



Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Tiga Berlian Mandiri Surabaya

Devi Liliana Putri Marfida ^{1*}, Iswati Iswati ², Eny Sulistyowati ³

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT Surabaya, Indonesia

E-mail: devililiana18@gmail.com¹, iswativirgin@gmail.com², enysulistyowati7171@gmail.com³

*Korespondensi penulis: devililiana18@gmail.com

Abstract. *This study aims to further investigate "The Influence of Service Quality and Price on Customer Satisfaction" at PT Tiga Berlian Mandiri Surabaya. The background of this research is that in the era of globalization, customer satisfaction becomes a key success factor for companies to continue to grow and compete. PT. Tiga Berlian Mandiri (Tiberman), an importer of heavy equipment tires, has faced complaints related to customer dissatisfaction due to service issues. This is also supported by company data showing a decline in April 2024. Therefore, this research is important to help the company improve the services and products provided. The objectives of this study are to determine: the influence of service quality on customer satisfaction, the influence of price on customer satisfaction, and the influence of both service quality and price on customer satisfaction. The method used in this research is the quantitative method, which aims to develop mathematical models, theories, and hypotheses related to a phenomenon to determine the relationships between variables within a population. Data were obtained through observation, questionnaires, and literature studies. The research population is the employees and customers of PT Tiga Berlian Mandiri Surabaya, with a sample of 34 taken from the population using purposive sampling technique. The questionnaire results were calculated using a Likert Scale. The conclusion of this study is that service quality affects customer satisfaction and price affects customer satisfaction.*

Keywords: *Service Quality, Price, Customer Satisfaction.*

Abstrak. Penelitian ini ingin mengetahui secara lebih lanjut "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan" di PT Tiga Berlian Mandiri Surabaya. Latar belakang penelitian ini adalah dalam era globalisasi, kepuasan pelanggan menjadi kunci sukses perusahaan untuk dapat terus berkembang dan bersaing. PT. Tiga Berlian Mandiri (Tiberman), importir ban alat berat menghadapi keluhan terkait ketidakpuasan pelanggan karena pelayanan. Hal ini juga diperkuat dengan data perusahaan yang menunjukkan adanya penurunan penjualan pada April 2024. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan agar dapat membantu perusahaan dalam memperbaiki layanan dan produk yang diberikan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan, dan pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif bertujuan untuk untuk mengembangkan model matematis, teori, dan hipotesis terkait suatu fenomena dengan tujuan menentukan hubungan antar variabel dalam suatu populasi. Data diperoleh melalui observasi, penyebaran kuesioner dan studi pustaka. Populasi penelitian ini adalah karyawan Pelanggan PT Tiga Berlian Mandiri Surabaya, dengan sampel yang diambil sebesar 34 dari populasi menggunakan teknik sampel purposive sampling. Hasil kuesioner dihitung menggunakan Skala Likert. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan.

1. LATAR BELAKANG

Dalam era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, kepuasan pelanggan menjadi kunci utama bagi kesuksesan berkelanjutan perusahaan di berbagai sektor. Kualitas layanan diakui sebagai salah satu faktor yang paling berpengaruh dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Dalam konteks bisnis modern, pelanggan memiliki harapan yang semakin tinggi terhadap kualitas layanan yang mereka terima.

Sejalan dengan perubahan sosial budaya masyarakat, serta perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, maka kesadaran masyarakat terhadap unsur-unsur pelayanan dan beberapa faktor pertimbangan lainnya yang diberikan oleh suatu perusahaan juga semakin meningkat. PT. Tiga Berlian Mandiri, lebih dikenal dengan nama Tiberman merupakan importir ban alat berat dengan kualitas ban terbaik. Sebagai supplier ban import, Tiberman menyediakan beragam pilihan ban seperti Ban Truk, Bus, Loader, Grader, Forklift, Traktor, Crane, Reach Stacker, Compactor, dan Ban Alat Berat lainnya yang melayani transaksi via Online & Offline, dengan slogan “*We Provide Solutions*” dan merupakan salah satu bisnis yang mengutamakan pelayanan kepada para pelanggannya.

Tabel 1. Pelanggan Tiberman Tahun 2024

No	Bulan	Jumlah Pelanggan
1	Januari 2024	193
2	Februari 2024	195
3	Maret 2024	203
4	April 2024	175

Sumber : Data Perusahaan PT Tiga Berlian Mandiri (2024)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, bahwa jumlah konsumen yang aktif sebagai pelanggan PT Tiga Berlian Mandiri jika dilihat dari jumlah konsumen mengalami peningkatan, akan tetapi jika dilihat jumlah pelanggan mengalami penurunan pada bulan April 2024. Dalam hal ini perusahaan harus cepat merespon baik itu dalam kualitas pelayanan, kualitas produk ataupun hal lainnya.

Salah satu upaya dalam membentuk loyalitas pelanggan adalah dengan menciptakan kepuasan pelanggan, karena pelanggan yang puas akan menjadi loyal pada perusahaan. Definisi kepuasan yang terdapat dalam berbagai literatur cukup beragam. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya (Tjiptono, 2020, hlm. 19).

Faktor lain yang menarik untuk diperhatikan adalah kualitas layanan PT. Tiga Berlian Mandiri karena telah ada keluhan tentang layanan yang kurang memuaskan, seperti karyawan

yang tidak ramah dan penanganan yang tidak cepat, seperti yang telah disebutkan sebelumnya. Untuk mencapai tujuan bisnisnya, perusahaan harus mempertimbangkan keinginan pelanggan, sehingga perusahaan harus menggunakan semua aset dan kemampuan yang dimiliki secara optimal untuk memberikan nilai kepada pelanggan. Kunci dari kepuasan pelanggan adalah pelayanan yang diterima konsumen harus setara (*consumer satisfaction*) atau lebih besar (*consumer delight*) dari harapan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, maka perkembangan perusahaan PT. Tiga Berlian Mandiri sejauh ini belum efektif bagi keberlangsungan bisnis. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Tiga Berlian Mandiri Surabaya.”

2. KAJIAN TEORITIS

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan. Kepuasan tersebut tentunya dapat tercipta apabila harapan pelanggan terpenuhi (Kasmir, 2017). Kualitas pelayanan ini juga merupakan salah satu komponen pemasaran yang sulit untuk ditiru oleh pesaing. Hal tersebut karena wujud nyatanya hanyalah dapat dirasakan oleh pelanggan, dan pelanggan yang telah merasakan kualitas pelayanan terbaik dari suatu perusahaan akan memiliki harapan khusus yang belum tentu disediakan oleh merek lain.

Harga

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena telah membeli atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler & Armstrong, 2018, hlm. 151). Harga merupakan bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan unsur yang lainnya akan menimbulkan biaya. Harga juga merupakan satu bauran pemasaran yang paling fleksibel, dimana harga dapat berubah dengan cepat. Penentuan harga merupakan titik kritis dalam bauran pemasaran jasa karena harga menentukan pendapatan dari suatu usaha/bisnis. Keputusan penentuan harga sangat signifikan di dalam penentuan nilai/manfaat yang diberikan kepada pelanggan dan memainkan peranan penting dalam gambaran kualitas dari pelayanan (Junaedi, 2015).

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller dalam Priansa, (2018) Menyatakan bahwa kepuasan konsumen atau pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Kepuasan pelanggan dapat terwujud apabila pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan sama atau setidaknya hampir sama dengan apa yang pelanggan harapkan dalam membeli atau menggunakan jasa dari penyedia jasa. Untuk mewujudkan hal tersebut maka pimpinan harus tahu apa yang dianggap penting oleh pelanggan dan pimpinan berusaha untuk menghasilkan performance sebaik mungkin agar pelayanan memiliki kualitas yang baik sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Pelayanan jasa yang berkualitas adalah syarat utama kelangsungan bagi kelangsungan perusahaan (Yasin, 2015).

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan merupakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Terdapat dua jenis variabel pada penelitian kuantitatif ini yaitu variabel bebas (independen) yang meliputi Kualitas Layanan (X1) dan Harga (X2) dan variabel terikat (dependen) yang meliputi Kepuasan Pelanggan sebagai variabel (Y). Penelitian Kuantitatif ini memungkinkan pengumpulan data yang dapat dianalisis secara statistik untuk memperoleh hasil yang dapat diukur secara objektif.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			34
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.71090909
Most Extreme Differences	Absolute		.142
	Positive		.142
	Negative		-.061
Test Statistic			.142
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.081
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.080
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.073
		Upper Bound	.087
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.			

Sumber : Hasil Olah Data menggunakan SPSS, 2024

Berdasarkan tabel 4.11, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,080 > 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa residual berdistribusi normal. Uji Kolmogorov-Smirnov digunakan untuk menguji normalitas model regresi. Jika diperoleh nilai signifikansi sig. $> \alpha = 0,05$, maka model tersebut normal.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.076	2.889		.026	.979		
	Kualitas Pelayanan	.327	.082	.529	3.987	.000	.779	1.284
	Harga	.318	.121	.349	2.635	.013	.779	1.284

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Olah Data menggunakan SPSS, 2024

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai tolerance $> 10\%$ dan VIF < 10 , sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwasannya ketiga variabel independen dalam penelitian ini tidak ditemukan adanya gejala multikolinieritas.

c. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.076	2.889		.026	.979
	Kualitas Pelayanan	.327	.082	.529	3.987	.000
	Harga	.318	.121	.349	2.635	.013

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Olah Data menggunakan SPSS, 2024

Berdasarkan tabel diatas, maka hasil perhitungan persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 0,076 + 0,327 X_1 + 0,318 X_2 + \epsilon$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

β = Koefisien regresi

X₁ = Kualitas Pelayanan

X2 = Harga

ε = Error

Hasil persamaan regresi berganda diatas memberikan pengertian bahwa Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

1. Koefisien regresi untuk variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,327 dan juga signifikan pada $< 0,05$ yang bertanda positif, hal ini menunjukkan apabila Kualitas Peayanan semakin meningkat maka Kepuasan Pelanggan akan semakin meningkat.
2. Koefisien regresi untuk variabel Harga sebesar 0,318 dan juga signifikan pada $< 0,05$, bertanda positif, hal ini menunjukkan apabila Harga semakin meningkat maka Kepuasan Pelanggan akan semakin meningkat.

Berdasarkan persamaan regresi di atas dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan variabel Harga (X2) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dan faktor dominan yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan adalah Kualitas Pelayanan yang ditunjukkan dengan nilai koefisiensi regresi paling besar dibanding variabel Harga yaitu sebesar 0,318.

Uji Hipotesa

a. Uji Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (r^2)

Koefisien determinasi merupakan satuan yang digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun rentang nilai koefisiensi determinasi antara 0 hingga 1 dan bila dipresentasikan yaitu antara 0 hingga 100%. Oleh karena itu, berikut merupakan hasil dari nilai koefisiensi determinasi :

Tabel 4. Hasil Pengukuran (R) dan (r^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.759 ^a	.576	.548	1.76524
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan				

Sumber : Hasil Olah Data menggunakan SPSS, 2024

- a. Nilai R sebesar 0,759 yang menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel dependen Kepuasan Pelanggan dengan Kualitas Pelayanan dan Harga, yaitu sebesar 75,9%.

- b. R Square sebesar 0,576 berarti Kepuasan Pelanggan mampu diprediksikan oleh Kualitas Pelayanan dan Harga sebesar 57,6% sedangkan sisanya 42,4% oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
- c. Nilai Adjusted R Square atau koefisien determinasi adalah 0,548 berarti Kualitas Pelayanan dan Harga mampu menjelaskan variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 54,8% sedangkan sisanya 45,2% variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
- d. Ada dua pilihan, memakai R Square atau memakai Adjusted R Square, apabila jumlah variabel lebih dari dua, maka digunakan Adjusted R Square. Sehingga nilai yang digunakan dalam koefisien determinasi adalah 54,8%.
- e. Standar error of the estimate adalah sebesar 1.76524 yang berarti bahwa tingkat kesalahan penaksiran dari model regresi linear berganda pada penelitian ini adalah sebesar 1.76524.

b. Uji Model F

Tabel 5. Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	130.961	2	65.480	21.014	.000 ^b
Residual	96.598	31	3.116		
Total	227.559	33			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan					
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan					

Sumber : Hasil Olah Data menggunakan SPSS, 2024

Berdasarkan hasil uji statistik F pada tabel diatas terlihat bahwa $F_{hitung} = 21,014 > F_{tabel} = 3,30$ dengan tingkat signifikansi (0,000) yang berarti lebih kecil dari probabilitas yang di tetapkan (0,05). Hal ini berarti bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Tiga Berlian Mandiri Surabaya.

c. Uji Model T

Tabel 6. Hasil Uji Model T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.076	2.889		.026	.979
	Kualitas Pelayanan	.327	.082	.529	3.987	.000
	Harga	.318	.121	.349	2.635	.013

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Olah Data menggunakan SPSS, 2024

Dari tabel diatas, maka kesimpulan dari uji-t sebagai berikut :

1. Hasil uji : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pada tabel 4.15 diketahui nilai thitung untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar $t_{hitung} = 3,987 > t_{tabel} = 0,682$ dengan tingkat signifikansi (0,000) yang berarti lebih kecil dari probabilitas yang ditetapkan (0,05). Hal ini berarti bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh dan signifikan. Dari hasil tersebut disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan Kepuasan Pelanggan pada PT Tiga Berlian Mandiri Surabaya.

2. Hasil uji : Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pada tabel diatas diketahui nilai t hitung untuk variabel Harga (X2) sebesar $t_{hitung} = 2,635 > t_{tabel} = 0,682$ dengan tingkat signifikansi (0,013) yang berarti lebih kecil dari probabilitas yang ditetapkan (0,05). Hal ini berarti bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Tiga Berlian Mandiri Surabaya.

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf kesalahan 0,05 dengan nilai t hitung sebesar 3,987, maka dapat dikatakan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hasil analisis ini dapat diartikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan secara signifikan akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa variabel harga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,013 lebih kecil dari taraf kesalahan 0,05 dengan nilai t hitung sebesar 2,635, maka dapat dikatakan variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hasil ini dapat diartikan bahwa penetapan harga yang sesuai dan kompetitif secara signifikan akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf kesalahan 0,05 dengan nilai f hitung sebesar 21,014, maka dapat dikatakan variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hasil ini dapat diartikan bahwa ketika kualitas pelayanan dan harga diperhatikan dan dikelola dengan baik, maka tingkat kepuasan pelanggan cenderung meningkat.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tiga Berlian Mandiri. Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Tiga Berlian Mandiri Surabaya. Kesimpulan ini diperoleh dari nilai uji t. Berdasarkan uji t yang dilakukan pada variabel X1 (Kualitas Pelayanan) terhadap Y (Kepuasan Pelanggan), didapatkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel, yaitu $3,987 > 0,682$. Selain itu, diketahui bahwa nilai signifikansi dari X1 terhadap Y adalah 0,000, yang lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=5\%$).
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Tiga Berlian Mandiri Surabaya. Kesimpulan ini diperoleh dari nilai uji t. Berdasarkan uji t yang dilakukan pada variabel X2 (Harga) terhadap Y (Kepuasan Pelanggan), didapatkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel, yaitu $2,635 > 0,682$. Selain itu, diketahui bahwa nilai signifikansi dari X1 terhadap Y adalah 0,013, yang lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=5\%$).

3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Tiga Berlian Mandiri Surabaya. Kesimpulan ini diperoleh dari nilai uji t. Berdasarkan uji f yang dilakukan pada variabel X1 (Kualitas Pelayanan) dan X2 (Harga) terhadap Y (Kepuasan Pelanggan), didapatkan nilai f hitung lebih besar dari f tabel, yaitu $21,014 > 3,30$. Selain itu, diketahui bahwa nilai signifikansi dari X1 dan X2 terhadap Y adalah 0,000, yang lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=5\%$).

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disampaikan di atas, saran yang dapat direkomendasikan untuk mempertimbangkan langkah-langkah selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Dengan adanya hasil penelitian yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT Tiga Berlian Mandiri, pihak Tiberman diharapkan untuk meningkatkan dan mempertahankan standar kualitas pelayanan serta melakukan evaluasi rutin terhadap harga produk guna memastikan kesesuaian dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Selain itu, mengadakan pelatihan berkala bagi karyawan sangat penting untuk meningkatkan kompetensi mereka dalam memberikan pelayanan terbaik.

2. Bagi Pelanggan

Bagi pelanggan diharapkan dapat memanfaatkan layanan pelanggan yang tersedia dengan memberikan masukan dan umpan balik secara aktif. Hal ini akan membantu perusahaan memahami dan memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan dengan lebih baik. Selain itu, diharapkan pelanggan juga dapat memanfaatkan program promosi dan penawaran harga yang diberikan oleh perusahaan untuk mendapatkan manfaat maksimal.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk melanjutkan penelitian ini dengan memperluas cakupan variabel yang mungkin mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti faktor-faktor kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan melakukan penelitian di berbagai daerah atau industri lainnya untuk mendapatkan perspektif yang lebih luas serta generalisasi hasil yang lebih baik.

DAFTAR REFERENSI

- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan pada konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8(3), 86-94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Arianty, N. (2016). *Manajemen pemasaran*. Medan: Perdana Publishing.
- Cahyadi. (2022). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian baja ringan di PT Arthanindo Cemerlang. *Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 1, 60-73.
- Harto, M. L. C., dkk. (2024). Pengaruh experiential marketing dan service quality terhadap repurchase intention dengan customer satisfaction sebagai variabel intervening (Studi pada konsumen restoran Jepang Marugame Udon Yogyakarta). *Jurnal Volatilitas*, 6(1), 5-24.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & kepuasan pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Indrawan, B., & Kaniawati, D. R. (2020). Pengaruh net interest margin (NIM) terhadap return on asset (ROA) pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk periode 2013-2017. *Jurnal E-Bis*, 4(1), 78-87. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v4i1.239>
- Iqbal, M. F., dkk. (2023). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus pada rumah makan Mega Mulia Cabang Delima Pekanbaru). *SNEBA Pros Seminar Nasional Ekonomi Bisnis Akuntansi*, 3, 357-368. <http://www.e-jurnal.stie-ibek.ac.id/index.php/JIPMB/article/view/55>
- Jasin, H. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas air terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Tirtanadi Cabang Tuasan Medan. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 9(1), 57-65.
- Lila, B., Susi, H., & Dewi, A. H. (2018). *Strategi peningkatan daya saing usaha kecil menengah*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli.
- Maarif, S. D. (2023). Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi kepuasan pelanggan? *Tirto.id*. <https://tirto.id/faktor-faktor-apa-saja-yang-memengaruhi-kepuasan-pelanggan-gN4w> (diakses 12 Maret 2024).
- Onibala, J., & Raintung, S. M. M. C. (2020). Analisis perbandingan kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan jasa ojek online Gojek dan Grab Bike (Studi pada mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsrat). *Jurnal EMBA*, 8(3), 41-50.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Riadi, M. (2021). *Kepuasan konsumen (pengertian, aspek, strategi dan indikator)*. Kajian Pustaka. https://www.kajianpustaka.com/2021/01/kepuasan-konsumen.html#google_vignette (diakses 12 Maret 2024).
- Sehroh. (2023). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee di wilayah Surabaya.

- 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. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i1.91>
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardi, Y., dkk. (2022). Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(2), 31-41. <https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.718>
- Thabroni, G. (2022). Harga & penetapannya: Pengertian, indikator, strategi, faktor, dsb. Serupa.id. https://serupa.id/harga-penetapannya-pengertian-indikator-strategi-faktor-dsb/#google_vignette (diakses 12 Maret 2024).
- Thabroni, G. (2022). Kepuasan pelanggan (Customer satisfaction): Pengertian, manfaat, dimensi, dsb. Serupa.id. <https://serupa.id/kepuasan-pelanggan-customer-satisfaction-pengertian-manfaat-dimensi-dsb/> (diakses 12 Maret 2024).
- Thabroni, G. (2022). Kualitas pelayanan: Pengertian, indikator, dimensi, faktor & prinsip. Serupa.id. <https://serupa.id/kualitas-pelayanan-pengertian-indikator-dimensi-faktor-prinsip/> (diakses 12 Maret 2024)
- Tiberman, P. T. (2021). Tiberman - Supplier ban import alat berat, dump truck, & bus. Tiberman.co. <https://tiberman.com/> (diakses 12 Maret 2024).
- Tjiptono, F. (2017). *Service management: Mewujudkan layanan prima*. Sleman: CV Andi Offset.
- Wahyono, F. N., & Saputra, R. A. (2023). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Warbon Kopi. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi dan Manajemen Tri Bisnis*, 5(2), 270-281. <https://doi.org/10.59806/tribisnis.v5i2.306>
- Widianto, F., & Nasution, M. A. (2023). Pengaruh perilaku konsumen dan perubahan pasar terhadap tingkat penjualan Wuling di PT Arista Jaya Lestari Cabang SM Raja Medan. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 169-175. <https://doi.org/10.46576/jfeb.v1i2.2837>
- Wijoyo, H., & Girivirya, S. (2020). Pengaruh Sekolah Minggu Buddha (SMB) terhadap perkembangan fisik-motorik peserta didik di SMB Sariputta Buddhist Studies Pekanbaru. *Jurnal Maitreyawira*, 1(1), 39-52. <https://maitreyawira.e-journal.id/jm/article/view/18>