

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

Latifah Izzati ¹⁾, Nuning Lisdiana ²⁾, Listyowati Puji Rahayu ³⁾

^{1) 2) 3)} Fakultas Komunikasi dan Teknik Informatika, Universitas Boyolali

Jalan Pandanaran 405, Boyolali

Email: latifahizzati09@gmail.com¹⁾, nuninglisdiana60@gmail.com²⁾,

Listyowatipujirahayu63@gmail.com³⁾

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, fasilitas dan harga mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen Homestay Pondok Merapi Selo. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menginap di homestay pondok merapi. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dengan sampel sebanyak 100 responden. Metode penelitian adalah metode kuantitatif. Pengujian instrumen data dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas, untuk analisis data digunakan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan uji hipotesis untuk mengetahui apakah antara variabel mempunyai hubungan yang signifikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan nilai $t_{hitung} 0,681 < t_{tabel} 1,984$ dan nilai $sig 0,498 > sig 0,05$ yang berarti tidak signifikan. Sedangkan variabel fasilitas secara parsial $t_{hitung} 2,879 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai $sig 0,005 > 0,05$ yang berarti signifikan. Dan variabel harga secara parsial nilai $t_{hitung} 2,879 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai $sig 0,005 > sig 0,05$ yang berarti signifikan. Hasil uji F $t_{hitung} 36,634 > nilai F_{tabel}$ dengan menggunakan α (alfa) 0,05 atau 5 % maka H_0 berhasil ditolak dan H_a diterima. Penolakan H_0 dibuktikan dengan hasil perhitungan bahwa nilai Sig (0,000) < dari α (alfa) 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel independen yakni kepuasan konsumen.

Kata kunci : *Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan Kepuasan Konsumen*

ABSTRACT

This study aims to determine whether the quality of service, facilities and prices affect the satisfaction of homestay Pondok Merapi Selo customers. The population in this study were consumers who stayed at homestays in Pondok Merapi. Data collection technique through the distribution of questionnaires with a sample of 100 respondents. The research method is a quantitative method. Testing of data instruments is carried out with validity and reliability tests, for data analysis, normality tests, multicholnearity tests, heteroskedasticity tests, autocorrelation tests, and hypothesis tests are used to find out whether between variables have a significant relationship. The results showed that the service quality variable of calculated t value of $0.681 < t_{of\ table} 1.984$ and the sig value of $0.498 > of\ sig\ of\ 0.05$ which means insignificant. While the facility variable partially $t_{counts} 2.879 > t_{table} 1.984$ and the sig value is $0.005 > 0.05$ which means significant. And the price variable is partially calculated t value $2.879 > t_{table} 1.984$ and sig value $0.005 > sig\ 0.05$ which means significant. The result of the F test calculated $36.634 > the\ value\ of\ the\ table\ F$ using the α (alpha) 0.05 or 5 % then H_0 was successfully rejected and H_a was accepted. Ho's refusal is evidenced by the calculation results that the value of Sig

(0.000) < of a (alpha) 0.05 so that it can be concluded that all independent variables simultaneously affect the independent variable, namely consumer satisfaction.

Keywords : *Quality of Service, Facilities, Price and Customer Satisfaction*

1. Pendahuluan

Dalam era 4.0 seperti sekarang ini persaingan bisnis dalam industri jasa yaitu perhotelan menjadi sangat tajam. Hal ini dapat kita lihat di Kota Boyolali dimana dalam beberapa tahun terakhir banyak sekali didirikan hotel-hotel baru dengan tipe dan kelas yang berbeda. Banyak terdapat berbagai macam tipe hotel, mulai dari hotel kelas bawah hingga hotel bintang lima. Boyolali juga memiliki homestay yang berkelas yang fasilitasnya tidak kalah jauh dengan hotel kelas mewah. Salah satunya Homestay Pondok Merapi yang berada di Selo. Selo merupakan salah satu kawasan wisata yang sudah sangat terkenal di Boyolali. Homestay Pondok Merapi ini merupakan salah satu penginapan yang ada disekitar kawasan wisata Selo. Homestay ini mampu bersaing terhadap homestay-homestay yang berada di sekitar kawasan wisata Selo dengan membuat acuan homestay yang berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen.

Agar dapat bertahan dan menang dalam persaingan homestay ini dituntut untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan. Tidak hanya kualitas pelayanan saja alangkah baiknya fasilitas dan harga juga harus ditingkatkan, sehingga nantinya akan membuat konsumen merasa lebih puas

Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang pertama adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan jaminan terbaik atas kesetiaan pelanggan, pertahanan terkuat kita dalam menghadapi persaingan asing dan satu-satunya jalan menuju pertumbuhan juga pendapatan yang langgeng. Kualitas pelayanan sebagai salah satu cara yang dilakukan demi menciptakan rasa nyaman terhadap konsumen agar mereka merasakan kepuasan yang diharapkan. Faktor yang tidak ketinggalan penting adalah harga. Harga merupakan nilai suatu barang yang dinyatakan dengan bentuk uang. Harga yang terjangkau nampaknya menjadi alternatif pemilihan para pengguna jasa hotel maupun penginapan sebagai tempat persinggahannya. Selain kualitas pelayanan dan harga hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan untuk mencapai kepuasan konsumen adalah dengan tersedianya fasilitas. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen.

Dengan adanya kualitas pelayanan, fasilitas dan harga yang baik dalam suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi konsumen. Setelah konsumen merasa puas akan jasa yang diberikan, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen benar-benar merasa puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk menginap di tempat yang sama. Oleh sebab itu perusahaan harus mulai memikirkan betapa pentingnya pelayanan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, fasilitas dan harga karena semakin disadari bahwa pelayanan, fasilitas dan harga merupakan aspek yang sangat penting untuk bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Dari latar belakang tersebut dapat ditarik identifikasi masalah pada penelitian ini yaitu

- 1) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
- 2) Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen
- 3) Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen
- 4) Adanya pesaing usaha sejenis yang berada di lokasi yakni Nuansa Baru dan Ibnu Hajar

- 5) Lahan parkir yang kurang luas
- 6) Kurangnya tenaga kerja

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan terdapat beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
2. Apakah ada pengaruh secara parsial antara fasilitas terhadap kepuasan konsumen
3. Apakah ada pengaruh secara parsial antara harga terhadap kepuasan konsumen
4. Apakah ada pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan fasilitas dan harga mempengaruhi kepuasan konsumen Homestay Pondok Merapi Selo. Penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh tinggi dan menambah pengetahuan serta studi kepustakaan.

2. Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis

Secara umum manajemen merupakan pengendalian serta pemanfaatan seluruh faktor dan sumber daya yang dari suatu perencanaan (rencana) diperlukan buan mencapai atau menuntaskan suatu tugas atau tujuan-tujuan tertentu. Pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, perencanaan harga, promosi dan distribusi ide-ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individu dan tujuan organisasi (Eri Susan 1, 2019).

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar bisa memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen (Adi et al., 2018). Indikator kualitas pelayanan diantaranya yaitu bukti langsung (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tangkap (*responsiveness*), empati (*emphaty*), jaminan (*assurance*).

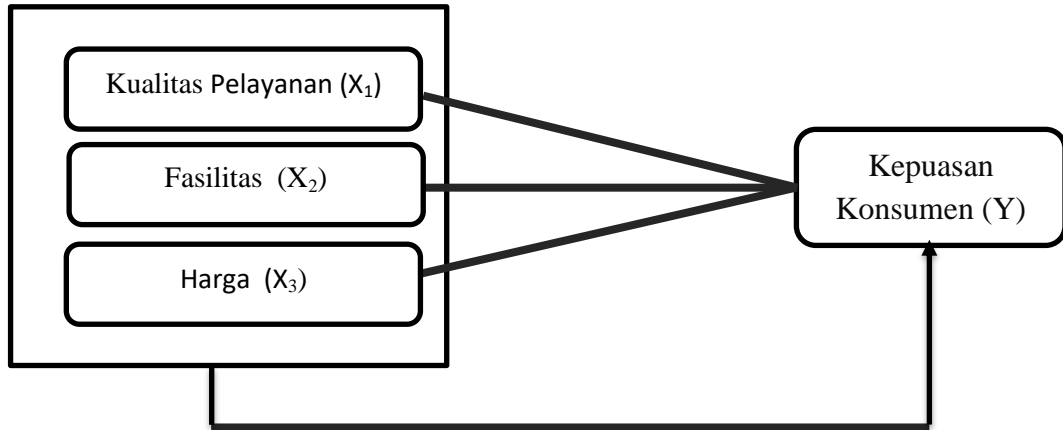
Fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen (Ali & Khuzaini, 2017). Fasilitas juga bisa kita artikan sebagai sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan maksimal. Indikator variabel fasilitas di antaranya yaitu : perencanaan spasial, perencanaan ruang, perlengkapan, ata cahaya dan warna, pesan-pesan yang disampaikan secara grafis

Menurut Kotler dalam Fardani harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk itu. Harga sebagai jumlah uang yang ditagih atas suatu produk atau jasa dan jumlah dani nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk (Mariansyah & Syarif, 2020). Indikator variabel harga di antaranya yaitu : keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan manfaat, kesesuaian harga dengan fasilitas, kesesuaian harga dengan pelayanan, adanya paket promo atau diskon

Kepuasan konsumen di definisikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Saputra, 2017). Indikator kepuasan konsumen diantaranya yaitu : perasaan puas, selalu membeli produk, merekomendasikan kepada orang lain, terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk

Kerangka pemikiran atau kerangka teoritis merupakan proses jalannya penelitian dari sejumlah keseluruhan penelitian yang dilakukan. Berdasarkan teori diatas, adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 2.6.1 Kerangka Pemikiran



3. Metode Penelitian

Peneliti menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menuntut angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan hasilnya. Kemudian pada tahap kesimpulan penelitian akan lebih baik bila disertai dengan gambar,tabel, grafik atau tampilan lainnya (Suci et al., 2020). Teknik pengumpulan data dalam penelitian dilakukan dengan wawancara,observasi, angket (kuesioner) dan studi dokumentasi.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan emudia ditarik kesimpulannya (Tools, 2017). Populasi dalam penelitian in adalah konsumen yang menginap di Homestay Pondok Merapi Selo

Sampel adalah sebagian dari populasi adalah bagian populasi yang diharapkan dapat mewakili populasi penelitian tersebut (Tools, 2017). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Sampel dalam penelitian in adalah konsumen yang menginap di Pondok Merapi Selo. Adapun jumlah sampel tersebut diperoleh dari perhitungan yang dikemukakan oleh Wibisono (Anonym, 2010 : 31) di dala bukunya jika populasinya tidak diketahui secara pasti, dan berikut rumus sampel menurut Lemeshow :

$$n = \left(\frac{Z\alpha/2}{e} \right)^2$$
$$= \left(\frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right)^2$$
$$= 96,04 \text{ atau } 100 \text{ sampel}$$

Dimana :

n = Ukuran Sampel

$Z\alpha = \alpha = 0,05$, maka $Z_{0,05} = 1,96$

σ = Standar Deviasi Populasi

e = Tingkat Kesalahan

Jadi penelitian ini sampel yang akan diambil sebesar 96,04 dibulatkan menjadi 100 responden. Sedangkan pengambilan sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling*. *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data, Sugiyono(2017 : 124)

3.1 Model Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey. Dalam penelitian survey, informasi yang dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Dari perhitungan diketahui nilai r hitung $>$ r tabel dengan nilai standar 0,197, jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa semua butir pertanyaan dalam variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan harga maupun kepuasan konsumen dinyatakan valid karena nilai standar tabel

2. Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua pernyataan adalah reliabel. Hal ini dapat dilihat dari nilai *Cronbach Alpha* (0,633, 0,901, 0,848, 0,901) $>$ 0,7 dengan nilai variabel fasilitas dan kepuasan konsumen menunjukkan tingkat reliabel paling tinggi yakni 0,901

4.2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.65713245
Most Extreme Differences	Absolute	.104
	Positive	.104
	Negative	-.072
Test Statistic		.104
Asymp. Sig. (2-tailed)		.064 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan hasil uji normalitas bahwa semua item pertanyaan berupa variabel kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan terhadap kepuasan konsumen yaitu berdistribusi normal, karena nilai Asymp. Sig. (2 tailed) 0,064 dari masing-masing variabel $>$ 0,05

2. Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.531	2.788			
KUALITAS PELAYANAN	.115	.170	.047	.965	1.036
FASILITAS	.227	.079	.294	.444	2.250
HARGA	.488	.110	.456	.439	2.278

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas bahwa semua item pertanyaan berupa variabel kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan kepuasan konsumen yaitu tidak terjadi multikolinearitas, dari hasil koefisien regresi didapatkan bahwa nilai tolerance variabel kualitas pelayanan $0,965 > 0,10$ dan nilai VIF $1,036 < 10$ nilai tolerance variabel fasilitas $0,444$ dan nilai VIF $2,225 < 10$, nilai tolerance variabel harga $0,439$ dan nilai VIF $2,278 < 10$. Oleh karena itu data yang digunakan dalam penelitian ini tidak ada multikolinearitas antara variabel bebas dalam model regresi

3. Uji Heterokedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.247	1.869		2.273	.025
	KUALITAS PELAYANAN	.037	.114	.031	.327	.744
	FASILITAS	.058	.053	.155	1.098	.275
	HARGA	-.070	.065	-.177	-1.077	.284

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan koefisien untuk variabel independen kualitas pelayanan, fasilitas dan harga mempunyai nilai signifikan $> 0,05$ yang artinya dalam penelitian ini tidak terdapat gejala heteroskedastisitas

4. Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.236 ^a	.056	.029	1.80619	1.476

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS

b. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa item pernyataan dari variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan harga dalam penelitian ini adalah tidak ada keputusan hal tersebut ditunjukkan oleh nilai $DU < DW$ yakni $1,476 < 1,736 = 0,736$

4.3. Analisis regresi berganda

Persamaan regresi yang diperoleh dari perhitungan tersebut adalah sebagai berikut :

$$Y = 5,531 + 0,115 X_1 + 0,227 X_2 + 0,488 X_3$$

Dimana :

- Y = Kepuasan Konsumen
- a = Nilai Konstanta
- X₁ = Variabel Kualitas Pelayanan
- X₂ = Variabel Fasilitas
- X₃ = Variabel Harga
- e = *error term* (diabaikan)

Dari persamaan diatas dapat diketahui bahwa :

- 1) Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,115 berarti setiap terjadi kenaikan, nilai kualitas pelayanan (X₁), maka akan menaikkan nilai kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,115
- 2) Koefisien regresi fasilitas sebesar 0,227 berarti setiap terjadi kenaikan, nilai fasilitas (X₂), maka akan menaikkan nilai kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,227
- 3) Koefisien regresi harga sebesar 0,488 berarti setiap terjadi kenaikan, nilai harga (X₃), maka akan menaikkan nilai kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,488

4.4. Pengujian Hipotesis

1. Uji t

Dari perhitungan uji t dapat di simpulkan bahwa :

1. Nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan 0,681 < t_{tabel} 1,984 dan nilai sig 0,498 > sig 0,05 yang berarti tidak signifikan, maka Ho diterima dan Ha ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dengan kata lain variabel kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen
2. Nilai t_{hitung} variabel fasilitas 2,879 > t_{tabel} 1,984 dan nilai sig 0,005 > sig. 0,05 yang berarti signifikan, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dengan kata lain variabel fasilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Nilai t_{hitung} variabel harga 4,444 > 1.984 dan nilai sig 0,000 < sig. 0,05 yang berarti signifikan maka Ho ditolak dan Ha diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dengan kata lain variabel harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

2. Uji F

Dari perhitungan uji f dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} 36,634 > nilai F_{tabel} 2,70 dengan menggunakan α (alfa) 0,05 atau 5 % maka Ho berhasil ditolak dan Ha gagal ditolak. Penolakan Ho dibuktikan dengan hasil perhitungan bahwa nilai Sig. (0,000) < dari α(alfa) = 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen secara simultan

mempengaruhi variabel dependen yakni kepuasan konsumen Homestay Pondok Merapi Selo

3. Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil uji koefisien tereminasi dapat dilihat besar nilai Adjusted R square sebesar 0,509, hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan harga secara bersama-sama mampu menjelaskan variabel kepuasan konsumen sebesar 50 % selebihnya 50 % dijelaskan oleh variabel lain seperti lokasi, potongan harga dan lain-lain selain variabel-variabel yang diteliti.

5. Kesimpulan

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil perhitungan uji-t (parsial) di peroleh t_{hitung} variabel kualitas pelayanan $0,681 < t_{tabel} 1,984$ dan nilai $sig 0,498 > sig 0,05$ yang berarti tidak signifikan, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sedangkan t_{hitung} variabel fasillitas $2,879 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai $sig 0,005 > sig 0,05$ yang berarti signifikan, maka H_0 di tolak dan H_a diterima. Untuk t_{hitung} variabel harga $2,879 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai $sig 0,005 > sig 0,05$ yang berarti signifikan, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hasil perhitungan uji F diketahui bahwa nilai $F_{hitung} 36,634 > nilai F_{tabel} 2,70$ dengan menggunakan α (alfa) 0,05 atau 5 % maka H_0 berhasil ditolak dan H_a gagal ditolak. Penolakan H_0 dibuktikan dengan hasil perhitungan bahwa nilai $Sig. (0,000) < dari \alpha (alfa) = 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen yakni kepuasan konsumen Homestay Pondok Merapi Selo

2. Berdasarkan perhitungan nilai Adjusted R square sebesar 0,509, hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan harga secara bersama-sama mampu menjelaskan variabel kepuasan konsumen sebesar 50 % selebihnya 50 % dijelaskan oleh variabel lain seperti lokasi, potongan harga dan lain-lain selain variabel-variabel yang diteliti.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan kesimpulan diatas, adapun beberapa saran yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen Homestay Pondok Merapi Selo Boyolali antara lain sebagai berikut :

1. Homestay Pondok Merapi Selo meningkatkan kualitas pelayanan, fasilitas dan harga agar konsumen semakin mengenal dan percaya pada homestay ini. Dengan cara seperti berikut ini :

- a. Memberikan respon yang cepat dan tanggap terhadap konsumen
- b. Mendengar keluhan pelanggan
- c. Meminta masukan dari konsumen yang bisa meningkatkan kualitas pelayanan,

fasilitas dan harga Homestay Pondok Merapi

2. Kepuasan konsumen harus dipertahankan bahkan cenderung ditingkatkan supaya ada ikatan emosional dengan konsumen dapat tercapai. Hal ini dilakukan dengan memenuhi kebutuhan konsumen dengan baik dan maksimal dan meminimalisir kesalahan saat pelayanan terhadap konsumen

3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk memperluas obyek penelitian dan tidak hanya meneliti pengaruh variabel kualitas pelayanan fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen saja. Tetapi juga meneliti faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, D. O. R. K., Fathoni, A., & Hasiolan, L. B. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cke Teknik Semarang. *Journal of Management*, 4(4), 1–22.
- Ali, M. T. R., & Khuzaini. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Rumah. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(9), 1–20.
- Apriyadi, D. (2017). Analisis Pengaruh Ketepatan Waktu , Fasilitas Kereta Api Di Stasiun Purwosari. *Magistra*, 29(99), 71–83.
<http://journal.unwidha.ac.id/index.php/MAGISTRA/article/view/882/35%0Ahttps://one-search.id/Record/IOS616.article-882>
- Aziz, N., & Putra, Y. E. (n.d.). *NASABAH PT BANK RAKYAT INDONESIA CABANG PADANG* Nazarudin Aziz , Yosep Eka Putra. 71–86.
- Dwi A, E. (2017). Jurnal Manajemen Pemasaran. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Janna, N. M. (2020). Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS. *Artikel : Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI) Kota Makassar, 18210047*, 1–13.
- Layanan, K., Kepuasan, D., Quality, S., & Satisfaction, C. (2017). *137 Pengaruh Harga.. ... Anggriana, dkk. e-ISSN:2541-2566 p-ISSN:2088-916X*. 7(2), 137–156.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14.
- Saputra, S. T. (2017). *DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA IPHONE (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang)*. 50(6), 85–95.
- Suci, W., Pendidikan, J., & Islam, A. (2020). *PENGARUH MEDIA PEMBELAJARAN TERHADAP HASIL BELAJAR AL- ISLAM DI SMA MUHAMMADIYAH 1 GISTING KABUPATEN TANGGAMUS TAHUN PELAJARAN 2019 / 2020*.
- Sugiyono. (2018). BAB III Objek dan Metode Penelitian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(147), 1689–1699.
- Susepti, D. (2017). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN*

DAN LOYALITAS TAMU HOTEL (Studi tentang Persepsi Tamu Hotel Mahkota Plengkung Kabupaten Banyuwangi). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 50(5), 27–36.

Tools, J. M. (2017). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN INDIHOME SEBAGAI PENYEDIA JASA INTERNET Di KOTA MEDAN* . 7(1), 65–76.

Yuniarti, P., Wianti, W., & Nurgaheni, N. E. (2020). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Islam*, 2(3), 169–176.
<https://doi.org/10.36407/serambi.v2i3.207>