

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN SUASANA TOKO
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO SOCIOLLA
KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Program Studi Manajemen



OLEH :

MEISINTA ELFIRTA AMIRUDIN

NPM : 2112010243

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2025

Skripsi oleh :

MEISINTA ELFIRTA AMIRUDIN

NPM : 2112010243

Judul :

**“PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN SUASANA TOKO
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO SOCIOLLA
KEDIRI”**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada Panitia Ujian/Sidang Skripsi Prodi
Manajemen FLB UN PGRI Kediri

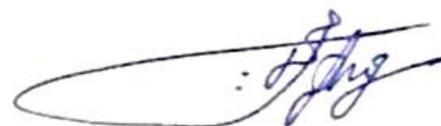
Tanggal: 30 Juni 2025

Pembimbing I



Dr. Samari, M.M.
NIDN. 0712026201

Pembimbing II



Hery Purnomo, M.M.
NIDN. 0713076803

Skripsi oleh :

MEISINTA ELFIRTA AMIRUDIN

NPM : 2112010243

Judul :

**“PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN SUASANA TOKO
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO SOCIOLLA
KEDIRI”**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi

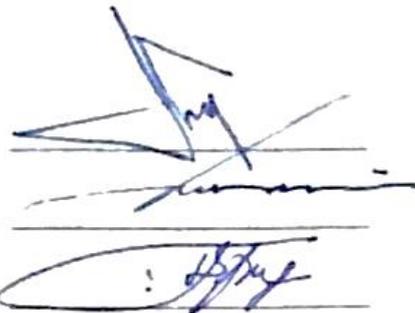
Prodi Manajemen FEB UN PGRI Kediri

Pada tanggal: 09 Juli 2025

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

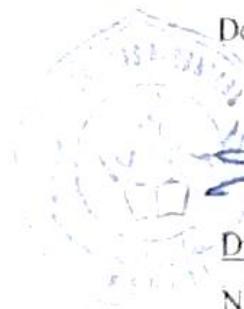
Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. Samari, M.M.
2. Penguji I : M. Zuhdi Sasongko, M.MT.
3. Penguji II : Hery Purnomo, M.M.



Mengetahui,

Dekan FEB



Dr. Amin Tohari, M.St

NIDN. 0715078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Meisinta Elfirta Amirudin
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/tgl. Lahir : Nganjuk/23 Mei 2003
NPM : 2112010243
Fak/Jur./Prodi : FEB/SI/Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 20 Juni 2025

Yang Menyatakan



MEISINTA ELFIRTA AMIRUDIN

NPM: 2112010243

Motto:

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”
(QS. Al-Baqarah:286)

“Orang lain ga akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories* nya saja. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun ga ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini. Tetap berjuang ya”

Kupersembahkan karya ini untuk:

Untuk seluruh keluargaku tercinta

Terkhusus untuk Ibu dan Bapak. Orang hebat yang selalu menjadi penyemangat saya sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia.

Yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta.

Terima kasih untuk semua berkat do'a dan dukungan ibu dan bapak saya bisa berada dititik ini. Sehat selalu.

ABSTRAK

Meisinta Elfirta Amirudin Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Sociolla Kediri.

Kata kunci: harga, kualitas pelayanan, suasana toko, kepuasan pelanggan, kuantitatif

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Sociolla Kediri” ini membahas tentang pengaruh langsung Harga, Kualitas Pelayanan, dan Suasana Toko terhadap Kepuasan Pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri, dengan sampel sebanyak 40 responden yang diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel. Analisis data dilakukan dengan uji validitas, reliabilitas, regresi linear berganda, uji t, uji F, serta uji koefisien determinasi (R^2). *Software* yang digunakan untuk menganalisis adalah IBM SPSS *Statistics 27*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, kualitas pelayanan dan suasana toko berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sementara variabel harga tidak berpengaruh signifikan. Namun secara simultan, ketiga variabel independen yaitu harga, kualitas pelayanan, dan suasana toko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa 67,1% variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Untuk peneliti di masa yang akan datang, disarankan untuk menambah jumlah peserta dan memperluas area penelitian sehingga hasil yang diperoleh dapat lebih optimal.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kami panjatkan ke Hadirat Allah SWT yang maha kuasa karena hanya atas karunia-Nya penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Penyusunan skripsi ini merupakan bagian dari penelitian guna memenuhi sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen

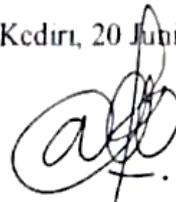
Dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Zainal Afandi, M.Pd., selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri karena telah memberikan motivasi kepada mahasiswa untuk menyelesaikan proposal ini.
2. Bapak Dr. Amin Tohari, M,SI. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri karena telah memberikan motivasi kepada mahasiswa.
3. Ibu Restin Meilina, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri karena telah memberikan semangat kepada mahasiswa untuk tidak pernah lelah dalam mengerjakan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Samari, M.M. selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu dan memberi bimbingan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi.
5. Bapak Hery Purnomo, M.M selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan perhatian penuh dalam proses penyusunan skripsi.
6. Toko Sociolla Kediri selaku perusahaan yang saya buat untuk menjadi objek penelitian ini, dan pelanggan yang berkenan ikut berpartisipasi menjadi responden dalam penelitian skripsi ini.
7. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan semangat kepada penulis serta dukungan dan doa yang tak henti dipanjatkannya.
8. Sahabat peneliti, Vita, Widya, Riski, Najihah, dan Agis, terima kasih atas kebaikan, kesenangan, dukungan, dan doa kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan tegur sapa, kritik, dan saran-saran, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Akhirnya, disertai harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak yang berkepentingan, khususnya bagi dunia pendidikan, meskipun hanya ibarat setitik air bagi samudra luas.

Kediri, 20 Juni 2025



MEISINTA ELFIRTA AMIRUDIN

NPM. 2112010243

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Kepuasan Pelanggan.....	7
1. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	7
2. Tujuan Kepuasan Pelanggan	7
3. Faktor – faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	8
4. Ciri – Ciri Kepuasan Pelanggan	8
5. Indikator Kepuasan Pelanggan	9
B. Harga	10
1. Pengertian Harga	10

2.	Tujuan Harga.....	11
3.	Faktor – faktor yang mempengaruhi Harga	12
4.	Macam – macam Harga.....	13
5.	Indikator Harga	14
C.	Kualitas Pelayanan	15
1.	Pengertian Kualitas Pelayanan.....	15
2.	Tujuan Kualitas Pelayanan.....	15
3.	Prinsip Prinsip Kualitas Pelayanan.....	16
4.	Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan	16
5.	Indikator Kualitas Pelayanan	17
D.	Suasana Toko	18
1.	Pengertian Suasana Toko	18
2.	Tujuan Suasana Toko.....	19
3.	Macam – macam Suasana Toko.....	19
4.	Faktor-faktor yang memengaruhi Suasana Toko	20
5.	Indikator Suasana Toko	21
E.	Kerangka Berpikir	22
1.	Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	22
2.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	23
3.	Pengaruh Suasana toko terhadap Kepuasan Pelanggan	24
4.	Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Suasana Toko terhadap Kepuasan Pelanggan.....	24
F.	Hipotesis	25
BAB III: METODE PENELITIAN.....		27
A.	Desain Penelitian.....	27
B.	Definisi Operasional.....	28
C.	Alat, Bahan, dan Instrumen Penelitian	28
D.	Populasi dan Sampel	33
E.	Prosedur Penelitian.....	35
F.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	38
G.	Teknik Analisis Data	38

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Hasil Penelitian	42
B. Pembahasan	61
BAB V: PENUTUP.....	66
A. Kesimpulan	66
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	72

DAFTAR TABEL

Tabel	halaman
1.1 Survei Pendahuluan.....	3
3.1 Skala Likert.....	30
3.2 Pengembangan Instrumen	30
3.3 Hasil Uji Validitas	31
3.4 Hasil Uji Reliabilitas	33
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian	45
4.4 Deskripsi Data Variabel Kepuasan Pelanggan.....	45
4.5 Deskripsi Data Variabel Harga.....	48
4.6 Deskripsi Data Variabel Kualitas Pelayanan	49
4.7 Deskripsi Data Variabel Suasana Toko	51
4.8 Hasil Uji Linieritas Variabel Harga.....	53
4.9 Hasil Uji Linieritas Variabel Kualitas Pelayanan.....	54
4.10 Hasil Uji Linieritas Variabel Suasana Toko	54
4.11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	56
4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	57
4.13 Hasil Uji T Parsial	59
4.14 Hasil Uji F Simultan.....	60
4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar	halaman
2.1 Kerangka Konseptual	25
4.1 Hasil Uji Grafik Probability Plot	55
4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	halaman
1: Surat Izin Penelitian	72
2: Berita Acara	73
3: Instrumen Penelitian	75
4: Tabulasi Data Penelitian	79
5: Output SPSS	83

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan manusia selalu berubah seiring dengan perkembangan teknologi dan pengetahuan, dan perubahan gaya hidup yang cepat. Produk kecantikan dan perawatan tubuh menjadi salah satu segmen industri yang telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun belakangan ini. Dalam konteks ini, kosmetik bukan hanya sekedar alat kecantikan, tetapi juga menjadi bagian dari identitas dan ekspresi diri bagi banyak orang, terutama wanita. Kosmetik berfungsi untuk meningkatkan rasa percaya diri dan penampilan, serta memenuhi harapan sosial untuk tampil menarik di depan publik.

Berdasarkan data dari (Nabilaturrahmah & Siregar, 2022), penggunaan kosmetik sudah menjadi unsur yang tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan masyarakat, khususnya di kalangan wanita yang berstatus sosial dan ekonomi bervariasi. Tren Penggunaan produk kecantikan di Indonesia mencerminkan bahwa pertumbuhan yang signifikan. Para produsen kosmetik berlomba - lomba menciptakan produk inovatif yang tidak hanya memenuhi tetapi juga melebihi ekspektasi konsumen. Persaingan sengit dalam pasar kosmetik tidak lepas dari kemunculan berbagai merek baru yang menawarkan produk dengan harga yang kompetitif. Penetapan harga yang tepat menjadi Salah satu elemen yang sangat krusial dalam strategi pemasaran, dikarenakan harga berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan. Berdasarkan pendapat Kotler, harga adalah salah satu komponen paling fleksibel dari bauran pemasaran, yang bisa diubah dengan cepat untuk mengatasi perubahan pasar. Setiap produsen harus memahami cara menakar permintaan pasar dan kemampuan bersaing dalam menetapkan harga yang tidak hanya menarik pelanggan tetapi juga dapat menutupi biaya operasional dan memberikan

keuntungan yang diharapkan. Kualitas pelayanan juga berperan krusial dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan mencakup aspek-aspek seperti keandalan, responsif, keterampilan karyawan, dan perhatian yang diberikan kepada pelanggan. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik menghasilkan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Menurut Kotler, salah satu indikator utama kesuksesan sebuah perusahaan ritel adalah seberapa baik mereka dapat memenuhi dan melampaui harapan pelanggan dalam hal layanan.

Suasana toko merupakan faktor lain yang berkontribusi besar terhadap pengalaman berbelanja pelanggan. Suasana menciptakan lingkungan yang mendukung, yang dapat membuat pelanggan merasa nyaman dan lebih lama berada di toko. Elemen seperti tata letak, pencahayaan, musik, dan aroma toko semua berperan dalam menciptakan suasana yang positif. Dalam studi oleh Fajar Saputro & Muhammad, ditemukan bahwa suasana toko yang nyaman dapat mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian impulsif serta meningkatkan kemungkinan kunjungan ulang ke toko tersebut.

Toko Sociolla di Kediri merupakan salah satu peritel kosmetik yang telah menjadi pilihan utama bagi konsumen di Kota Kediri. Dengan menekankan pada kualitas pelayanan, penawaran produk yang bervariasi, dan penciptaan suasana belanja yang nyaman, Sociolla berusaha untuk tetap bersaing di pasar yang semakin padat ini. Fokus Sociolla pada pengalaman berbelanja telah menjadikannya tujuan utama bagi banyak pelanggan yang mencari produk kosmetik berkualitas dengan layanan yang memuaskan.

Namun, di tengah persaingan yang ketat ini, terdapat sejumlah tantangan yang harus dihadapi oleh Sociolla. Misalnya, harga produk yang ditawarkan harus tetap kompetitif agar tidak kehilangan momentum di pasar. Selain itu, kualitas pelayanan yang terus menerus dipertahankan sangat penting untuk memastikan bahwa pelanggan tidak hanya datang berbelanja, tetapi juga kembali lagi di masa depan. Tantangan lain datang dari suasana toko, di mana penataan barang, desain interior, dan elemen-elemen yang mendukung harus dikelola dengan baik untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang optimal.

Tabel 1.1 Survei Pendahuluan

No.	Variabel	Responden	Persentase
1.	Produk lengkap	4	10%
2.	Suasana toko	8	20%
3.	Lokasi mudah dijangkau	5	12,5%
4.	Harga terjangkau	10	25%
5.	Pelayanan ramah	8	20%
6.	Banyak diskon	5	12,5%
Total		40	100%

Sumber: Data diolah penulis, 2025

Sebagai tahap pertama untuk mendalami faktor-faktor tersebut, studi ini akan menginvestigasi pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan suasana toko terhadap kepuasan pelanggan di Toko Sociolla Kediri. Dengan menentukan seberapa signifikan pengaruh setiap faktor terhadap kepuasan pelanggan.

Diharapkan akan ditemukan cara yang lebih efisien guna meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan di waktu yang akan datang. Penelitian ini juga memiliki tujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih jelas mengenai dinamika pasar kosmetik di Indonesia, sehingga pemangku kepentingan dapat menyusun strategi bisnis yang lebih efektif.

Dalam menghadapi tantangan yang ada, Toko Sociolla diharapkan dapat terus beradaptasi dengan perubahan kebutuhan dan preferensi konsumen, serta menerapkan strategi yang berbasis data untuk menarik pelanggan baru mempertahankan yang sudah ada. Upaya-upaya ini diharapkan bukan saja untuk meningkatkan profitabilitas, tetapi juga untuk menciptakan citra merek yang positif di mata konsumen.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menjadi sekadar akademik, tetapi juga relevan untuk praktik bisnis yang lebih baik. Kesimpulannya, industri kosmetik di Indonesia, khususnya Toko Sociolla, berhadapan dengan tantangan dan peluang yang signifikan. Dengan memahami dan mengelola faktor – faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, Sociolla dapat terus tumbuh dan berkontribusi pada perkembangan industri kosmetik di tanah air.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah ditetapkan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga produk yang ditawarkan oleh Toko Sociolla Kediri berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Toko Sociolla Kediri mempengaruhi kepuasan pelanggan?
3. Apakah suasana toko, termasuk elemen fisik dan *atmosfer*, berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Toko Sociolla Kediri?
4. Apakah ada pengaruh simultan antara harga, kualitas pelayanan, dan suasana toko terhadap kepuasan pelanggan di Toko Sociolla Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga produk yang ditawarkan oleh Toko Sociolla Kediri terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi seberapa signifikan harga berpengaruh dalam mempengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan berbelanja pelanggan.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Toko Sociolla Kediri terhadap kepuasan pelanggan. Fokus dari tujuan ini adalah untuk memahami berbagai elemen dalam pelayanan yang dapat meningkatkan atau menurunkan tingkat kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengevaluasi pengaruh suasana toko, termasuk elemen fisik dan *atmosfer*, terhadap kepuasan pelanggan di Toko Sociolla Kediri. Tujuan ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor suasana yang dapat menciptakan pengalaman berbelanja yang positif bagi pelanggan.
4. Untuk menganalisis pengaruh simultan antara harga, kualitas pelayanan, dan suasana toko terhadap kepuasan pelanggan di Toko Sociolla Kediri. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi interaksi antara ketiga variabel tersebut dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan berbagai manfaat, baik secara teoritis maupun praktis, terkait dengan pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan suasana toko terhadap kepuasan pelanggan di Toko Sociolla Kediri.

1. Manfaat Teoritis:

Penelitian ini memiliki potensi untuk memberikan sumbangan bagi pengembangan teori dalam pemasaran ritel. Diharapkan hasil dari kajian ini dapat menambah kekayaan literatur yang berkaitan dengan elemen-elemen yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, serta memberi wawasan tambahan bagi peneliti lain yang tertarik untuk mempelajari topik yang sama. Dengan menganalisis hubungan antara variabel-variabel tersebut, studi ini juga diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian di masa yang akan datang yang berorientasi pada kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Praktis:

- a. Bagi Perusahaan: Hasil dari studi ini diharapkan dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai elemen-elemen yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Toko Sociolla Kediri. Pengetahuan ini dapat mendukung pihak manajemen dalam merancang strategi yang lebih efisien untuk meningkatkan harga yang bersaing, meningkatkan kualitas pelayanan, serta menciptakan lingkungan toko yang lebih menyenangkan bagi pelanggan.
- b. Bagi Konsumen: Studi ini akan menyajikan data yang berguna bagi pembeli tentang aspek-aspek yang harus diperhatikan saat menentukan lokasi berbelanja. Dengan mengetahui lebih jelas tentang elemen-elemen yang mempengaruhi kepuasan mereka, konsumen dapat membuat keputusan belanja yang lebih informasi dan memuaskan.
- c. Bagi Peneliti: Penelitian ini tidak hanya akan menjadi pengalaman dan pengetahuan bagi peneliti, tetapi juga membuka kemungkinan penerapan disiplin ilmu yang dipelajari di perguruan tinggi terhadap realitas praktis di industri ritel.
- d. Bagi Universitas: Hasil dari studi ini diharapkan bisa memperkaya koleksi bacaan di perpustakaan universitas dan berfungsi sebagai sumber referensi

bagi peneliti lain serta mahasiswa yang memiliki minat pada topik yang dibahas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanti, W. P., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 85–94.
<https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.257>
- Artameviah, R. (2022). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Dwi Poetra, R. (2020). BAB II Tinjauan Pustaka Bab II Tinjauan Pustaka 2.1. 1–64. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Fajar Saputro, & Muhammad Jalari. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Roti Bakar. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(3), 266–285. <https://doi.org/10.54066/jurma.v1i3.639>
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- Kotler, P., & Keller, K. (n.d.). *Marketing Management (13th Edition)*.
- Kurnia Sari, R. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pembagian Margin Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Dalam Melakukan Pembiayaan Pada BTPN Syariah Metro*.
- Magdalena, O. D., & Purnomo, H. (2024). *Analisis Kepuasan Konsumen Dari Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Pelayanan Penjualan Terhadap Rumah Bibit Buah Sigit Nganjuk*.
- Nabilaturrahmah, A., & Siregar, S. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Brand Image, dan e-WOM terhadap Minat Beli Produk Somethinc pada Followers Instagram @somethincofficial. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(7), 41–49. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6534500>
- Nurriqli, A., Efendi, B., Arief, I., Purnomo, H., & Rokhmawati, D. (2024). *The*

Role Of WOM And Price Perception In Herbalife Product Purchasing Decisions Peran WOM Dan Persepsi Harga Dalam Keputusan Pembelian Produk Herbalife. 5(2), 5754–5761.

- Putri, N. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Buana Informatika Cbi*, 6(1), 037–043. <https://doi.org/10.53918/jbicbi.v6i1.48>
- Rachman, A., Indonesia, U. P., & Purnomo, H. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d* (Issue January).
- Resti. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1, 12(2004)*, 6–25.
- Santosa, S., & Luthfiyyah, P. P. (2020). Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan di Gamefield Hongkong Limited. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran, 10(1)*, 1–7.
- Sholikah, A., Septi Fauji, D. A., & Purnomo, H. (2024). *Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pusat oleh-oleh gtt kediri. 3(2021)*, 203–212.
- Sugawara, E., & Nikaido, H. (2014). Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Servis Bengkel Pt. Bengawan Abadi Motor (Nasmoco Solo Baru). *Antimicrobial Agents and Chemotherapy, 58(12)*, 7250–7257.
- Veronica, C. M., Subagyo, & Purnomo, H. (2024). *Pengaruh kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian ponsel iphone. 3*, 919–927.
- Wardhani, F. K., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Pelanggan Coffee Shop Rustic Market Surabaya. *Jurnal Sains Sosio Humaniora, 5(1)*, 510–521. <https://doi.org/10.22437/jssh.v5i1.14169>
- Wati, E. A. (2020). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1, 12(2004)*, 6–25.

Widayat, W., & Purwanto, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Keberagaman Produk, Suasana Toko Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Tradisional Wonosobo. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(1), 123–132.

<https://doi.org/10.32500/jebe.v2i1.1458>

Wijaya, F., & Sujana. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Word Of Mouth (Studi Kasus Pada The Jungle Waterpark Bogor)*. 1(1), 9–18.