. Malik, Asma Shabbir. 2018. Hospital healthcare service quality, patient satisfaction and loyalty. DOI:10.1108/IJQRM-02-2017-0031
- Utami, Cristina Widya. 2006. Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel. Modern); Jakarta: Salemba Empat
- Virtina Thionita, B. (2018). Mengenal Lebih Mendalam Seputar Literasi Keuangan. <https://www.finansialku.com/literasi-keuangan/>
- Wibowo. 2012. Manajemen Kinerja. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Profil Penulis

Rima Puspita, S.E., M.M, Dosen Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Muara Teweh Jl. Berlian No 55, Kec. Teweh Tengah, Kota Muara Teweh, Kalimantan Tengah 73811
Email : rimapuspita228@gmail.com

Rahmi, Mahasiswa, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Muara Teweh Jl. Berlian No 55, Kec. Teweh Tengah, Kota Muara Teweh, Kalimantan Tengah 73811
Email : rahmi@gmail.com