**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS HARGA, DAN**

**LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

**DI FOTO COPY ASSALAM**

**AROSBAYA**

**Lailatu Magfiroh1),** **Octaviana Arisinta, S.AK., M.Ak2),** **Romiftahul Ulum., S.E.,,** **M.Akun3)**

STKIP PGRI Bangkalan

Email: [lailatulmagfiroh83@gmail.com](mailto:lailatulmagfiroh83@gmail.com)1),  [OctavianaArisinta@stkip-bkl.ac.id](mailto:%20OctavianaArisinta@stkip-bkl.ac.id)2),  [RomiftahulUlum @stkippgri-bkl.id](mailto:yusriantosoleh@stkippgri-bkl.id)3)

**Abstrak:**

Pada era globalisasi seperti saat ini dunia usaha berkembang dengan sangat pesat, salah satunya bisnis di bidang penggandaan. Peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat dan juga mengakibatkan munculnya usaha-usaha baru. Maka untuk menghadapi situasi demikian, pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikannya dapat berkembang dengan baik. Adapun tujuan Penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap Jumlah custamer di toko as-salam. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penentuan sampel menggunakan non-probability sampling dengan teknik insidental sampling. Jumlah sampel adalah 60 responden. Uji instrumen penelitian adalah uji validitas, reliabilitas dan uji normalitas. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda dan uji hipotesis dengan menggunakan program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan, lokasi dan harga hanya variabel kualitas pelayanan dan harga yang secara parsial berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen pada kedai pancing, sedangkan variabel lokasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen pada kedai pancing. Tetapi secara simultan variabel kualitas pelayanaan, lokasi, dan harga berpengaruh positif terhadap minat beli ulang konsumen di toko As-salam.

**Kata Kunci:** kualitas pelayanan, harga dan lokasi, Kepuasan Konsumen .

***Abstract:***

*In the current era of globalization, the business world is developing very rapidly, one of which is the business in the field of multiplication. The increase in the number of businesses of a similar nature has resulted in increasingly fierce competition and also resulted in the emergence of new businesses. So to deal with such a situation, entrepreneurs must be able and quick and responsive in making decisions so that the business they establish can develop properly. The purpose of this study is to find out how much influence service quality, price, and location have on the number of customers at the as-salam store. This research is a quantitative research. Determination of the sample using non-probability sampling with incidental sampling technique. The number of samples is 60 respondents. The research instrument tests are validity, reliability and normality tests. Methods of data analysis using multiple linear regression and hypothesis testing using the SPSS program. The results of this study indicate that the independent variables consisting of service quality, location and price are only service quality and price variables which partially affect consumers' repurchase intention at fishing shops, while location variables partially do not affect consumers' repurchase intentions at fishing shops. . But simultaneously the variables of service quality, location, and price have a positive effect on consumer repurchase intentions at the As-salam store*

*.*

***Keywords***: *service quality, price and location, consumer satisfaction*.

**PENDAHULUAN**

Pada era globalisasi saat ini dunia usaha berkembang dengan sangat pesat, salah satunya bisnis di bidang penggandaan, Peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat dan juga mengakibatkan munculnya usaha-usaha baru. Maka untuk menghadapi situasi demikian, pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikannya dapat berkembang dengan baik. Menurut Kotler dan Amstrong (2014:158) “*Customer buyer behavior refers to the buying behavior of final consumers-individuals and households that buy goodsand services for personal consumption*”.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Bulan** | **Penjualan (Rp)** | **Kenaikan/Penurunan** | **Presentase (0/0)** |
| Januari 2021 | 58.077.000 | 21.889.000 | 57,72 |
| Februari 2021 | 59,729.000 | 1.652.000 | 2,90 |
| Maret 2021 | 37.188.000 | -13.250.000 | -25,30 |
| April 2021 | 53.114.000 | -2.495.000 | -2,79 |
| Mei 2021 | 47.788.000 | -6.326.000 | -10,21 |

Asal usul foto *copy* assalam menurut Lukita pemilik Foto Copy Assalam, “Assalam adalah salah satu perusahaan foto copy yang telah beroperasi di Arosbaya mulai sekitar tahun 2011. Berbagai organisasi lain juga ikut bekerja di sekitar perusahaan ini, yakni beberapa jenis foto copy serupa, web rental, minimarket, dan lain-lain. toko yang berbeda, selain itu foto copy ini juga dekat dengan tempat ibadah dan juga sekolahan. Assalam Copy baru saja melakukan jasa pembuatan makalah seperti pembuatan masalah secara langsung dan penulisan manual sejak awal, namun seiring berjalannya waktu, permintaan klien ternyata semakin lengkap sehingga perusahaan ini juga mengerjakan administrasinya dan berusaha untuk tetap berinovasi lebih banyak lagi dengan teknologi dengan menggunakan mesin fotocopy, mesin cetak offset, mesin cetak cetak foto, overlaying, alat pembatas cincin, pembatas lux, PC, mesin cetak variasi dan scanner serta perangkat keras printer lainnya. Selain itu Assalam juga menyediakan karangan bunga dan bucket sesuai permintaan klien, dimana sebagai salah satu perusahaan penyalin di wilayah Arosbaya juga memiliki berbagai sistem dan keunggulan dibandingkan dengan pesaing yang ada. Perusahaan harus mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya agar tercipta loyalitas dari konsumen serta dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan setelah melakukan transaksi di Fotocopy Assalam . Pada perusahaan Assalam selalu memberikan pelayan yang bagus selain pelayanan pada pelanggan selain pelayanan dalam bentuk fisik, juga pelayanan non fisik, yaitu kemampuan berkomunikasi dari setiap karyawan yang bertugas. Kemampuan berkomunikasi yang dimaksudkan dalam hal ini adalah bagaimana karyawan tersebut membantu setiap pembeli yang datang berkunjung, sehingga memudahkan pembeli dalam mendapatkan pelayanan sesuai kebutuhannya. Selain itu, karyawan juga harus memiliki sikap mempati, ramah dan sopan, serta dapat memberikan pelayanan dengan cepat kepada setiap pengunjung.

Berdasarkan data penjualan tersebut dapat kita amati bahwa foto copy assalam mengalami penurunan penjualan. Seperti pada bulan Maret terjadi penurunan sebesar (25,30 0/0),April sebesar (8,710/0),dan Mei sebesar (2,790/0). Pada bulan Maret sampai dengan Mei 2023 di ketahui mengalami penurunan penjualan secara berturut-turut

Dari masalah di atas, penelitian ini juga memiliki beberapa tujuan, yaitu:

1. Untuk mmengetahui aapakah kualitas pelayanan, berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di foto Kopy Assalam
2. Untuk mengetahui apakah harga, berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di foto copy Assalam
3. Untuk mengetahui apakah lokasi yang strategis berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di foto copy Assalam
4. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di foto copy Assalam.

**METODE PENELITIAN (12pt)**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif, dimana metode kuantitatif ini merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivistik, jadi metode kuantitatif ini sering dinamakan metode tradisional (Sugiyono, 2014) penelitian ini menggunakan 3 variabel bebas yang pertama (X1)Kualitas pelayanan, kedua (X2)harga, (X3)lokasi dan variabel terikat (Y) yaitu kepuasan konsumen.

Jenis data yang mengimplementasikan peneliti ialah:

1. Data Kuantitatif, data kuantitatif didapatkan dari hasil evaluasi instrumen validasi oleh pakar substansi, pakar media, serta guru mata pelajaran ekonomi dan dari angket responden dari peserta didik.

Pengumpulan data yang mengimplementasikan dalam penelitian ini ialah:

1. Observasi, aspek yang diperhatikan dalam pengamatan ini meliputi pemahaman mengenai penggunaan bahan edukasi, metode edukasi, karakteristik awal siswa, dan kondisi lingkungan belajar.
2. Wawancara, teknik wawancara sering diterapkan untuk mendapatkan data kualitatif yang berupa informasi terkait penggunaan media edukasi oleh para guru dalam menjelaskan substansi pelajaran ekonomi.
3. Kuesioner atau angket, kuesioner yang diterapkan dalam hal ini ialah dalam bentuk daftar periksa (*checklist*), di mana responden akan mengisi kotak-kotak yang telah disediakan dalam kuesioner. Dalam kuesioner ini, telah dibentuk sejumlah parameter yang terfokus pada aspek komunikasi profesional.

Metode analisis data yang diterapkan menggabungkan pendekatan analisis kuantitatif 1 Uji validitas

Uji validitas berasal dari kata validity yang berarti keslihan atau sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi alat ukurnya (sudaryono 2017:301) suatu tes atau instrumen bisa memberikan. Hasil ukur yang sesuai dengan data di jadikan valid jika R hitung >dari R tabel dan mempunyai nilai positif (Ghozali. 2013:52).

Pembahasan

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Foto Copy Assalam Arosbaya

Pada fotokopi assalam arosbaya hasil analisis diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai 10,137 untuk variabel kualitas pelayanan X1 dan Ttabel sebesar 1,672, hal ini menunjukkan bahwa Thitung 10,137 lebih besar dari Ttabel 1,672 dan memiliki tingkat signifikansi 0,000 ( sig < 0,05). dan jumlah derajat kebebasan (df) N-k = 60-4 = 56, dimana N adalah jumlah sampel dan K adalah jumlah variabel bebas dan terikat. Jika n Thitung 10,137 > Ttabel 1,672 dan diperoleh nilai signifikan 0,000 < (sig 0,05), maka Ha diterima. Dapat diartikan bahwa jumlah pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

Arianto(2018:83) menyatakan bahwa Kualitas pelayanan dapat disebut sebagai variabel yag terfokus pada pemenuhan harapan pelanggan secara tepat waktu dan pemenuhan kebutuhan dan persyaratan.

Dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dikarenakan pelanggan pada Foto copy assalam Arosbaya, yang bertransaksi di foto copy assalam Arosbaya ini akan senang jika mendapat kan pelayanan yang bagus dan secara otomatis jika customer senang, iya akan mengajak kerabat nya untuk bertransaksi difoto copyan tersebut. Jadi dari hasil analisis dapat ditarik benang merahnya bahwa variabel kulaitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen.

2. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Pada Foto Copy Assalam

Analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel harga memiliki nilai Thitung untuk variabel kualitas pelayanan X2. df) - N-k - 60-4 = 56, dimana N adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen dan dependen. Hal ini menghasilkan nilai signifikan 0,114 (sig > 0,05) dan Thitung = 1,604<Ttabel = 1,672.

Setelah H2 diterima dan Ha ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa minat beli konsumen tidak dipengaruhi oleh harga. Hal ini menunjukkan bahwa banyaknya pelanggan yang berencana membeli tidak dipengaruhi oleh harga. Temuan penelitian ini sama dengan penelitian sebelumnya oleh Hetty Sri Wardani (2015) yang menemukan bahwa variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

Menurut temuan penelitian ini, pelanggan foto kopi assalam tidak terlalu memperdulikan harga karena tidak berpengaruh positif terhadap jumlah pelanggan. Pelanggan akan rela membayar dengan harga tinggi jika hasil atau produknya bagus, jadi jika kualitasnya bagus, harga tidak masalah. Namun untuk menjaga harga agar tetap pada level yang sama, kualitas dan produk harus sesuai agar tidak kalah bersaing dengan fotocopy lainnya.

3. Pengaruh Lokasi terhadap kepuasan konsumen difoto copy assalam Arosbaya

Hasil analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel lokasi menunjukkan nilai Thitung variabel lokasi X3 sebesar 0,040 sedangkan tabel yang diperoleh adalah 1,672, dengan demikian Thitung = 0,040 < Ttabel = 1,672 dan nilai signifikansi sebesar 0,637 (sig < 0,05). dan derajat kebebasan (df) = N-k = 60-4 = 56 dimana N - jumlah sampel dan k = jumlah variabel independen dan dependen.

maka dapat disimpulkan bahwa H3 ditolak dan Ho diterima. Artinya lokasi tidak mempengaruhi jumlah pelanggan. Jadi diantara variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi yang hanya mempengaruhi kualitas pelayanan. Lokasi tidak menjadi masalah karena dimanapun lokasinya, jika toko tersebut berkualitas baik, dan menghasilkan produk yang baik maka pelanggan akan mencarinya meskipun lokasinya jauh.

Pada penelitian sebelumnya sejalan dengan yang telah dilakukan, hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Hardiansyah et al., (2019) dalam penelitian berjudul Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapura Di Kota Makassar bahwa berdasarkan hasil uji-t, variabel lokasi bertanda negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

4. Pengaruh Kualitas pelayan Harga, dan lokasi secara stimultan terhadap kepuasan konsumen di foto copy Asalam Arosbaya.

Hasil uji signifikansi simultan atau gabungan (uji statistik F), seperti uji X1, X2, dan X3 terhadap Y, menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,000, Fhitung sebesar 54,619, dan nilai Ftabel sebesar 3,87 dengan tingkat kepercayaan signifikan dari 0,05. Dapat dilihat dari hasil uji f yang menunjukkan bahwa Fhitung sebesar 54,619 dan Ftabel sebesar 3,87 dengan (sig f 0,000), hal ini menunjukkan bahwa Ha diterima dan H0 ditolak.

Sedangkan nilai probabilitas signifikan pada 0,05 yaitu (Sig f 0,000 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa kuantitas pelanggan (Y) pada fotokopi assalam arosbaya secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi. Akibatnya, H1, H2 DAN H3 diterima dan H0 ditolak.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Sri Ratih (2021) yang menemukan bahwa faktor seperti harga, lokasi, dan kualitas layanan berdampak positif terhadap jumlah pelanggan. Hal ini dikarenakan konsumen memiliki persyaratan yang sama saat melakukan pembelian. Sama halnya dengan fotokopi assalam, fotokopi assalam Arosbaya memiliki jumlah pelanggan yang luar biasa, dan tidak dipungkiri banyak dari pelanggan tersebut yang sudah mengapresiasi kualitas produk foto copy assalam. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen. Pelanggan akan lebih banyak menggunakan fotokopi sapaan jika harga sesuai dengan kualitas produk dan jika pelayanan terbaik diberikan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1. KESIMPULAN

a. Hasil uji signifikansi simultan atau gabungan (uji statistik F), seperti uji X1, X2, dan X3 terhadap Y, menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,000, Fhitung sebesar 54,619, dan nilai Ftabel sebesar 3,87 dengan tingkat kepercayaan signifikan dari 0,05. Dapat dilihat dari hasil uji f yang menunjukkan bahwa Fhitung sebesar 54,619 dan Ftabel sebesar 3,87 dengan (sig f 0,000), hal ini menunjukkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak.

b. Sedangkan nilai probabilitas signifikan pada 0,05 yaitu (Sig f 0,000 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan (Y) pada fotokopi assalam arosbaya secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi. Akibatnya, H2 diterima dan H0 ditolak.

c. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Sri Ratih (2021) yang menemukan bahwa faktor seperti harga, lokasi, dan kualitas layanan berdampak positif terhadap jumlah pelanggan. Hal ini dikarenakan konsumen memiliki persyaratan yang sama saat melakukan pembelian. Sama halnya dengan fotokopi assalam, fotokopi assalam Arosbaya memiliki jumlah pelanggan yang luar biasa, dan tidak dipungkiri banyak dari pelanggan tersebut yang sudah mengapresiasi kualitas produk yang tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen. Pelanggan akan lebih banyak menggunakan fotokopi sapaan jika harga sesuai dengan kualitas produk dan jika pelayanan terbaik diberikan.

2. SARAN

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian dengan topik sejenis, diharapkan menggunakan variabel bebas (X) lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Hal ini dilakukan untuk meneliti ada tidaknya variabel lain yang dapat mempengaruhi selain kualitas pelayanan, harga dan lokasi.

2. Bagi Pihak toko foto copy Assalam

Diharapkan memiliki strategi yang tepat dalam menambah peng hasilan toko, misalnya dengan pergantian tata letak toko secara berkala, harga yang sesuai dengan kualitas sehingga mampu memenuhi suasana hati konsumen, memberikan potongan harga agar konsumen termotivasi membeli, serta menciptakan suasana toko yang nyaman sehingga menambah nilai positif bagi konsumen.

3. Bagi Konsumen

Melakukan persiapan berapa banyak uang yang akan dikeluarkan dalam jangka waktu tertentu . Dengan begitu, akan lebih mudah mengontrol diri ketika ingin membeli sesuatu. Menggunakan uang secara bijak, misalnya dengan memprioritaskan kebutuhan pokok terlebih dahulu.

**DAFTAR PUSTAKA**

Dr.Sugiono, P. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D. Yogyakarta: Alfabeta.

Sugiono, D. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatis Dan R&D . Yoyakarta: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitazzztif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sari, Citra Puspita, Dasmadi Dasmadi, And Listyowati Puji Rahayu. "Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Mengambil Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Pada Industri Tahu Dadi Jaya Di Boyolali Tahun 2020)." Ekobis: http;//Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi 8.2.ac.id (2020): 49-60.

Fauji, Robby. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Anugerah Al-Baghdadi Mebel Karawang." http;// Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif 4.1.ac.id (2018).

Anggraini, Fifin, And Anindhyta Budiarti. "Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek." http;// Jurnal Pendidikan Ekonomi (Jupe) 8.3 ac.id (2020): 86-94.

Steven, Ignasius. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Goreng Nelongso Surabaya. Diss. Universitas Katolik Darma Cendika, 2018.

Maqfiroh, Ulil. Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019). Diss. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam Program Studi Akuntansi Syariah, 2021.

Sholichah, Reviana Wahyu Abidatus. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Ayam Bakar Pak D Gresik Cabang Wahidin. Diss. Universitas Muhammadiyah Gresik, 2019.

Palupi, Nunuk Dwi Garwanti Endang. "Pengaruh Sikap Konsumen Dan Norma Subyektif Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Kereta Api Di Yogyakarta."http: Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi.ac.id 7.2 (2020): 163-172.

Maulina, Nur Adilla, And H. M. Z. Nandang. "Pengaruh Intensitas Menonton Program Youtube Channel Wirda Mansur Terhadap Motivasi Membaca Al-Qur’an Subscriber." Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam (2021): 61-67.

Irham Alfaza, M. U. H. A. M. M. A. D. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Ichiban Sushi Palembang Square. Diss. Uin Raden Fatah Palembang, 2019.

Anggraini, Fifin, And Anindhyta Budiarti. "Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek." http:Jurnal Pendidikan Ekonomi (Jupe) 8.3.ac.id (2020): 86-94.

Husen, Akhmad, Seno Sumowo, And Akhmad Fahrur Rozi. "Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember." http:Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia 4.2.ac.id (2018): 127-143.

Nst, Venny Fraya Hartin, Jonner Lumban Gaol, And Muhammad Ansori Lubis. "Pengaruh Etika Kerja Terhadap Kualitas Pelayanan Melalui Profesionalisme Kerja Pada Cv. Sentosa Deli Mandiri Medan."http:Jurnal Prointegrita 6.3.ac.id (2022): 201-213.

Ginting, Feri Fernandes. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Price Discount Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Reddoorz Near Mikie Holiday. Diss. Universitas Quality Berastagi, 2021.

Dillah, Ubay. "Persepsi Kualitas Layanan Dan Harga Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Rumah Makan Serambi Pujasera Klojen Lumajang) Persepsi Kualitas Layanan Dan Harga Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Rumah Makan Serambi Pujasera Klojen Lumajang)." (2019).

Mulyapradana, Aria, Ary Dwi Anjarini, And Harnoto Harnoto. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pt. Tempo Cabang Tegal." http:Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah) 3.1.ac.id (2020): 26-38.

Ginting, Feri Fernandes. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Price Discount Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Reddoorz Near Mikie Holiday. Diss. Universitas Quality Berastagi, 2021.

Yulianti, Riska. Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Kasus Pada Pengguna Grab-Bike Di Wilayah Kelurahan Kebon Bawang, Jakarta Utara). Diss. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta, 2022.

Nuryadin, Muhammad Birusman. "Harga Dalam Perspektif Islam."http: Jurnal Mazahib 4.1.ac.id (2007): 90.

Sugiyanto, Agus, And Mm Se. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Alfa Midi Pada Masyarakat Kronjo, Kabupaten Tangerang." http:Journal Inovasi 19.01.ac.id (2019): 1930-1944.

Sanjaya, M. Azi. "Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Suzuya Mall Rantau Prapat." Unikal National Conference. 2023.

Magdalena, Magdalena. Penentuan Harga Kamar Hotel Dengan Metode Activity Based Costing Pada Hotel Green Leaf, Lombok–Nusa Tenggara Barat. Diss. Universitas Katolik Darma Cendika, 2017.

Secapramana, Laurentia Verina Halim. "Model Dalam Strategi Penetapan Harga." Unitas 9.1 (2000): 30-43.

Nuringtyas, Zita Indah. Pengaruh Dinescape Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Treehouse Cafe Bandung. Diss. Program Studi Manajemen S1, Universitas Widyatama, 2019.

Wulandari, Citra, And Tonny Antonio. "Identifikasi Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Pasta Sambal Matah Bli Man." Jurnal Performa: http:Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis 3.6.ac.id (2018): 751-758.

Afrianti, Rini. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Citra Laundry Kota Pariaman." Menara Ilmu 11.78 (2017.)

Pratama, I. Gede Arya, Putu Herny Susanti, And Putu Atim Purwaningrat. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan." Widyaamrita: http:Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata 1.4.ac.id (2021): 1388-1397.

Sucahyani, Ayu, Ahmad Sihabudin, And Husnan Nurjuman. Persepsi Ibu Rumah Tangga Terhadap Pesan Kerukunan Rumah Tangga Dalam Tayangan Sinema Indonesia Indosiar (Survai Terhadap Ibu Rumah Tangga Perum Aster Ii Legok Tangerang). Diss. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2019.

Imron, Imron. "Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada Cv. Meubele Berkah Tangerang." http:Indonesian Journal On Software Engineering (Ijse) 5.1.ac.id (2019): 19-28.

Hardiyanto, Regina Nurwulan. Pengaruh Investasi Berdasarkan Pengelompokan Hasil Pendapatan Terhadap Profitabilitas Di Industri Dana Pensiun Pemberi Kerja Pada Program Pensiun Manfaat Pasti Periode 2015–2017. Diss. Program Studi Manajemen S1 Universitas Widyatama, 2018.

Munajat, Erdian. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen Rumah Makan Mie Reman Cabang Braga Bandung). Diss. Fakultas Ekonomi Unpas, 2016.

Pratama, I. Gede Arya, Putu Herny Susanti, And Putu Atim Purwaningrat. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan." Widyaamrita: http:Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata 1.4.ac.id (2021): 1388-1397.

Ulum, Rosihatul, And Zaenal Arifin Hasan. "Pembelajaran Bi Al-Nadhor Dalam Menghafal Al-Quran Bagi Santri Tahfidh Di Pondok Pesantren Madrasatul Quran." Menara Tebuireng: http:Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman 15.02 (2020): 165-206.ac.id.

Imaniar, Holy Nikmah. Manajemen Kurikulum Sekolah Dasar Dalam Peningkatan Kesiapsiagaan Bencana Di Daerah Berpotensi Bencana (Penelitian Pada Sdn Ngepanrejo, Bandongan, Kabupaten Magelang). Diss. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang, 2020.

Isnaini, Isnaini. Pengaruh Lokasi, Harga, Makanan, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Rumah Makan Bebek Rizky Jalan Raya Suramadu Bangkalan. Diss. Stkip Pgri Bangkalan, 2022.

Lukman, Sri Hardiyanti, Mukmin Muhammad, And Andi Muhammad Ishak Ismail. "The Role Of Corporate Social Responsibility (Csr) In The Bawasalo Pltu In Increasing The Economy Of Surrounding Communities In Lampoko Village, Balusu District, Barru District." http:Meraja Journal 5.3.ac.id (2022): 356-394.

Elmas, M. Syarif Hidayatullah, Yekti Rahajeng, And Toni Herminto. "Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dan Loyalitas Pelanggan (Donatur) Pada Baitul Maal Hidayatullah Unit Penghimpunan Perwakilan (Bmh Upp) Probolinggo." http:Jurnal Ilmiah Ecobuss 4.2.ac.id (2016): 76-86.

Nuryanti, Ana Dwi, Ni Wayan Supriliyani, And I. Dewa Ayu Putri Wirantari. "Kualitas Pelayanan Program Mobil Konseling Denpasar Ceria Pada Dinas Pemberdayaan Masyarakat Dan Desa Kota Denpasar."

Hayuning Tias, Widia. Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Alfamidi Raya Pramuka). Diss. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stei) Jakarta, 2019.

Mutaqin, Jaenal. Semangat Ilmuwan Muslim Dalam Pengembangan Institusi Pendidikan Madrasah Nizhamiyah Dan Ilmu Pengetahuan Pada Masa Dinasti Abbasiyah. Ms Thesis. Jakarta: Fitk Uin Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020.

Dewi, Ismawati. Pengaruh Modal Dan Bahan Baku Home Industry Petis Ikan Terhadap Pendapatan Rumah Tangga Di Kecamatan Sepulu. Diss. Stkip Pgri Bangkalan, 2021.

Irhamna, Sani Alim. "Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Perekonomian Masyarakat Sekitar Objek Wisata Di Dieng Kabupaten Wonosobo." http:Economics Development Analysis Journal 6.3.ac.id (2017): 320-327.

Mukarromah, Mukarromah. Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan, Motivasi, Sikap Mandiri, Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Stkip Pgri Bangkalan. Diss. Stkip Pgri Bangkalan, 2021.

Afghani, Moh Faqih, And Emma Yulianti. "Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, Serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi E-Banking Di Bank Bri Surabaya." Journal Of Business & Banking 6.1 (2017): 113-128.

Gendrianto, Gendrianto, Bambang Rustandi, And Tata Zaenal Mutaqien. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Audit Judgment." http:Jurnal Sikap 3.1.ac.id (2018): 277717.

Munandar, Ridwan Aris. Pengaruh Keragaman Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey Pada Konsumen Distro Yesterday Plaza Parahyangan Bandung). Diss. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unpas Bandung, 2017.

Sudarsono, Bambang, And Bambang Sudiyatno. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Return Saham Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2009 S/D 2014." http:Jurnal Bisnis Dan Ekonomi 23.1.ac.id (2016).

Latif, Abdul. Pengaruh Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Prestasi Belajar Siswa Kelas Viii Mts Al-Falah Buluh Dakiring, Kecamatan Socah. Diss. Stkip Pgri Bangkalan, 2022.

Santoso, Dian Kartika, Antariksa Antariksa, And Sri Utami. "Tipologi Rumah-Ladang Di Desa Enclave Taman Nasional Bromo Tengger Semeru, Ngadas, Kabupaten Malang." Arsitektura 17.2 (2019): 271-282.

Ratih (2021) dimana pada hasil penelitiannya menyatakan bahwa harga, lokasi dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap Jumlah customer.

menurut Halimatus (2020) menunjukan secara parsial penelitian ini berbeda, dimana pada penelitian ini menyatakan bahwa variabel harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen.