

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK SERTA HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. POS INDONESIA KANTOR
CABANG DRIYOREJO**

Oleh :

RIAN AWALUN BACHTIAR

NIM : 15210890

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI IL,U EKONOMI MAHARDHIKA SURABAYA

Abstrak : Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui adakah pengaruh dari Kualitas Peyanan, produk, serta harga terhadap Kepuasan Konsumen. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan teknik penelitian sampel secara acak terdapat sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan angket, sedangkan data yang diambil adalah data primer dan data skunder, sedangkan teknik analisis data dengan menggunakan Analisis Regresi Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen, Dibuktikan dengan Nilai Koefisien regresi Sebesar 0,350 2)) Terdapat Pengaruh Positif dan tidak Signifikan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen, Dibuktikan dengan Nilai Koefisien regresi Sebesar 0,125 4)) Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen, Dibuktikan dengan Nilai Koefisien regresi Sebesar 0,390. 5)) Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga secara bersama-sama Terhadap Kepuasan Konsumen, Dibuktikan dengan Nilai Koefisien regresi Sebesar 0,017

Kata kunci : kualitas Pelayanan, produk, Harga, kepuasan Konsumen.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kantor Pos adalah bagian dari lembaga pemerintah yang memfasilitasi sarana komunikasi bagi masyarakat. Bahkan lembaga ini sudah eksis sejak zaman Belanda. Pada awal berdirinya kator pos, lembaga ini telah melayani pengiriman pesan berupa surat serta pengiriman uang. Dengan perkembangan teknologi yang sekarang, kantor pos mengembangkan fungsi

menjadi lebih luas lagi, seperti menerima *western union*, pembayaran listrik, telepon dan lain-lain.

Kantor pos adalah kantor yang sangat penting dan berjasa karena semua komunikasi hanya bisa melalui surat-menyurat. Banyaknya alternatif lain seperti yang dimaksud membuat fungsi kantor pos tergeser dalam hal pengiriman pesan, sehingga saat ini fungsi kantor pos lebih kepada bekerjasama dengan perusahaan, instansi maupun perguruan tinggi. Pengiriman barang yang dulu biasa dilakukan oleh pos, kini mempunyai pesaing berat yaitu perusahaan jasa pengiriman swasta. Maka dari itu, kantor pos mengembangkan beberapa produk inovasi pelayanan publik serta memperbaiki kualitas pelayanan publik yang sudah ada. Karena kualitas pelayanan jasa kantor pos dapat mempengaruhi persepsi individu yang kemudian mempengaruhi opini publik.

Tujuan Penelitian

Sesuai rumusan masalah yang telah diuraikan maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa di PT. Pos Indonesia Kantor cabang Driyorejo.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan di PT. Pos Indonesia Kantor cabang Driyorejo.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan di PT. Pos Indonesia Kantor cabang Driyorejo.
4. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan, produk, serta harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan di PT. Pos Indonesia.

Manfaat penelitian

Setiap penelitian pasti mengharapkan ada manfaat bagi semua pihak yang membacanya yang terkait secara langsung didalamnya. Ada beberapa kegunaan dalam penelitian ini adalah :

1. PT. Pos Indonesia Kantor cabang Driyorejo

Sebagai pedoman dan masukan untuk meningkatkan pelayanan dan pengembangan produk PT. Pos Indonesia Kantor cabang Driyorejo di tahun 2019 atau tahun-tahun yang akan datang.

2. Bagi Penulis

Mengembangkan pengetahuan dan menambah wawasan serta pengalaman kedalam bidang sesungguhnya, sebagai aplikasi dari ilmu yang telah diperoleh peneliti selama perkuliahan.

3. Bagi Institut

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai salah satu bentuk atau wujud yang nyata dari penerapan tugas dan fungsi Institut, dan berguna bagi pengembangan kajian-kajian ilmu manajemen ekonomi ,khususnya bagi PT. Pos Indonesia Kantor cabang Driyorejo.

4. Bagi Pembaca

Untuk menambah informasi dan sebagai bahan kajian untuk penelitian selanjutnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran

Konsep pemasaran adalah kegiatan yang mencakup perencanaan pemasaran untuk mencapai tujuan perusahaan/jasa yaitu kepuasan

pelanggan/konsumen, segala aktifitas yang menganut konsep pemasaran harus diarahkan untuk memenuhi tujuan tersebut.

Pengertian manajemen pemasaran menurut Sofian Assauri (2015:12), manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun serta memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna untuk mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka **panjang**

Kualitas Pelayanan

Menurut Sinambela, (2014:4) pelayanan adalah kegiatan untuk memenuhi kebutuhan seseorang atau menyediakan keperluan orang. Pelayanan juga merupakan suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan. Pelayanan sebagai hal, cara, atau hasil pekerjaan yang melayani penilaian menyeluruh konsumen terhadap hasil yang diberikan kantor pos, sehingga kualitas jasa/pelayanan lebih tepat dan spesifik.

Produk

Menurut Fandy Tjiptono (2016: 218) menyebutkan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Sedangkan menurut Buchari Alma (2013:169), mengemukakan bahwa harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Berdasarkan beberapa definisi diatas maka dapat diketahui bahwa harga adalah nilai dari suatu produk dalam bentuk uang yang harus dikorbankan atau dikeluarkan oleh konsumen guna mendapatkan produk

yang diinginkan, sedangkan bagi produsen atau pedagang harga dapat menghasilkan pendapatan atau sebagai pemasukan bagi produsen tersebut

Harga

Kotler dan Armstrong (2015:71) mendefinisikan produk sebagai berikut. "Produk adalah semua hal yang dapat ditawarkan pada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan."

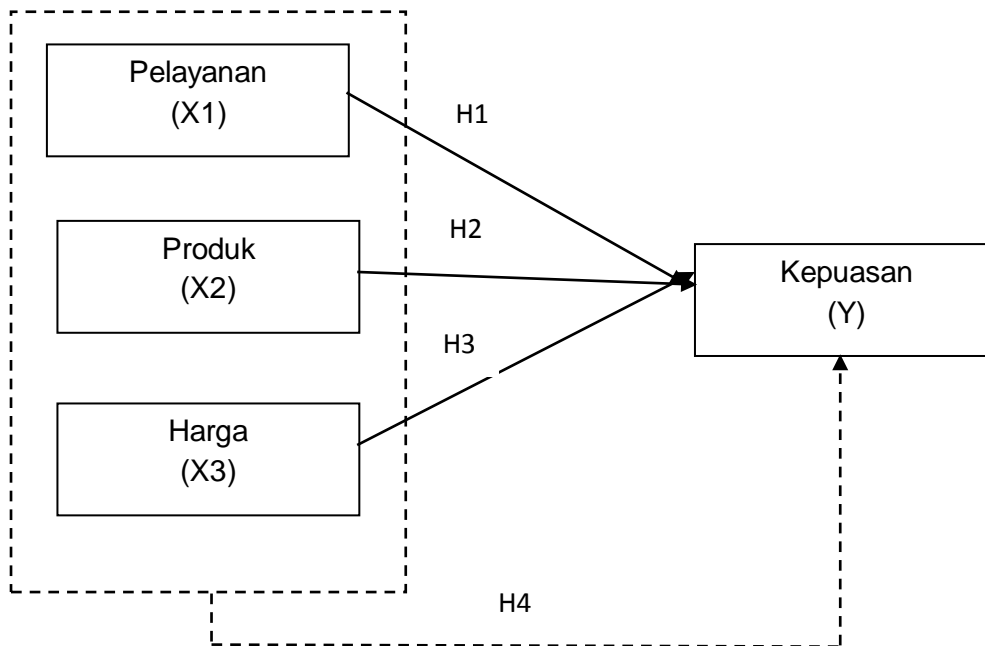
Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan suatu hal yang sangat penting bagi perusahaan dalam menentukan pemilihan suatu produk bagi konsumen. Produk yang ditawarkan haruslah produk yang benar-benar teruji dengan baik mengenai kualitasnya.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah proses kumulatif mewakili penilaian secara keseluruhan. Semua definisi kepuasan pelanggan berbagi beberapa komponen mendasar yaitu adanya satu tujuan atau kebutuhan yang pasien inginkan untuk tercapai serta harapan konsumen dibandingkan dengan standar acuan (*standart operational procedur*). Kepuasan adalah perasaan senang karena mendapatkan hak-haknya dengan baik dan cenderung pada bentuk nyaman. Kepuasan pada dasarnya sangat sulit untuk diukur karena kepuasan merupakan konsep yang sangat luas, kompleks dan mendalam, sehingga kepuasan antar orang akan sangat berbeda.

Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian diatas maka kerangka konseptual penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Hipotesis

Berdasarkan deskripsi hasil teoritis. Hasil penelitian yang relevan, dan kerangka berfikir diatas maka dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut

H1 : Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Kantor Pos Driyorejo.

H2 : Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Kantor Pos Driyorejo.

H3 : Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Kantor Pos Driyorejo.

H4 : Pelayanan , Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Kantor Pos Driyorejo.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis Regresi linier berganda

Populasi dan sampling

Populasi adalah meliputi seluruh karakteristik atau hasil pengukuran yang menjadi suatu obyek penelitian atau populasi merupakan obyek atau subyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat yang berkaitan dalam masalah penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan Pengguna jasa pos tahun 2019 pada bulan agustus sampai dengan oktober, sebanyak 100 pelanggan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Metode kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada objek penelitian yang mau memberikan respon sesuai permintaan. Kuesioner menurut Sugiyono (2018:142) ialah "Suatu teknik pengumpulan Informasi sebuah data yang dilakukan dengan cara memberikan berbagai pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab". Tujuan penggunaan kuesioner adalah agar mencapai jawaban responden yang bersifat objektif dan mencerminkan sikap responden yang sesungguhnya dalam suatu permasalahan penelitian. Sehubungan dalam penelitian ini, peneliti memberikan angket kepada Pelanggan pos Indonesia di kantor cabang Driyorejo.

ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Tabel 1 Hasil uji validitas dan reliabilitas

Uji	Keterangan	Pertanyaan
Validitas	indikator pada variabel kualitas pelayanan (X1)	valid
	indikator pada variabel Produk(X2)	valid
	indikator pada variabel harga (X3)	valid
	indikator pada variabel kepuasan Konsumen (Y)	valid
Reliabilitas	variabel kualitas pelayanan (X1)	Reliabel
	Variabel produk (X2)	Reliabel
	Variabel harga (X3)	Reliabel
	Variabel kepuasan Konsumen (Y)	Reliabel

sumber : data diolah

Uji asumsi klasik

Asumsi klasik adalah syarat-syarat yang harus dipenuhi pada model regresi linear agar model tersebut menjadi valid sebagai alat penduga.

1. Uji multikolonieritas

produk Hasil pengujian multikolonieritas pada regresi 1 dan regresi 2 pada tabel 4.14 dan 4.15 nilai tolerance menunjukkan tidak ada variabel indepeden yang memiliki nilai tolerance kurang dari 0,10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen.

Dari table diatas dapat diketahui bahwa nilai-nilai toleransi yang diperoleh kurang dari 1, dan VIF yang diperoleh untuk masing-masing variabel bebas antara 1 sampai dengan 10, sehingga menunjukkan tidak adanya gejala multikolinearitas.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pengujian untuk menentukan data terdistribusi normal atau tidak, dapat menggunakan uji statistik non parametik.

Uji statistik non parametik yang digunakan adalah metode *Kolmogorov Smirnov Z* pada program SPSS 25.0. Apabila signifikansi $> 0,05$, maka dikatakan data berdistribusi normal (Priyatno, 2018:77)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,54898645
Most Extreme Differences	Absolute	,058
	Positive	,043
	Negative	-,058
Test Statistic		,058
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Dari grafik *Normal Probability Plot* pada halaman sebelumnya dapat diketahui bahwa nilai signifikansinya adalah $0,200 > 0,05$ yang artinya adalah data pada penelitian ini telah terdistribusi normal. Dengan demikian model regresi yang digunakan oleh peneliti layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada koerelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya.

Jadi hasil pengujian SPSS dalam uji autokorelasi diatas dapat diketahui bahwa nilai D-W adalah pada tabel 4.16 sebesar 2.055 dan tabel 4.17 sebesar 1.924 lebih besar dari batas atas (du) 1,76 dan kurang dari (dl) 1,59. maka dapat disimpulkan bahwa kita bisa menolak H0 yang menyatakan bahwa (nilai dari 1,55 s.d 2,46) yang berarti data dalam penelitian ini tidak terdapat autokorelasi.

4. Uji Linieritas

Untuk melakukan uji linieritas digunakan program SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan linier bila signifikansi (pada kolom *Deviation*

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan pelanggan * Kualitas pelayanan	Between Groups	(Combined)	525,078	9	58,342	8,649	,000
		Linearity	335,585	1	335,585	49,748	,000
		Deviation from Linearity	189,493	8	23,687	3,511	,001
	Within Groups		607,112	90	6,746		
Total			1132,190	99			

for Linearity) lebih dari 0,05,

Sumber : diolah dengan SPSS

Berdasarkan uji linieritas diketahui nilai signifikansi *deviation from linearity* adalah sebesar $0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak

terdapat hubungan yang linear antara kinerja kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan.

Uji Parsial (T)

Uji t dikenal dengan uji parsial. Dengan dasar pengambilan keputusan jika sig t hitung $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak dan jika sig t hitung $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan melihat hipotesis yang ada.

H	Variabel	Nilai sig	Besar pengaruh	Keterangan
H1	X1 → Y	0,091 < 0,05	0,350	Berpengaruh
H2	X2 → Y	0,006 < 0,05	0,125	Berpengaruh
H3	X3 → Y	0,109 < 0,05	0,390	Berpengaruh
H4	X1 → Z	0,000 < 0,05	0,017	Berpengaruh

Sumber : diolah data SPSS

Pada output spss regresi koefisien uji t/parsial seperti di halaman sebelumnya terlihat bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi $0,000 < \text{Alpha } 5\% (0,05)$. Dengan nilai t hitung sebesar 4,009 lebih besar daripada t tabel yaitu $4,009 > 1,660$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Variabel produk (X2) berpengaruh secara tidak signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi $0,109 > \text{alpha } 5\% (0,05)$. Dengan nilai t hitung sebesar 1,616 lebih kecil daripada t tabel yaitu $1,616 > 1,660$ Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan variabel harga (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi $0,000 < \text{alpha } 5\% (0,05)$. Dengan nilai t

hitung sebesar 4,467 lebih besar daripada t tabel yaitu $4,467 > 1,660$ Maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Penutup

Kesimpulan

Dari serangkaian pembahasan yang telah di ulas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut. bahwa rumusan masalah yang berbunyi :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang artinya konsumen sangat memperhatikan bagaimana pelayanan yang diberikan oleh pihak PT. Pos Cabang Driyorejo kepada pengguna jasanya yang nantinya akan sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan jasa tersebut atau tidak.
2. Kualitas Produk berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang dapat diartikan Kualitas produk yang diberikan kepada konsumen terutama dalam segi jasa dan keamanan saat pengiriman barang hal itu sangat akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
3. Harga berpengaruh signifikan secara dominan terhadap kepuasan pelanggan artinya adalah harga yang diberikan oleh PT. Pos Kantor Cabang Driyorejo cukup sesuai dengan kebutuhan konsumen dan harganya bersaing dengan kompetitor yang lainnya.
4. Kualitas layanan, kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan artinya adalah semakin baik pelayanannya dan kualitas produk yang diberikan bagus serta harga yang kompetitif sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan hal ini akan mampu mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan khususnya pada pengguna jasa di PT. Pos Indonesia Kantor Cabang Driyorejo.

Saran

1. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan harus sangat menjadi perhatian utama yaitu bermasalah dengan kualitas pelayanan mungkin dengan mengadakan training untuk setiap karyawan pelatihan khusus guna memberikan pelayanan yang paripurna kepada pelanggan yang menggunakan jasa pelayanan ini dan perlu diperhatikan juga mengenai harga yang akan digunakan di pasaran karena hal ini akan sangat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan yang akan berdampak banyaknya pengguna layanan di PT. Pos Indoneisa khususnya Kantor Cabang Driyorejo.
2. Pada faktor produk masih perlu ada perbaikan dalam hal variasi pelayanan pengiriman barang yang diberikan serta teknologi tracking barang mungkin bisa lebih bagus lagi dengan penjelasan yang lebih detail maka hal ini akan sangat mempengaruhi tingkatan kepuasan pelanggan di. PT. Pos Indonesia Kantor Cabang Driyorejo.
3. Perlu mewedahi segala saran dan kritik yang akan diberikan oleh karyawan unutm acuan intropeksi dan pembenahan manajemen yang lebih baik

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana, 2015, Manajemen Strategi Pemasaran, CV Pustaka Setia, Bandung
- Agtiani, Ulfah, 2016, Kepuasan Konsumen di PT, Pos Indonesia (persero) , Bojonegoro
- Bagus, Ida dan Cindy Chintia, 2017, Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Cahaya *Lifestyle Departmen Store* BG Junction Surabaya, Vol 2, No.1 Hal 42-59
- Darmawati .2016. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Memakai Jasa Percetakan CV. Rahmat Nur di Samarinda. E- Journal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. 4 No. 1, 2016.
- Dewi, Meutia, 2016, Pengaruh Harga, Produk, Serta Kualitas Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone di Toko Langsa Ponsel. Aceh
- Efan, Indikator Harga <https://artaqila.blogspot.com> (diakses pada tanggal 13 September 2019)
- Fara Diza, Sileyjova , Moniharapon, Imelda W J Ogi, 2016 . Pengaruh Kualitas pelayanan, kualitas produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. FIF Group Manado. Vol. 4 No. 1, 2016.
- Ghozali, Imam, 2013. Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS. 20. Edisi 7, Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irawan, Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, www.dictio.id (Diakses pada 12 september 2019)
- Kotler, Philip, & K.L. Keller 2016. *Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large*, Pearson Education Inc. New Jersey Upper Saddle River
- Kotler, Philip & G. Armstrong 2014, *Marketing as the process by which companies create value for customers and build strong customer relationships in order to capture value from customers in return*. Pearson Education Inc. Pearson Prentice Hall Vol.2 Hal 27
- Lapisiang, Denis, 2017, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Tiki Cabang Semarang
- Layalin, Yineu Nur, 2017, Pengaruh Pelayanan, Harga, Dan fasikitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Top family Karaoke, Yogyakarta

- Lestari, Anik, 2015, Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga terhadap Word Of Mouth Dengan Kepuasan Pelanggan Seagai Variabel Intervening Pada Timezone Plaza Surabaya
- Lihin, Definisi Kepuasan Konsumen, <http://www.refremsimakah.com> (Diakses pada 12 September 2019)
- Lupiyoadi, 2014, Manajemen Pemasaran, Salemba Empat, Jakarta
- Mansyur, Ahmad, 2017, Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas, Harga, dan Lokasi terhadap kepuasan Konsumen DI Zona futsal, Jakarta
- Novita, Anggun Citra, Tumbuan Willem dan Tielung Maria, 2016, Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Komunikasi Interpersonal terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado. Universitas Sam Ratulangi, Manado. Jrnal Berkala Ilmiah Efisiensi. Vol 16 No. 01 . 2016
- Pratama, Brian Nur, 2016, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dan dampaknya Terhadap Word of Mouth. Studi Kasus Warung Spesial Sambal Cabang Bintaro 1, Jakarta
- Primadiawan, Igniatus Angga Prasetya, 2018, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus PO Eka, Yogyakarta
- Putri, Melya, 2016, Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada rumah makan provita, Bandar Lampung
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan RD, Bandung : Alfabeta
- Sukmawati, Rina, 2017, Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta
- Tri Ratnasari , Ririn & Mastuti H. 2016. Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa, Bogor : Ghalia Indonesia
- Winda, Pengertian,Fungsi dan Tujuan pelayanan <https://essay.co.id> (diakses pada tanggal 12 september 2019)
- Yuliana, 2017, Pengaruh Harga. Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Minimarket Riski Muda Gurah, Kediri
- Zakiah, Nadiya Fikriya, 2017, Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen PT.Pos Indonesia Kantor Cabang Malang
- Zethaml, VA., & MJ, Bitner, 2014, *Service Markeing integrating Customer. Mc.Graw-hill. Boston*