

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada GOR Saratoga, Pamulang, Kota Tangerang Selatan

Desiniat Zega*, Sugeng Widodo

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Jalan Surya Kencana, No. 1, Kecamatan. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15417, Indonesia

*desniatzeg@gmail.com

Kata Kunci:

harga;
kualitas
pelayanan;
kepuasan
pelanggan

Abstrak Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan judul "Pengaruh Harga dan kualitas pelayanan Terhadap kepuasan pelanggan pada Gor Saratoga Pamulang Tangerang Selatan, Metode penelitian menggunakan metode pendekatan kuantitatif yang bersifat asosiatif dengan populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 450. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini teknik sampling dengan teknik yang diambil yaitu purposive sampling serta menggunakan rumus slovin adalah suatu rumus yang digunakan untuk mencari besar sampel yang dinilai mampu mewakili keseluruhan populasi dan menggunakan *Margin Of Error Maximum* sebesar 0,10 atau 10% sehingga di dapat sampel sebanyak 82 responden. Hasil pengujian harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung $> t$ tabel atau ($3.443 > 1.66412$), Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai ρ value $< \text{Sig.}0,05$ atau ($0,001 < 0,05$). Hasil pengujian kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung $> t$ tabel atau ($3.161 > 1.66412$), Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai ρ value $< \text{Sig.}0,05$ atau ($0,002 < 0,05$). Hasil pengujian harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai F hitung $> F$ tabel atau ($14.837 > 3,112$), hal ini juga diperkuat dengan ρ value $< \text{Sig.}0,05$ atau ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian maka H_03 ditolak dan H_a3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Keywords:

price;
service quality;
customer
satisfaction

Abstract The purpose of this research is to determine the effect of price (X_1) and service quality (X_2) on customer satisfaction (Y) with the title "The influence of price and service quality on customer satisfaction at Gor Saratoga Pamulang South Tangerang. The research method uses a quantitative approach which is The associative population in this study was 450. The sample used in this study was a sampling technique with the technique taken, namely purposive sampling and using the Slovin formula, which is a formula used to find a sample size that is considered capable of representing the entire population and using the Maximum Margin of Error. of 0.10 or 10% so that a sample of 82 respondents was obtained. The partial price test results have a significant effect on customer satisfaction with a calculated t value $> t$ table or ($3.443 > 1.66412$). This is also reinforced by a ρ value $< \text{Sig.}0.05$ or ($0.001 < 0.05$). The results of partial service quality testing have a significant effect on customer satisfaction with the calculated t value $> t$ table or ($3.161 > 1.66412$). This is also reinforced by the ρ value $< \text{Sig.}0.05$ or ($0.002 < 0.05$). The results of testing price and service quality simultaneously influence customer satisfaction with the calculated F value $> F$ table or ($14,837 > 3.112$), this is also reinforced by the ρ value $< \text{Sig.}0.05$ or ($0.000 < 0.05$). Thus, H_03 is rejected and H_a3 is accepted, this shows that there is a significant simultaneous influence between price (X_1) and service quality (X_2) on customer satisfaction (Y).

PENDAHULUAN

Bulutangkis merupakan salah satu olahraga yang sangat digemari oleh masyarakat di Indonesia, karena permainan ini mudah untuk dilakukan dan tidak memerlukan tempat yang luas. Selain itu bulutangkis adalah permainan yang menarik dimana dalam permainannya sangat dibutuhkan fisik yang bugar, kecermatan, dan respon yang cepat dan akurasi yang bagus.

Oleh karena itu dalam permainan ini harus fokus mempunyai stamina yang baik untuk mematahkan lawan dalam memperoleh poin. Permainan bulutangkis juga merupakan permainan yang sangat fleksibel dimana bisa dimainkan secara *single* atau ganda sehingga bisa menyesuaikan dengan kualitas pemain, baik yang suka bermain sendiri atau dalam tim.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen menurut Stoner dalam Muliana dkk, (2020:3) berpendapat manajemen merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha – usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber - sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang sudah ditetapkan”.

Manajemen merupakan rangkaian kegiatan atau aktivitas anggota organisasi yang terdiri dari perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan pengendalian untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan yang telah ditentukan dan ditargetkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber- sumber daya lainnya, Nurdiansyah & Rahman (2019:3).

Menurut Sarinah & Mardalena, (2017:7) berpendapat manajemen merupakan suatu proses dalam rangka mencapai tujuan organisasi atau perusahaan untuk bekerja dan mencapai tujuan dan target perusahaan melalui sumber daya yang ada.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bersifat Asosiatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode menemukan pengetahuan menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis pada apa yang ingin di ketahui.

Menurut Sugiyono (2016:7) mendefinisikan metode penelitian kuantitatif sebagai berikut: Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji hipotesis.

HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji pernyataan pada kuesioner valid atau tidak. Untuk mengolah uji validitas penulis menggunakan software SPSS Versi 25. Maka hasil uji validitas dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil uji validitas berdasarkan variabel harga

No.	Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keputusan
1.	Harga yang diberikan sesuai dengan harga pasaran	0.531	0.217	Valid
2.	Harga yang diberikan lebih murah dari kompetitor	0.558	0.217	Valid
3.	Adanya potongan harga untuk kegiatan turnamen	0.468	0.217	Valid
4.	Adanya potongan harga untuk pelanggan member	0.764	0.217	Valid
5.	Waktu pembayaran sesuai yaitu setelah melakukan booking	0.672	0.217	Valid
6.	Waktu pembayaran tidak memakan waktu lama	0.645	0.217	Valid
7.	Syarat pembayaran sangat mudah	0.632	0.217	Valid

Sumber: Data Diolah menggunakan SPSS.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal, model regresi yang baik adalah berdistribusi normal. Maka hasil uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov Test* dan uji P-Plot seperti terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil uji normalitas dengan kolmogorov smirnov test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Predicted Value
N		82
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	19.0121951
	Std. Deviation	1.43982851
Most Extreme Differences	Absolute	.102

	Positive	.102
	Negative	.080
Test Statistic		.102
Asymp. Sig. (2-tailed)		.034 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.334 ^d
	99% Lower Bound	.321
	Confidence Interval Upper Bound	.346

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

Sumber: Data Diolah menggunakan SPSS.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas dalam model regresi dapat dilihat dari *Tolerance Value Atau Inflation Inflation Factor* (VIF) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika nilai VIF > = 10,00 dan nilai tolerance < 0.10 maka terjadi multikolinearitas.
- b) Jika nilai VIF < 10,00 dan nilai tolerance > 0.10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Dalam penelitian ini hasil uji multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan *Software Statistica Package For Social Science* (SPSS) versi 25. Maka hasil uji hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini adalah seperti terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil pengujian uji multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	22.137	2.980			7.429	.000		

Harga	.386	.092	.405	4.196	.000	.985	1.015
Kualitas_Pelayana	-.425	.107	-.382	-3.955	.000	.985	1.015
n							5

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber: Data Diolah menggunakan SPSS.

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (uji t)

Pengujian hipotesis variabel harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dilakukan dengan uji t (uji secara parsial). Dalam penelitian ini digunakan kriteria signifikansi 5% (0,05) dengan cara membandingkan antara nilai t hitung dengan t tabel yaitu dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika nilai t hitung $<$ t tabel : berarti H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya harga dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
- Jika nilai t hitung $>$ t tabel : berarti H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Adapun untuk menentukan besarnya nilai t tabel di cari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi $>$ 0,05, berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Harga dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- Jika nilai signifikansi $<$ 0,05, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 4. Hasil uji hipotesis (uji t) variabel harga terhadap kepuasan pelanggan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.569	1.893		6.641	.000
	Harga	.342	.099	.359	3.443	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber: Data Diolah menggunakan SPSS.

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (uji F)

Untuk pengujian pengaruh variabel harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan dilakukan dengan uji statistik F (uji simultan) dengan signifikansi 5%. Dalam

penelitian ini digunakan kriteria signifikansi 5% (0,05) yaitu membandingkan antara nilai F hitung dengan F tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika nilai F hitung < F tabel: berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang artinya harga dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- Jika nilai F hitung > F tabel: berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Tabel 5. Hasil uji hipotesis (uji F) variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	167.922	2	83.961	14.837	.000 ^b
	Residual	447.066	79	5.659		
	Total	614.988	81			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Harga

Sumber: Data Diolah menggunakan SPSS.

Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis uji f pada tabel di atas diperoleh nilai F hitung > F tabel atau ($14.837 > 3,112$), hal ini juga diperkuat dengan p value < Sig.0,05 atau ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Pembahasan

Pengaruh Variabel Harga (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai persamaan regresi $Y = 22.137 + 0.386X_1 + 0,425X_2$. nilai koefisien korelasi secara parsial diperoleh sebesar 0,359 artinya variabel harga mempunyai hubungan rendah terhadap kepuasan pelanggan. dan nilai koefisien determinasi secara parsial sebesar 0,129 atau 12,9% sedangkan sisanya 87,1% dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian, dan nilai hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau ($3.443 > 1.66412$).

Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai p value < Sig.0,05 atau ($0,001 < 0,05$). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga (X_1) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ugeng Budi Haryoko, Veta Lidya Delimah Pasaribu, dkk dengan judul penelitian “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer)” dimana hasil penelitian yang

diperoleh bahwa H0 ditolak dan H3 diterima. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara Harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Firman Dekorasi.

Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan (X₂) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai persamaan regresi $Y = 22.137 + 0.386X_1 + 0.425X_2$. nilai koefisien korelasi secara parsial diperoleh sebesar 0,333 artinya variabel kualitas pelayanan mempunyai hubungan rendah terhadap kepuasan pelanggan. dan nilai koefisien determinasi secara parsial sebesar 0,111 atau 11,1% sedangkan sisanya 88,9% dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian, dan nilai hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(3.161 > 1.66412)$.

Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai ρ value $< \text{Sig.}0,05$ atau $(0,002 < 0,05)$. Dengan demikian maka H₀₂ ditolak dan H_{a2} diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X₂) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Gofur (2019). Dengan judul penelitian “Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan” dengan hasil penelitian diperoleh bahwa kualitas pelayanan (X₁) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dan harga (X₂) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Pengaruh Harga (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai persamaan regresi $Y = 22.137 + 0.386X_1 + 0.425X_2$. nilai koefisien korelasi secara parsial diperoleh sebesar 0,523 artinya variabel harga dan kualitas pelayanan mempunyai hubungan sedang terhadap kepuasan pelanggan. dan nilai koefisien determinasi secara parsial sebesar 0,273 atau 27,3% sedangkan sisanya 72,7% dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian, dan nilai hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(14.837 > 3,112)$, hal ini juga diperkuat dengan ρ value $< \text{Sig.}0,05$ atau $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H₀₃ ditolak dan H_{a3} diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara harga (X₁) dan kualitas pelayanan (X₂) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Budiono, (2020). Dengan judul penelitian “Pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian. Equilibrium” pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Promosi, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Pelanggan secara simultan adalah 22,9 %, Variabel Layanan (0,011), dan Citra Merek (0,021) yang memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian, Variabel Layanan (0,004) dan Promosi (0,015) yang memiliki efek positif pada kepuasan pelanggan.

SIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini. Maka harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gor Saratoga, Pamulang secara parsial data tersebut dilihat dari hasil uji hipotesis yang memperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau $(3.443 > 1.66412)$, Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai ρ value $<$ Sig.0,05 atau $(0,001 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_01 ditolak dan H_{a1} diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga (X1) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini. Maka kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Gor Saratoga Pamulang, secara parsial data tersebut dilihat dari hasil uji hipotesis yang memperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau $(3.161 > 1.66412)$, Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai ρ value $<$ Sig.0,05 atau $(0,002 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_02 ditolak dan H_{a2} diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini. Maka harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Gor Saratoga Pamulang, secara parsial data tersebut dilihat dari hasil uji hipotesis yang memperoleh nilai F hitung $>$ F tabel atau $(14.837 > 3,112)$, hal ini juga diperkuat dengan ρ value $<$ Sig.0,05 atau $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_03 ditolak dan H_{a3} diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

PENGHARGAAN

Penelitian ini dibiayai secara mandiri. Terima kasih disampaikan kepada pembimbing atas selesainya penelitian ini dan telah dipublikasikan pada jurnal. Selain itu disampaikan pula kepada manajemen GOR Saratoga, Pamulang, Kota Tangerang Selatan yang telah bersedia memberikan waktu dan tempat untuk melakukan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvianna, S., Husnita, I., Hidayatullah, S., Lasarudin, A., & Estikowati, E. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Panderman Coffee Shop di Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Management and Business Review*, 18(2), 380-392.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan pada pelanggan gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86-94.

- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1-14.
- Aswad, S., Realize, R., & Wangdra, R. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 6(2), 77-85.
- Fandi Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta.
- Fandi Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi Keempat. Yogyakarta: Andi.
- Fandi Tjiptono., & Anastasia Diana. (2016). *Pemasaran (Esesi dan Aplikasi)*, Yogyakarta: Andi.
- Fandi Tjiptono., & Gregorius Chandra. (2016). *Service, Quality, and Satisfaction*, Edisi 4. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Kedelapan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program.IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37-44.
- Hanifa, O., Kurniawati, T., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Go-Jek dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(4), 794-803.
- Khairani, R., Siregar, C. A., Hutabalian, R. H., & Karolina, I. I. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Matahari Putera Prima (Hypermart). *Jurnal Manajemen*, 5(2), 129-136.
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Pelanggan pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90-99.
- Pengertian Harga: Fungsi, Jenis, Tujuan, dan Contohnya - Gramedia Literasi. (2022). Retrieved June 14, 2024, from Gramedia.com website: <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-harga/>.
- Setiawan, B. P., & Frianto, A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Perusahaan Jasa Ekspedisi Krian). *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 3(3), 352-366.
- Solikha, S., & Suprpta, I. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pt. Go-Jek). *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(1), 67-81.

SoM, P. (2022, September 8). Fungsi Manajemen: Pengertian dan Contoh - PPM School of Management. Retrieved June 14, 2024, from PPM School of Management website: <https://ppmschool.ac.id/fungsi-manajemen/>.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&G*. Cetakan ke-23. Bandung: CV. Alfabeta.