PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BENGKEL ANUGERAH KERTOSONO

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)

Pada Program Studi Manajemen

OLEH :

ARIEL JASON SETIAWAN

NPM : 19.1.02.02.0174

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2024

.

Skripsi

oleh :

ARIEL JASON SETIAWAN
NPM: 19.1.02.02.0174

Judul :

PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BENGKEL ANUGERAH KERTOSONO

Telah Diseminarkan Dan Disetujui Untuk Dilanjutkan

Guna Penulisan Skripsi / Tugas Akhir

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal :

Dosen Pembimbing I,	Dosen Pembimbing II.
EDY DJOKO S, S.E, M.M	**RONY KURNIAWAN, M.M.**
NIDN : 0715106203	**NIDN : 0730076804**

Skripsi oleh :

ARIEL JASON SETIAWAN
NPM: 19.1.02.02.0174

Judul :

PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BENGKEL ANUGERAH KERTOSONO

Telah dipertahankan didepan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri
Pada tanggal : Kamis, 11 Juli 2024

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua Penguji : Edy Djoko S, S.E, M.M
2. Penguji I : Rino Sardanto, S.Pd.,M.Pd.
3. Penguji II : Rony Kurniawan, M.M

Mengetahui,
Dekan FEB,

Dr. Amin Tohari, M.Si
NIDN. 0715078102

KATA PENGANTAR

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

Penysunan sempro ini merupakan bagian dari rencana penelitian guna penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Zainal Afandi, M.Pd. Selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepadamahasiswa.
2. Bapak Dr. Subagyo, M.M., selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepadamahasiswa.
3. Restin Meilina, S.E, M.M., selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepadamahasiswa.
4. Bapak Rony Kurniawan, M.M Selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dalam penyusunan sempro.
5. Orang tua, keluarga, dan teman-teman yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis, baik dari sisi moril maupun materiel.
6. Sahabat, dan teman-teman saya yang sudah menemani saya saat saya membutuhkan.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan masukan, kritik, dan saran-saran yang membangun, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri, 14 Juli 2024

ARIEL JASON SETIAWAN

NPM:19.1.02.02.0174

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

LEMBAR PERSETUJUAN ii

LEMBAR PENGESAHAN iii

LEMBAR PERNYATAAN iv

MOTOO DAN PERSEMBAHAN v

ABSTRAK vi

KATA PENGANTAR vii

DAFTAR ISI viii

DAFTAR TABEL ix

DAFTAR GAMBAR x

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Identifikasi Masalah 6
C. Batasan Masalah 6
D. Rumusan Masalah 7
E. Tujuan Penelitian 7
F. Manfaan Penelitian 8

BAB II KAJIAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA BERFIKIR, HIPOTESIS

A. Kajian Teori 10
B. Penelitian Terdahulu 22
C. Kerangka Berfikir 24
D. Hipotesis 28

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 29
B. Populasi, Sampel, Dan Teknik Sampling 29
C. Defisi Operasional Variabel 30
D. Jenis Dan Sumber Data 32
E. Instrumen Penelitian 32

F. Teknik Analisis Data 37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subjek Penelitia 41
B. Distribusi Data Variabel 44
C. Analisis Data Hasil Penelitian 48
D. Pembahasan 57

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan 61
B. Saran 62

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 13

Tabel 3.1 Definiisi Operasional Variabel 22

Tabel 3.2 Kisi-kisi Kuesioner Penelitian 25

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas 26

Tabel 3.4 Hasil Uji Realibilitas 27

Tabl 4.1 Karekteristik berdasarkan jenis kelamin 34

Tabel 4.2 Karekteristik berdasarkan usia 34

Tabel 4.3 Hasil Skor Kuesioner untuk Harga 35

Tabel 4.4 Hasil Skor Kuesioner untuk Kualitas Pelayanan 36

Tabel 4.5 Hasil Skor Kuesioner untuk Kepercayaan 37

Tabel 4.6 Hasil Skor Kuesioner untuk Kepuasan Pelanggan 38

Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas 39

Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolonielitas 40

Tabel 4.9 Hasil Uji Autokorelasi Durbin-Watson 42

Tabel 4.10 Hasil Uji Linieritas 42

Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda 43

Tabel 4.12 Hasil Uji Determinasi 45

Tabel 4.13 Hasil Uji t (Parsial) 46

Tabel 4.14 Hasil Uji f (Simultan) 47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas 50

Abstrak

Ariel Jason Setiawan : Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Anugerah Kertosono, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2024

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Mobil Anugerah Kertosono. Penelitian kuantitatif ini menggunakan metode eksplanatori dengan 40 responden yang merupakan pelanggan bengkel tersebut.

Data dikumpulkan melalui angket dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas pelayanan, dan kepercayaan secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, ketiga faktor ini berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan di bengkel tersebut.

Bengkel Anugerah Kertosono dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menjaga harga yang kompetitif, meningkatkan kualitas pelayanan, dan membangun kepercayaan pelanggan.

Kata Kunci: Harga, kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan pelanggan, bengkel mobil.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada dunia bisnis saat ini, persaingan dalam hal bisnis semakin kuat. Persaingan yang semakin kuat ini memaksa para pebisnis untuk mampu meningkatkan kinerja perusahaan yang dikelola agar dapat bersaing dipasar. Perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut Kotler dan Amstrong (2017) Perusahaan harus dapat memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan konsumen. Kepuasan adalah kunci utama utntuk memenangkan persaingan pada usaha bisnis yang dijalaninya.

Pada bidang jasa saatini telah mengalami peningkatan yang cukupbaik dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Dinamika yang terjadi pada sektor jasa seperti perbankan, asuransi, penerbangan, telekomunikasi, ritel, pariwisata dan perusahaan – perusahaan jasa lainnya.

Bersamaan dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, konsumsi akan kebutuhan primer seperti sandang, pangan, papan, semakin meningkat. Begitu juga dengan kebutuhan untuk produk– produk jasa yang timbul dari kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan konsumen. Menurut Kotler (2018:36) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang seseorang atau kekecewaan yang dirasakan seorang konsumen setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa. Pelanggan yang merasa puas dengan pelayananyang telah diberikan adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen dan juga akan berbagi rasa dengan konsumen

lain. Apabila kepuasan terjadi, maka baik produsen maupun konsumen akan sama sama diuntungkan.

Menciptakan kepuasan konsumen tidak bisa diraih dengan mudah, tetapi membutuhkan proses yang panjang, diantaranya melalui harga, kualitas pelayanandan kepercayaan yang stretegis yang dapat diberikan kepada konsumen untuk meyakinkan konsumen agar tetap loyal pada produk atau jasa yang kitatawarkan. Usaha bisnis yang saat ini ikut merasakan persaingan adalah bisnis bengkel servis mobil. Persaingan yang semakin kuat pada saat ini ditandai dengan makin banyaknya bengkel-bengkel bermunculan, baik bengkel resmi atau pun bengkel-bengkel umumya. Harga serta pelayanan yang ditawarkan pun beragam, dengan memberikan harga dan pelayanan yang beragam akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap bengkel. Dengan berkembangnya pasar mobil saat ini membuat persaingan yang begitu kuat antar produsen mobil. Setiap perusahaan memiliki strategi yang berbeda dalam menghadapi persaingan. Banyaknya bengkel-bengkel yang ada, maka akan meningkatkan persaingan untuk memperoleh konsumen sebanyak-banyaknya, setiap bengkel menawarkan keunggulan mutu pelayanan yang berbeda.

Saat ini telah bermunculan berbagai macam bengkel motor maupun mobil yang menawarkan perawatan mesin untuk motor dan mobil para konsumen. Sekarang ini masyarakat sudah mulai memperhatikan dan merawat kendaraan mereka dengan baik. Hal itu karena mengingat perawatan mesin kendaraan juga sangat berpengaruh terhadap kenyamanandan keselamatan bagi pengendaranya. Kini perawatan

kendaraan menjadi kebutuhan yang penting dilakukan oleh masyarakat.

Hal ini karena pelanggan sudah mulai lebih kritis dalam mengambil keputusan untuk melakukan jasa perbaikan sepeda motor. Saat ini, konsumen menuntut kualitas pelayanan yang baik, keramahan karyawan, kenyamanan, kualitas hasil servis, kewajaran biaya, informasi yang jelas hingga kemudahan konsumen mengakses lokasi bengkel merupakan beberapa pedoman bagi konsumen untuk membandingkan antara kinerja yang telah diberikan oleh pihak perusahaan dan harapan konsumen.

Bengkel yang baik adalah bengkel yang memperhatikan kualitas pelayanan, harga yang lebih murah dibanding pesaing sesuai dengan target pasarnya, serta memperhatikan lokasi usaha yang stetegis agar dapat menimbulkan presepsi yang baik bagi konsumen dan dapat dijangkau dengan mudah oleh konsumen. Saat ini usaha jasa perbengkelan sangat berkembang di Nganjuk, hal itu dapat dilihat dari banyaknya usaha perbengkelan yang ada, baik usaha bengkel resmi maupun bengkel nonresmi.

Presepsi konsumen terhadap jasa yang ditawarkan adalah tentang harga diberikan juga mempengaruhi kepuasan konsumen. Pada dasarnya harga ditentukan oleh biaya produk atau jasa yang diberikan. Jika penetapan harga tepat dan sesaui dengan kemampuan beli konsumen, maka konsumen akan memilih produk atau jasa tersebut, karena konsumen bersedia menerima harga apabila yang diberikan sesuai dengan kebutuhan pelanggan, sehingga pelanggan juga akan merasa puas oleh apa yang diterima.

Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler (2019: 131), harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Industri menetapkan harga dalam bermacam metode. Dan didukung penelitian yang di lakukan oleh Pramularso (2019) dengan judul pengaruh pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di PT Setiajaya Mobilindo Sosial. Dengan hasil yang menunjukan bahwa pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Selain harga Persepsi konsumen terhadap jasa yang ditawarkan adalah tentang kualitas pelayanan, yang mana kualitas pelayanan terkait dengan 5 dimensiutama yakni *tangiable* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *empaty* (empati), dan *assurance* (jaminan) Kualitas Pelayanan yang baikadalah salah satu kunci kesuksesan sebuahusaha. Kualitas pelayanan Menurut Rusydi (2017:45) kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan dengan pesaingan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mariati (2022) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada bengkel Roda Mas Auto Prima Jalan Gatot Subroto Medan dengan hasil yang menunjukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Namun tidak menjadi hal baru lagi jika kercayaan pelanggan yang menjadi salah satu faktor kepuasan pelanggan, hal ini disebabkan apabila penggan sudah mempercayai dengan hasil jasa yang kita berikan maka pelanggan juga akan mersa puas dan akan terus berlangganan. Menurut

Minor (2017:175) Kepercayaan konsumen atau *customer trust* adalah keyakinan, kepercayaan dan pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen tentang suatu objek atau produk terkait berbagai atribut dan manfaatnya. Atribut adalah karakteristik atau fitur yang mungkin dimiliki atau tidak dimiliki oleh oleh objek. Sedangkan manfaat adalah hasil positif yang diberikan kepada konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhardi (2022) dengan judul Analisis Pengaruh Kepecayaan, Kualitas Layanan, Dan Nilai Pelanggan Bengkel Mobil Ravito Pro dengan hasil yang menunjukan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Bengkel Mobil Anugrah telah memberikan pelayanan yang baik, harga yang terjangkau dan Kepercayaan bagi pelanggan yang tinggi untuk konsumen. Hal yang menarikdan berbeda pada bengkel Mobil Anugerah ini adalah dengan menawarkan keunggulan harga yang terjangkau untuk konsumennya, tempat tunggu yang bersih dan nyaman, kualitas hasil servis yang baik hingga menawarkan garansi servis maupun potongan harga servis untuk konsumen yang telah loyal melakukan servis di bengkel Anugerah, fasilitas pendukung seperti pemberian minuman gratis kepada para konsumen bengkel. Permasalahannya adalah dengan adanya penawaran yang lebih baik dan lebih menarik dari bengkel lainnya, maka banyak konsumen yang lebih memilih datang dan melakukan perawatan mobil atau melakukan servis di bengkel mobil Anugerah. Lokasi bengkel mobil Anugerah Kertosono mempunyai lokasi yang strategis di pinggir jalan raya perkotaan dan dapat dengan mudah dicari oleh para konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka penulis mengambil sebuah judul penelitian : “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Anugerah Kertosono

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, perlu adanya identifikasi masalah penelitian agar penelitian yang dilakukan memiiki ruang lingkup yang jelas. Terdapat beberapa masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Harga yang ditawarkan harus sesuai dengan pelayanan dan dapat terjangkau harganya
2. Kualitas pelayan yang diberikan harus maksimal dan selalu konsisten dalam pengerjaannya
3. Kepercayaan pelanggan harus di utamakan untuk memperoleh loyalitas pelanggan

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, sempurna dan mendalam maka penulis memandang permasalahan penelitian yang di angkat perlu dibatasi variabelnya. Oleh sebab itu penulis membatasi diri dengan hanya berkaitan dengan :

1. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mobil Anugwrah Kecamatan Kertosono, Kabupaten Nganjuk.
2. Penelitian ini ditujukan pada pelanggan Bengkel Mobil Anugerah sejumlah 40 responden

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan dikaji adalah:

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mobil Anugerah?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mobil Anugerah?
3. Apakah kepercayaan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mobil Anugerah?
4. Apakah Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mobil Anugerah Kecamatan Kertosono, Kabupaten Nganjuk?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengkaji harga berpengaruh signifikan terhadap Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mobil Anugerah.
2. Untuk kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mobil Anugerah.
3. Untuk mengkaji Apakah kepercayaan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mobil Anugerah

4. Untuk mengkaji Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mobil Anugerah Kecamatan Kertosono, Kabupaten Nganjuk.

F. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Toritis

a. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat digunakan untuk membandingkan teori manajemen yang didapat di bangku kuliah dengan yang terjadi dilapangan. Sebagai upaya lebih mendalami masalah sumber daya manusia serta menerapkan teori – teori yang telah diperoleh di bangku kuliah terhadap praktek dilapangan.

b. Bagi akademis

1) Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi penelitian berikut, serta memberikan sumbangan pemikiran bagi ilmu sumber daya manusia.

2) Penelitian ini untuk membandingkan pngetahuan teori dengan kenyataan yang ada di dalam praktek, sehingga pdapat diketahui sejauh mana pengetahuan teori dapat diterapkan dalam praktek.

2. Secara Praktis

a. Bagi Instansi

Laporan Tugas Akhir ini dapat digunakan oleh instansi sebagai bahan pertimbangan dalam bidang Manajemen Pemasaran khususnya tentang Kepuasan Pelanggan, Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan.

b. Bagi Pembaca

Sebagai bahan pertimbangan bila menghadapi atau menemukan permasalahan yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV Alfabeta.

Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. *Jurnal Manajemen*, *12*(1), 32–39.

Aini, K., & Rahmawaty, P. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Alfamidi Super, Jalan Kaliurang, Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen*, *15*(2), 60–68.

Akhir Skripsi dengan Judul ANALISIS MANAJEMEN BENGKEL TEKNIK KENDARAAN RINGAN SMK MA, T. DI, Hernawan, D., Tugas Akhir Skripsi bagi yang bersangkutan Yogyakarta, U., Pendidikan Teknik Otomotif Dosen Pembimbing ZainalArifin, K., & Martubi, M. (t.t.). *LEMBAR PERSETUJUAN*.

Aprileny, I., & Emarawati, J. A. (2019). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI TIP TOP SWALAYAN PONDOK BAMBU* (Vol. 16, Nomor 02).

Aprileny, I., Rochim, A., & Emarawati, J. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, *31*(02), 60–77.

Arsyan, M. F., & Mahfudz, M. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Merek Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Shopeepay Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, *11*(1).

Erdiansyah, D. D., Arifin, R., & Slamet, A. R. (2020). Pengaruh Harga, Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Pengiriman Tiki Dinoyo. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, *9*(13).

Fakhrudin, A., & Aminuddin, H. D. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Tiket Pesawat Berbasis Teknologi (Studi Kasus Pengguna Travel Agent Pegipegi. Com di Yogyakarta). *Jurnal Multidisiplin Madani*, *2*(6), 2659–2674.

Hasbi, H. S., & Apriliani, R. A. E. P. (2021a). Pengaruh Promosi, Harga, Kulitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, *2*(2), 365–371.

Indrawati, B., Wijayanti, M., & Yuniarti, T. (2021). Analisis Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen yang Berimplikasi pada Loyalitas Pelanggan Gofood di Kota Bekasi. *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, *15*(2), 60–78.

Kirom, N. R., & Handayati, P. (2022). Keputusan pembelian online dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen. *INOVASI*, *18*(2), 227–231.

Marcella, I., Haris, P. A., Fawzia, P. Z., & Gultom, R. R. L. (2022). Determinasi Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan: Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, *3*(1), 286–300.

Maulana, D. R., An, C., Abidin, Z., Marina, S., Adi, E. N., & Aulia, N. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Penumpang Maskapai Air Asia Pada Rute Penerbangan Cgk-Lop di Masa Pandemi. *SKYHAWK: Jurnal Aviasi Indonesia*, *3*(1), 188–201.

Meida, F., Astuti, M., & Nastiti, H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Sociolla Di Era Pandemic Covid-19. *Ikraith-Ekonomika*, *5*(2), 157–166.

Muhtarom, A., Syairozi, I., & Wardani, N. D. (2022). Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Customer Relationship Marketing, Dan Kepercayaan Terhadap Peningkatan Penjualan Dimediasi Loyalitas Pelanggan Pada Umkm Ayam Potong Online ELMONSU. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, *5*(1), 743–755.

Musyawarah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). ISSN (cetak) 2621-7406 ISSN (online). *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, *1*(1), 2656–6265.

Oleh, S. (t.t.). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BENGKEL TUNAS AUTO GRAHA CABANG KOTA LUBUK LINGGAU*.

Ovidani, Z., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Dafam Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, *9*(2), 167–174.

Pramularso, E. Y. (2019). Pengaruh Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Setiajaya Mobilindo. *Cakrawala - Jurnal Humaniora*, *19*(2), 219–224. https://doi.org/10.31294/jc.v19i2.5887

Purwanto, H. (2020). Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, *8*(1), 65–74.

Putri, I. M., & Ratnawati, D. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce "Shopee"(Studi Kasus: Pelanggan Shopee Di Surabaya). *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, *9*(7), 2561–2569.

Rahma, A. W., & Ekowati, S. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen dalam berbelanja pada e-commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, *3*(1), 10–17.

Sahda, F. T., Putri, A. R., & Kurniaty, D. (2024). Harga, Kualitas Layanan, Dan Kepercayaan Pada Transportasi Online Maxim Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, *6*(2), 2491–2507.

Situmeang, P. A., Nainggolan, B. M. H., & Kristiadi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Sushimas. *EDUTURISMA*, *5*(1).