



LAPORAN PENELITIAN

JUDUL:

**PENGARUH REPUTASI MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO
SPAREPART MOTOR SUTEJO NGANJUK**

Oleh:

Aldafa Tito Ramanda Putra	(2112010406)
Dian Kusumaningtyas, M.M.	(0703108302)
Dodi Kusuma Hadi Soedjoko, S.H., M.M.	(0715127402)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
JUNI 2025**

HALAMAN PENGESAHAN

- | | |
|------------------------------------|---|
| 1. Judul Penelitian | : Pengaruh Reputasi Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Sparepart Motor Sutejo Nganjuk |
| 2. Ketua | |
| a. Nama Lengkap | : Aldafa Tito Ramanda Putra |
| b. NPM | : 2112010406 |
| c. Fak/Prodi | : FEB/Manajemen |
| d. Alamat Rumah | : Jl. Teuku Umar, Desa Ploso, Kecamatan Nganjuk, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur 64417 |
| e. Telp./HP | : 0812 3015 3878 |
| f. Email | : aldafa.tito858@gmail.com |
| 3. Jangka waktu Penelitian | : 6 bulan |
| 4. Pembiayaan | : |
| a. Diajukan ke YPLP-PT PGRI Kediri | : - |
| b. Dari sumber lain | : Rp 10.000.000 |
| Jumlah Seluruhnya | : Rp 10.000.000 |

Mengetahui,
Kaprodi Manajemen



Restin Meilina, M.M.
NIDN. 0721058605

Kediri, 30 Juni 2025
Ketua,



Aldafa Tito Ramanda Putra
NPM, 2112010406



Menyetujui,
Kepala Prodi Ekonomi dan Bisnis

Anam Tolari, M.Si.
NIDN. 0715078102

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.

Laporan penelitian dengan judul “Pengaruh Reputasi Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Sparepart Motor Sutejo Nganjuk” ini ditulis guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri. Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.M. Selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Dr. Amin Tohari, M.M Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Restin Meilina, M.M. Selaku Kaprodi Manajemen.
4. Dian Kusumaningtyas, M.M. Selaku Dosen Pembimbing 1.
5. Dodi Kusuma Hadi S., S.H., M.M. Selaku Dosen Pembimbing 2.
6. Ayah dan Ibu, serta keluarga yang telah memberi dukungan, do’a, motivasi, dan materi.
7. Teman-teman, Sahabat, dan yang teristimewa untuk diri saya sendiri yang telah mampu dalam menyelesaikan proposal skripsi ini, dan memotivasi diri untuk bersemangat menyelesaikannya.
8. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu menyelesaikan proposal ini.

Disadari bahwa laporan penelitian ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan tegur sapa, kritik, dan saran-saran, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri, 30 Juni 2025



Aldafa Tito Ramanda Putra
NPM. 2112010406

RINGKASAN

Persaingan bisnis di sektor suku cadang kendaraan semakin meningkat, baik dari toko fisik maupun platform e-commerce. Agar dapat bertahan, toko harus memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Toko Sparepart Motor Sutejo Nganjuk menghadapi tantangan dalam mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang ketat. Dalam konteks ini, reputasi merek, kualitas pelayanan, dan persepsi harga menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap kepuasan pelanggan di toko ini.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan Toko Sparepart Motor Sutejo Nganjuk, kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan validitas dan reliabilitas data, termasuk uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, serta uji autokorelasi. Selanjutnya, untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen digunakan uji t, sedangkan untuk menguji pengaruh variabel independen secara simultan digunakan uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi merek memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, namun dengan arah negatif. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun merek toko sudah dikenal, persepsi pelanggan terhadap reputasi merek belum optimal. Sementara itu, kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya, semakin baik pelayanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Di antara ketiga variabel, persepsi harga memiliki pengaruh paling dominan dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pelanggan cenderung lebih memperhatikan kesesuaian harga dengan kualitas produk yang mereka dapatkan, sehingga strategi penetapan harga yang kompetitif sangat berperan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan temuan ini, disarankan agar Toko Sparepart Motor Sutejo Nganjuk meningkatkan strategi pemasaran untuk memperbaiki citra merek, meningkatkan kualitas pelayanan melalui pelatihan staf, serta menyesuaikan strategi harga agar lebih sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan kepuasan konsumen dapat terus meningkat dan loyalitas pelanggan dapat terjaga.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
RINGKASAN	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Tujuan Penelitian	4
BAB II KAJIAN TEORI	5
A. Kepuasan Konsumen	5
B. Reputasi Merek.....	7
C. Kualitas Pelayanan	10
D. Persepsi Harga	13
BAB III METODE PENELITIAN	16
A. Deskripsi Metode Penelitian.....	16
B. Rincian Proses Pengumpulan Data.....	16
C. Sasaran Penelitian.....	17
D. Instrumen Penelitian	18
E. Prosedur Analisis Data	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	27
A. Hasil Penelitian.....	27
B. Pembahasan	36
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	39
A. Kesimpulan.....	39
B. Saran	39
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN.....	46

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Nilai Skala Likert	19
Tabel 3. 2 Kisi – Kisi Instrumen Penelitian	19
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Instrumen	22
Tabel 3. 4 Reliabilitas Instrumen Penelitian	23
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	27
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	28
Tabel 4. 4 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	28
Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban terhadap Variabel Reputasi Merek (X1)	29
Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	29
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban terhadap Variabel Persepsi Harga (X3).....	30
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	31
Tabel 4. 9 Uji Multikolonieritas	32
Tabel 4. 10 Uji Autokorelasi	33
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Linier Berganda.....	34
Tabel 4. 12 Hasil Uji Determinasi.....	35
Tabel 4. 13 Hasil Uji t	35
Tabel 4. 14 Hasil Uji F	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas.....	32
Gambar 4. 2 Uji Heteroskedastisitas	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Ijin Penelitian	47
Lampiran 2: Surat Balasan Penelitian Dari Perusahaan.....	48
Lampiran 3: Instrumen Penelitian.....	49
Lampiran 4: Tabulasi Angket.....	55
Lampiran 5. Berita Acara Bimbingan	59
Lampiran 6: Dokumentasi.....	61
Lampiran 7: Artikel Yang Dipublikasikan.....	62

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Toko Sparepart Motor Sutejo Nganjuk merupakan usaha ritel suku cadang motor yang melayani bengkel, mekanik, dan pengguna pribadi. Dalam operasionalnya, toko ini menghadapi keluhan pelanggan terkait pelayanan yang lambat, informasi produk yang kurang jelas, harga yang dinilai kurang bersaing, serta pengalaman belanja yang belum konsisten. Kondisi ini menunjukkan perlunya peningkatan pada reputasi merek, kualitas pelayanan, dan strategi harga untuk menjaga kepuasan pelanggan di tengah persaingan yang semakin ketat.

Pemasaran merupakan proses yang melibatkan penciptaan, penyampaian, dan penyediaan nilai bagi konsumen melalui berbagai kegiatan terorganisir (Mustafa et al., 2024). Tujuan utama pemasaran adalah memenuhi kebutuhan konsumen dan membangun hubungan yang saling menguntungkan. Dalam upaya tetap kompetitif, memahami faktor-faktor penentu kepuasan konsumen menjadi sangat penting (Rombe & Parinsi, 2023). Dalam jangka pendek, pemasaran bertujuan untuk menarik perhatian konsumen baru dan menghasilkan penjualan. Namun, dalam jangka panjang, fokus pemasaran adalah mempertahankan konsumen yang sudah ada dengan memberikan pengalaman positif yang konsisten. Untuk mencapai tujuan tersebut, memahami konsep kepuasan konsumen menjadi hal yang krusial, karena kepuasan konsumen tidak hanya mendukung keberhasilan pemasaran jangka pendek, tetapi juga menjadi dasar untuk membangun hubungan jangka panjang yang berkelanjutan.

Kepuasan konsumen adalah tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan setelah menggunakan suatu produk atau layanan, yang dipengaruhi oleh harapan, pengalaman, dan persepsi mereka terhadap kualitas, harga, serta pelayanan yang diberikan. Kepuasan konsumen mencerminkan sejauh mana kebutuhan dan harapan mereka terpenuhi oleh produk atau layanan (Kristianto

& Wahyudi, 2019). Kepuasan ini muncul ketika pengalaman konsumen sesuai atau melebihi ekspektasi, sementara ketidakpuasan terjadi jika harapan tidak tercapai. Jika konsumen merasa puas, besar kemungkinan mereka akan tetap loyal dan melakukan pembelian ulang di masa mendatang (Wicaksana, 2020). Kepuasan konsumen sangatlah penting dicapai oleh suatu perusahaan karena dengan kepuasan konsumen yang bagus tentu akan bisa membuat konsumen loyal (Nurkariani & Kurniantara, 2022). Produk akan gagal jika tidak mampu memberi kepuasan konsumennya (Dilla et al., 2022). Studi sebelumnya yang menganalisis Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, mengemukakan bahwa Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen (Wibowo, 2020).

Reputasi merek di Toko Sparepart Motor Sutejo Nganjuk saat ini sudah cukup dikenal di kalangan pelanggan tetap, khususnya bengkel dan mekanik, karena konsistensinya dalam menyediakan suku cadang yang lengkap dan kualitas produk yang dapat diandalkan. Namun, di tengah persaingan yang semakin ketat dengan toko lain dan platform daring, reputasi merek toko ini mulai menghadapi tantangan akibat munculnya persepsi negatif dari sebagian konsumen terkait pelayanan yang lambat, harga yang kurang kompetitif, dan pengalaman belanja yang belum konsisten. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan reputasi merek yang lebih baik diperlukan untuk menarik pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan lama. Dalam persaingan industri suku cadang, konsistensi kualitas, ketersediaan produk, serta transparansi harga menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan dan kepuasan konsumen. Oleh sebab itu, memahami pengaruh reputasi merek terhadap kepuasan pelanggan menjadi langkah strategis untuk meningkatkan layanan dan daya saing toko. Reputasi merek merupakan aset yang berharga bagi perusahaan dan Menjadi elemen krusial yang turut menentukan pilihan konsumen terhadap merek atau produk (Reggina et al., 2024). Penelitian terdahulu yang mengkaji pengaruh reputasi merek terhadap kepuasan

konsumen menegaskan bahwa reputasi merek terbukti mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Irene & Artina, 2025).

Toko Sparepart Motor Sutejo Nganjuk, upaya untuk memberikan layanan terbaik terus dilakukan, namun masih terdapat ruang untuk peningkatan, terutama dalam hal kecepatan respons, penyampaian informasi produk, serta konsistensi pengalaman pelanggan. Kualitas layanan yang diberikan perusahaan sangat memengaruhi kepuasan konsumen (Abdul et al., 2021). Kualitas pelayanan menjadi faktor yang paling berpengaruh dalam membangun kepercayaan pelanggan, sehingga perusahaan perlu memberikan perhatian serius terhadap peningkatan berbagai aspek yang mendukung mutu pelayanan kepada konsumen (Harahap, 2024). Tingginya mutu pelayanan yang diberikan berbanding lurus dengan tingginya kepuasan pelanggan (Elliyana et al., 2022). Mutu layanan mendorong terbentuknya ikatan antara pelanggan dan perusahaan yang menguntungkan kedua belah pihak dalam jangka panjang (Kusumaningtyas, 2016). Penelitian terdahulu yang mengamati pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada, menunjukkan bahwa jika kualitas pelayanan mengalami kenaikan, maka kepuasan konsumen akan meningkat (Rohman, 2020).

Toko Sparepart Motor Sutejo Nganjuk, penetapan harga menjadi perhatian utama karena konsumen cenderung membandingkan harga dengan toko lain sebelum melakukan pembelian. Beberapa pelanggan juga mengharapkan penyesuaian harga dengan daya beli mereka. Kebijakan harga yang kompetitif dan sesuai dengan persepsi nilai konsumen menjadi hal yang penting untuk meningkatkan kepuasan serta mendorong loyalitas pelanggan. Harga merupakan faktor penting dalam menentukan kepuasan konsumen (Tarisca et al., 2024). Harga pun memainkan peran penting dalam membentuk keputusan pembelian konsumen (Marisca et al., 2024). Semakin meningkatnya persepsi harga maka semakin meningkat juga keputusan pembelian (Prabowo et al., 2024). Penelitian terdahulu yang menganalisis pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, menyimpulkan bahwa

persepsi harga secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Suandi & Rahayu, 2025).

Namun, kajian mengenai pengaruh gabungan variabel-variabel tersebut dalam industri ritel suku cadang masih terbatas. Penelitian ini bertujuan mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis interaksi faktor-faktor tersebut pada Toko Sparepart Motor Sutejo Nganjuk, sebuah bisnis kecil di Indonesia.

Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen, hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan layanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen, tetapi juga menjadi masukan praktis bagi pelaku bisnis ritel. Ini penting untuk memastikan bahwa layanan yang disediakan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, meningkatkan kepuasan konsumen, dan mendukung pertumbuhan bisnis, khususnya di sektor UMKM.

Berdasarkan fenomena dan kesenjangan penelitian yang telah disampaikan mengenai reputasi merek, kualitas pelayanan, dan persepsi harga, penulis tertarik untuk mengangkat penelitian dengan judul: “Pengaruh Reputasi Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Sparepart Motor Sutejo Nganjuk”.

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang, berikut ini disajikan beberapa tujuan dari penelitian ini, di antaranya:

1. Untuk menganalisis pengaruh reputasi merek terhadap tingkat kepuasan konsumen di Toko Sparepart Motor Sutejo Nganjuk.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen di Toko Sparepart Motor Sutejo Nganjuk.
3. Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap tingkat kepuasan konsumen di Toko Sparepart Motor Sutejo Nganjuk.
4. Untuk mengetahui hubungan antara reputasi merek, kualitas pelayanan, dan persepsi harga secara bersama-sama terhadap tingkat kepuasan konsumen di Toko Sparepart Motor Sutejo Nganjuk

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, M., Sani, I., Sudirman, A., Noviany, H., Taher Rambe, M., Raflina, R., Adnan, Y., Abdurrohman, Adha, S., Fajar, F., Pujilestari, S., & Widiati, I. K. E. M. E. (2021). Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar Dan Strategi). In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Masita, Taqwin, Sari, M. E., & Ardiawan, K. N. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In N. Saputra (Ed.), *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*.
- Algifari. (2022). Mengukur Kualitas Layanan. In *Stie Ykpn Yogyakarta* (Edisi 2). Stie Ykpn Yogyakarta.
- Brilian, S. C., & Haris, M. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. *Solusi*, 21(3), 300. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i3.7171>
- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty : Tinjauan Teoritis. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Dilla, K., Sabilla, E. N., & Muslih, B. (2022). Analisis Kualitas Produk, Celebrity Endorser, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Ms Glow Outlet Kertosono. *Simposium Manajemen Dan Bisnis I Prodi Manajemen Feb Unp Kediri Tahun 2022*, 457–463.
- Elliyana, E., Agustina, T. S., Kadir, H., Yuliani, & Imanuddin, B. (2022). Dasar Dasar Pemasaran. In *Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta: Salemba Empat*.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Sleman: Deepublish Publisher.
- Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Produk Dan Merek. In Qiara Media (Ed.), *Cv Penerbit Qiara Media* (Issue August).
- Harahap, K. (2024). Strategi Bisnis. In *Journal Of Chemical Information And Modeling* (Vol. 58, Issue 9).
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif. In H. Abadi (Ed.), *Revista Brasileira De Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1). Cv. Pustaka Ilmu Editor:
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. In *Unitomo Press* (Vol. 11, Issue 1). Unitomo Press. http://ScioteCa.Caf.Com/Bitstream/Handle/123456789/1091/Red2017-Eng-8ene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://Www.Researchgate.Net/Publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari

- Irawan, H. (2015). *Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan* (Edisi 3). Gramedia.
- Irene, S. A., & Artina, N. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Reputasi Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel San Motor. *Dedikasi : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(02), 132–137. <https://doi.org/10.70004/Dedikasi.V4i02.143>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Marketing An Introducing Pretiece Hall Twelfth Edition. England : Pearson Education, Inc.*
- Kotler, P., & Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran* (12th Ed.). Pt Indeks.
- Kristianto, A. D., & Wahyudi, T. A. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Pada Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 2(2), 117–126. <https://doi.org/10.36407/Jmsab.V2i2.74>
- Kusuma, A. H. P., Sudirman, A., Purnomo, A., Aisyah, S., Sahir, S. H., Salmiah, A. R., Halim, F., Napitupulu, A. W. D., & Simarmata, J. (2020). Brand Management: Esensi, Posisi Dan Strategi. In A. Rikki (Ed.), *Yayasan Kita Menulis* (Issue February 2021). Yayasan Kita Menulis.
- Kusumaningtyas, D. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Pada Rumah Sakit X Di Kota Malang. *Jurnal Nusamba*, 1(1), 68–76.
- Lesmana, N., Hakim, I., Sanjaya, A., Marsin, I. S., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., & Jamal, I. (2022). *Manajemen Pemasaran* (H. Herman (Ed.)). Strategy Cita Semesta.
- Magdalena, Endayana, B., Pulungan, A. I., Maimunah, & Dalimunthe, N. D. (2021). Metode Penelitian. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). Penerbit Buku Literasiologi Anggota. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/red2017-eng-8ene.pdf?sequence=12&isallowed=Y%0ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regs-ciurbeco.2008.06.005%0ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_sistem_pembetulan_terpusat_strategi_melestari
- Makalew, G. A., Mananeke, L. L., & Tawas, H. N. (2016). Analisis Pengaruh Reputasi Merek, Kualitas Layanan, Dan Loyalitas Nasabah Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Nasabah Taplus Anak Pt Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Manado. *Jurnal Emba*, 4(3), 531–544. <https://doi.org/10.35794/Emba.4.3.2016.14248>
- Marisca, R. P. R., Kusumaningtyas, D., & Paramitha, D. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Umkm “Baksokuy.Id” Di Kabupaten Tulungagung. *Simposium Manajemen Dan Bisnis Iii Program Studi Manajemen - Feb Unp Kediri*, 3, 192–202.
- Marwiyah, S. (2023). *Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik Di Era*

Digitalisasi. 219.

- Mustafa, F., Fani, R., Miftahuddin, M. A., Hapsari, I., Dwiyantri, R., Wibowo, U. D. A., Azizah, S. N., Satata, D. B. M., & Kharismasyah, A. Y. (2024). Manajemen Pemasaran. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). Pt Penamudamedia.
[Http://ScioteCa.Caf.Com/Bitstream/Handle/123456789/1091/Red2017-Eng-8ene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://Www.Researchgate.Net/Publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari](http://ScioteCa.Caf.Com/Bitstream/Handle/123456789/1091/Red2017-Eng-8ene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://Www.Researchgate.Net/Publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari)
- Nurkariani, N. L., & Kurniantara, G. Y. (2022). Pentingnya Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Artha Satya Dharma*, 15(1), 27–32. <https://doi.org/10.55822/Asd.V15i1.238>
- Parawansa, D. A. S. (2024). *Strategi Branding* (A. Asari & A. P. Aslam (Eds.)). Solok: Pt Mafy Media Literasi Indonesia.
- Pasaribu, B., Herawati, A., Utomo, K. W., & Aji, R. H. S. (2022). Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi Dan Bisnis. In A. Muhaimin (Ed.), *Uup Academic Manajemen Perusahaan Ykpn*. Media Edu Pustaka.
https://Repository.Uinjkt.Ac.Id/Dspace/Bitstream/123456789/65013/1/Metodologi_Penelitian.Pdf
- Prabowo, M. D., Arifin, S. R., Darmawan, B. S., & Rohman, M. F. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel Anugerah Kertosono. *Simposium Manajemen Dan Bisnis*, 3(2018), 1365–1375.
- Purwanto. (2018). Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas Dan Reliabilitas Penelitian Ekonomi Syariah. In *Revista Brasileira De Linguística Aplicada* (Issue December). Staiapress.
- Reggina, R., Anggraini, D., & Sulaiman, F. (2024). Pengaruh Reputasi Merek Dan Kesadaran Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Starbucks. *Investasi : Inovasi Jurnal Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(1), 1–12.
<https://doi.org/10.59696/Investasi.V2i1.30>
- Rifa'i, K. (2023). Membangun Loyalitas Pelanggan. *Zifatama Publisher*, 1–191.
[Http://Digilib.Iain-Jember.Ac.Id/693/1/Buku_Membangun_Loyalitas_Pelanggan_Oleh_Dr._Khamdan_Rifa'i%2c_Se.%2cm.Si.Pdf](http://Digilib.Iain-Jember.Ac.Id/693/1/Buku_Membangun_Loyalitas_Pelanggan_Oleh_Dr._Khamdan_Rifa'i%2c_Se.%2cm.Si.Pdf)
- Rohman, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel Mr.Montir Citayam. In *Derema (Development Research Of Management): Jurnal Manajemen*.
- Rombe, E., & Parinsi, W. K. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Internasional Pada Pt Indofood Cbp Sukses Makmur Tbk (Icbp). *Sibatik Journal*, 2(6), 1885–1890. <https://Publish.Ojs-Indonesia.Com/Index.Php/Sibatik>
- Saat, S., & Mania, S. (2020). *Pengantar Metodologi Penelitian* (Muzakkir (Ed.)).

Penerbit Pusaka Almaida.

- Sahir, S. H. (2022). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Kbm Indonesia.
- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *Cidea Journal*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.56444/Cideajournal.V2i2.775>
- Silvana, I., & Soegiri, H. (2021). Analisis Pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan Dan Empati Terhadap Kepuasan Pasien Yang Melakukan Pemeriksaan Laboratorium Di Laboratorium Rsud Jaraga Sasameh Buntok. *Kindai*, 17(2), 1–23. <https://ejournal.stiepancasetia.ac.id/Kindai/Article/View/647>
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Ghetta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2020). Brand Marketing: The Art Of Branding. In A. Sudirman (Ed.), *Cv. Media Sains Indonesia* (Issue January).
- Soesana, A., Subakti, H., Salamun, S., Tasrim, I. W., Karwanto, K., Falani, I., Bukidz, D. P., & Pasaribu, A. N. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Suandi, T. A., & Rahayu, S. (2025). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Vespa Garage Ciputat. *Ilmiah Swara Manajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)*, 3(3), 285–292. <https://doi.org/10.32493/jism.V5i2>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta Cv.
- Sukendra, I. K., & Atmaja, I. K. S. (2019). Instruments Penelitian. In *Crafty Oligarchs, Savvy Voters*. Mahameru Press. <https://doi.org/10.1017/9781108694247.012>
- Sulistiyowati, W. (2018). Kualitas Layanan: Teori Dan Aplikasinya. In S. B. Sartika & T. Multazam (Eds.), *Usmida Press* (Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/Red2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isallowed=Y%0ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regs-ciurbeco.2008.06.005%0ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari
- Tarisca, K., Yuliana, L., & Perkasa, D. H. (2024). *The Influence Of Perceived Quality On Brand Credibility*. 23–32.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran (Edisi Keempat). Yogyakarta: Cv Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Andi Offset.
- Wibowo, T. J. K. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Reputasi Merek Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Bengkel Tria Honda Motor Service Surabaya). *Stiesia Surabaya*.

- Wibowo, T. S., Asir, M., Abduh Anwar, M., & Wijaya, E. (2022). Efektifitas Strategi Penetapan Harga Produk Barang Pada Daya Beli Konsumen : Studi Literature Teguh. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 3(5), 2987–2996. [Http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej](http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej)
- Wicaksana, W. (2020). Pentingnya Kepuasan Pelanggan Pada Suatu Bisnis. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. [Https://Doi.Org/10.38035/Jmpis](https://doi.org/10.38035/jmpis)
- Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, Khairunnisa, Lestari, S. M. P., Wijayanti, D. R., Devriany, A., Hidayat, A., Dalfian, Nurcahyati, S., Sjahriani, T., Armi, Widya, N., & Rogayah. (2023). Buku Ajar Metodologi Penelitian. In *Cv Science Techno Direct*.