



Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Laptop Pada J-Bros Computer Padang

Ike Oktavia Desla¹, Khairil Aswan^{2*}

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP Padang

E-mail: ikeoktaviadesla@gmail.com¹, khairilaswan@akbpstie.ac.id^{2*}

Abstract. *This study aims to determine: 1. To determine the effect of physical evidence (real) on consumer satisfaction at J-Bros Computer Padang City; 2. To determine the effect of empathy (emphaty) on consumer satisfaction at J-Bros Computer Padang City; 3. To determine the effect of reliability (reliability) on consumer satisfaction at J-Bros Computer Padang City; 4. To determine the effect of responsiveness (responsiveness) on consumer satisfaction at J-Bros Computer Padang City; 5. To determine the effect of collateral (guarantee) on consumer satisfaction at J-Bros Computer Padang City; 6. To determine the effect of price (price) on consumer satisfaction at J-Bros Computer Padang City. The method used in this research is a quantitative method with a descriptive approach. The sample in this study was 80 respondents with a sampling technique using the number of samples purposive sampling. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The data analysis technique begins with the research instrument test, normality test, heteroscedasticity test, multicollinearity test, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. This study shows the results: 1) Physical Evidence (real) influential and significant to consumer satisfaction at J-Bros Computer Padang City; 2) Empathy has a positive effect on consumer satisfaction at J-Bros Computer in Padang City; 3) Reliability (reliability) has a positive and significant effect on customer satisfaction at J-Bros Computer Padang City; 4) Responsiveness (responsiveness) has a positive and significant effect on customer satisfaction at J-Bros Computer Padang City; 5) Guarantee (guarantee) has a positive and significant effect on customer satisfaction at J-Bros Computer Padang City; 6) Price (price) has a positive and significant effect on customer satisfaction at J-Bros Computer Padang City.*

Keywords: *Quality of service, Price, Consumer satisfaction*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1. Untuk mengetahui pengaruh bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan konsumen pada J-Bros Computer Kota Padang; 2. Untuk mengetahui pengaruh empati (*emphaty*) terhadap kepuasan konsumen pada J-Bros Computer Kota Padang; 3. Untuk mengetahui pengaruh keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan konsumen pada J-Bros Computer Kota Padang; 4. Untuk mengetahui pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan konsumen pada J-Bros Computer Kota Padang; 5. Untuk mengetahui pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan konsumen pada J-Bros Computer Kota Padang; 6. Untuk mengetahui pengaruh harga (*price*) terhadap kepuasan konsumen pada J-Bros Computer Kota Padang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Sampel pada penelitian ini sebanyak 80 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan jumlah sampel *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear bergana. Teknik analisis data dimulai uji

Received April 30, 2023; Revised Mei 02, 2023; Accepted Juni 01, 2023

* Ike Oktavia Desla, ikeoktaviadesla@gmail.com

instrument penelitian, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Penelitian ini menunjukkan hasil : 1) Bukti Fisik (*tangible*) berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada J-Bros Computer Kota Padang; 2) Empati (*emphaty*) berpengaruh positif dan terhadap kepuasan konsumen pada J-Bros Computer Kota Padang; 3) Keandalan (*reliability*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada J-Bros Computer Kota Padang; 4) Daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada J-Bros Computer Kota Padang; 5) Jaminan (*assurance*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada J-Bros Computer Kota Padang; 6) Harga (*price*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada J-Bros Computer Kota Padang.

Kata Kunci : Kualitas pelayanan, Harga, Kepuasan konsumen

LATAR BELAKANG

Pada saat sekarang media elektronik sangat penting salah satunya komputer, komputer merupakan salah satu alat komunikasi paling di utamakan untuk menghubungkan komunikasi dengan menggunakan internet dan menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat, sehingga hampir semua orang memiliki komputer maupun produk teknologi informasi lainnya. Dengan berkembangnya teknologi yang cukup cepat pada saat ini, memaksa masyarakat Indonesia untuk memiliki laptop, dengan peluang seperti yang demikian, membuat banyaknya merek-merek laptop yang langsung hadir di Indonesia untuk segera memasuki pangsa pasar di Indonesia, berbagai toko khususnya menjual laptop dan netebook yang sudah banyak berdiri dikota Padang saat ini. Kepuasan konsumen ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki konsumen, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan dalam perusahaan produk/jasa merupakan hal yang sangat penting dari sudut pandang konsumen. Konsumen tidak hanya menilai dari hasil jasa, tetapi juga dari proses penyampaian jasa tersebut.

Dalam kondisi persaingan yang ketat seperti ini, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan adalah kepuasan konsumen agar dapat bertahan, bersaing, dan menguasai pangsa pasar (Indrasari, 2019:92). Dengan menyadari bahwa sebenarnya nilai merupakan sintesa dari sejumlah hal yang diantaranya adalah kualitas dan pelayanan konsumen, maka keputusan atau

ketidakpuasan konsumen menjadi topik yang menarik untuk dibicarakan dan dibahas pada setiap kesempatan yang ada.

Kepuasan konsumen ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki konsumen, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan dalam perusahaan produk/jasa merupakan hal yang sangat penting dari sudut pandang konsumen. Konsumen tidak hanya menilai dari hasil jasa, tetapi juga dari proses penyampaian jasa tersebut. Hal ini dikarenakan bangunan toko J-bros Padang terlalu dekat dengan bahu jalan, karena area yang sempit ini menyulitkan pengunjung saat toko sedang dalam keadaan ramai, pengunjung menjadi kesulitan dalam memarkirkan kendaraannya. Dengan adanya dampak yang demikian membuat konsumen tidak merasa puas dengan apa yang diharapkan dan konsumen tidak akan membeli kembali di toko yang sama tersebut, dan akan melakukan *wort of mouth* dari mulut ke mulut.

Berdasarkan beberapa hal tersebut penulis meneliti tentang kepuasan konsumen, adapun faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas pelayanan dan harga. Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul saat membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil). Terhadap ekspektasi mereka, tindakan yang dilakukan konsumen. Perasaan senang atau kecewa tersebut terbentuk di dalam diri konsumen melalui kualitas produk, harga dan lokasi yang dirasakan Moha & Loindong, (2016) .

Memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen merupakan sebuah faktor yang sangat penting untuk menjaga konsumen tetap membeli dan menggunakan produk dan jasa suatu perusahaan, dengan itu perusahaan dapat menjaga stabilitas jalannya perusahaan dan juga dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Terkait dengan kepuasan konsumen di J-bross komputer Padang. dapat dilihat pada tabel jumlah konsumen tahun 2022-2023.

Berikut ini adalah data tentang tingkat jumlah konsumen sebagai berikut :

Tabel .1

Jumlah Konsumen pada Tahun 2022-2023

No	Bulan	Jumlah Konsumen
1	Januari	120
2	Februari	125
3	Maret	100
4	April	95
5	Mei	80
6	Juni	105
7	Juli	100
8	Agustus	98
9	September	86
10	Oktober	100
11	November	78
12	Desember	91
13	Januari	80

Sumber :J-Bross komputer Padang

Berdasarkan Pada Tabel 1 tersebut dapat dilihat bahwa terjadi fluktuasi jumlah konsumen toko J-bros dari bulan ke bulan. Dan dari jumlah konsumen selama tahun 2022-2023. Konsumen pada bulan januari tahun 2023 merupakan jumlah konsumen yang paling sedikit jika dibandingkan dengan jumlah konsumen sebelumnya.

Dengan sedikitnya jumlah konsumen diduga juga dipengaruhi kualitas pelayanan. Kualitas yang diberikan oleh J-bross, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya, setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan antara pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli barang pada toko yang sama.

Menurut Handoko (2017) Harga merupakan salah satu atribut yang paling penting dievaluasi oleh konsumen sehingga manajer perusahaan perlu benar benar memahami peran tersebut, harga adalah sebagai atribut dapat diartikan bahwa harga merupakan konsep keanekaragaman yang memiliki arti berbeda bagi setiap konsumen, tergantung karakteristik konsumen, situasi dan produk. harga memainkan peranan dalam bauran pemasaran, karena penentuan harga terkait langsung dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Laptop Pada J-Bross komputer Padang”.

Rumusan Masalah

1. Apakah Bukti fisik (Tangible) Berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan Pada J-Bros Computer Padang?
2. Apakah Perhatian (Emphaty) Berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan laptop Pada J-Bros Computer Padang?
3. Apakah Keandalan (reliability) Berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan laptop Pada J-Bros Computer Padang?
4. Apakah Daya Tanggap (Responsiveness) Berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan laptop Pada J-Bros Computer Padang?
5. Apakah Jaminan (Asurance) Berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan laptop Pada J-Bros Computer Padang?
6. Apakah Harga (Price) Berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan Laptop Pada J-Bros Computer Padang?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah Bukti fisik (Tangible) Berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan laptop Pada J-Bros Computer Padang?
2. Untuk mengetahui apakah Perhatian (Emphaty) Berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan laptop Pada J-Bros Computer Padang?
3. Untuk mengetahui apakah Keandalan (reliability) Berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan laptop Pada J-Bros Computer Padang?
4. Untuk mengetahui apakah Daya tanggap (Responsiveness) Berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan laptop Pada J-Bros Computer Padang?
5. Untuk mengetahui apakah Jaminan (Asurance) Berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan laptop Pada J-Bros Computer Padang?
6. Untuk mengetahui apakah Harga (Price) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan Laptop Pada J-Bros Computer Padang?

Hubungan Antar Konsep dan Hipotesis Penelitian

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen

Handoko (2016) yang menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Aspek-aspek yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan kualitas layanan adalah: memastikan tampilan gedung menarik, kehandalan dalam pengiriman barang, ketanggapan dalam melayani pelanggan, memberikan jaminan bahwa barang akan sampai dengan selamat di tempat tujuan sesuai estimasi waktu, dan berupaya memahami setiap kebutuhan konsumen. Kesimpulan dari penelitian terdahulu ditemukan bahwa kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen terhadap suatu produk berkaitan erat dengan kualitas pelayanan dan harga produk yang dibutuhkan. Jika kualitas pelayanan baik maka konsumen akan memiliki kepuasan tersendiri. Berdasarkan pada sumber dari penelitian terdahulu seperti yang telah dijelaskan diatas bias diambil kesimpulan hipotesis sementara yaitu:

H1: Diduga Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

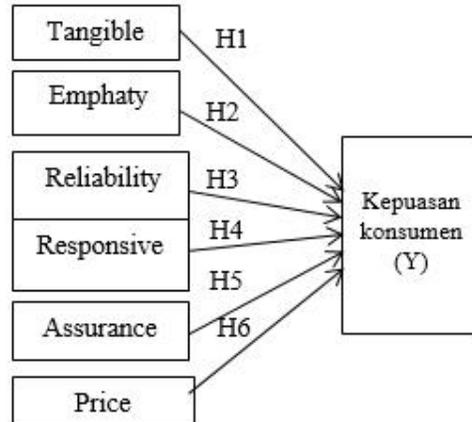
Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Hidayatullah (2017) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Apabila harga yang sesuai dengan kualitas barang maka konsumen akan merasa puas. Berdasarkan penelitian Dwiva & Thabrani, (2015) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Karena semakin terjangkau harga maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. Kemudian Penelitian oleh Siagian (2018) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen karena harga murah dan terjangkau akan menarik minat konsumen serta kualitas bagus akan membuat konsumen puas. Lalu Penelitian Budi (2014) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Apabila konsumen mendapat harga discount maka konsumen akan puas. Kesimpulan dari penelitian terdapat hubungan yang kuat antara harga dan kepuasaan konsumen. Keseluruhan penelitian ditemukan bahwa menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan harga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi seseorang, karena Apabila harga sesuai dengan kualitas barang maka konsumen akan merasa puas ditambah lagi

dengan pemberian harga discount. Berdasarkan pada sumber dari penelitian terdahulu seperti yang telah dijelaskan, maka bias diambil kesimpulan hipotesis sementara yaitu:

H2 : Diduga Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan pemikiran di atas maka dapat digambarkan kerangka konseptual pada Gambar berikut ini.



Gambar .1

Kerangka Konseptual

KAJIAN TEORITIS

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis mengenai potongan-potongan dan kejadian beserta kaitan-kaintannya, dan tujuannya adalah mengembangkan dan memakai acuan matematis, teori-teori atau hipotesis yang berhubungan dengan penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sampel Dalam penelitian ini teknik dari pengambilan sampel menggunakan Rumus Slovin, dimana sampel berdasarkan jumlah yang telah ditentukan populasi, pada penelitian ini peneliti menggunakan sebanyak 80 orang yang berasal dari konsumen J-bros Computer Padang.

Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah metode survey atau angket, dengan menggunakan alat berupa angket, angket akan disebarakan atau diberikan kepada pelanggan J-Bross padang yang dipilih sebagai sampel.

Teknik Analisa Data

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas dan Uji reliabilitas

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu bukti pernyataan dalam kuesioner. Suatu bukti pernyataan dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jika r hitung lebih besar dari r tabel untuk degree of freedom (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah sampel, maka hipotesis tidak dapat ditolak atau valid.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk dapat mengetahui apakah pengukuran pada item dalam keadaan konsisten atau tetap jika dilakukan pengukuran dilakukan yaitu sebanyak atau lebih (Sugiyono, 2017).

Tabel .2

Hasil Uji Coba Reliabilitas

No	Variabel	r Alpha	r table	Keterangan
1	<i>Tangible</i> (X1)	0,789	0,600	Reliabel
2	<i>Emphaty</i> (X2)	0,731	0,600	Reliabel
3	<i>Reliability</i> (X3)	0,740	0,600	Reliabel
4	<i>Responsiveness</i> (X4)	0,785	0,600	Reliabel
5	<i>Assurance</i> (X5)	0,683	0,600	Reliabel
6	<i>Price</i> (X6)	0,739	0,600	Reliabel
7	Kepuasan Konsumen (Y)	0,635	0,600	Reliabel

Sumber : Data SPSS 26 (Data diolah tahun 2023)

Dari tabel 2 dapat dinyatakan bahwa nilai Cronbach's Alpha pada masing-masing variabel lebih besar Role Of Thumb 0.600, maka dapat disimpulkan bahwa variabel yang diteliti dinyatakan Reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui suatu data terdistribusi normal atau tidak. Indikator yang digunakan dalam uji normalitas adalah One sample komogrof Smirnov Test, dengan standar 0,05 . (Sugiyono, 2017) Sehingga dapat disimpulkan:

- a. Apabila sign. > 0,05 artinya data terdistribusi secara normal.
- b. Apabila sign. < 0,05 artinya data tidak terdistribusi normal

Tabel .3

Uji Normalitas

Asymp. Sig. (2-tailed)	Alpha	Kesimpulan
0.200	0.05	Terdistribusi Normal

Sumber : Data SPSS 26 (Data diolah tahun 2023)

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan kolinier antar variabel independen. Atau menghindari hubungan sejenis antara variabel X sesama variabel X. Pengujian dilakukan dengan menggunakan metode Varian Inflation Faktor (VIF) dan nilai Tolerance. Variabel ini dikatakan memiliki masalah multikolinearitas jika nilai tolerance, 0,1 dan nilai VIF (varian Inflation Factor) >10.

Tabel .4
 Hasil Uji Multikolinieritas

No	Variabel	VIF	Tollerance	Kesimpulan
1	Tangible (X1)	1,614	0,620	Bebas Gejala Multikolinieritas
2	Emphaty (X2)	1,225	0,816	Bebas Gejala Multikolinieritas
3	Reliability (X3)	1,659	0,603	Bebas Gejala Multikolinieritas
4	Responsiveness (X4)	1,818	0,550	Bebas Gejala Multikolinieritas
5	Assurance (X5)	1,582	0,632	Bebas Gejala Multikolinieritas
6	Harga (X6)	1,452	0,689	Bebas Gejala Multikolinieritas

Sumber : Data SPSS 26 (Data diolah tahun 2023)

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada tabel diatas menunjukkan nilai tollerance dari variabel Tangible $0.620 > 0.1$ dan nilai VIF $1.614 < 10$, variabel Emphaty $0.816 > 0.1$ dan nilai VIF $1.225 < 10$, variabel Reliability $0.603 > 0.1$ dan nilai VIF $1.659 < 10$, Responsiveness $0.550 > 0.1$ dan nilai VIF $1.818 < 10$, variabel Assurance $0.632 > 0.1$ dan nilai VIF $1.582 < 10$, variabel Harga $0.689 > 0.1$ dan nilai VIF $1.452 < 10$, maka dapat disimpulkan bahwa di antara keenam variabel tersebut tidak adanya persoalan multikolinieritas atau biasa di sebut bebas dari gejala multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yaitu uji Glejser dengan nilai standar 0.05, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Jika nilai sign > 0.05 , maka penelitian bebas dari gejala heteroskedastisitas.
2. Jika nilai sign < 0.05 , maka peneltian tidak terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

Berikut ini hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel .5

Hasil Uji Heteroskedastisitas

No	Variabel	Sign	Alpha	Kesimpulan
1	<i>Tangible</i> (X1)	0,279	0.05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
2	<i>Emphaty</i> (X2)	0,285	0.05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
3	<i>Reliability</i> (X3)	0,369	0.05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
4	<i>Responsiveness</i> (X4)	0,690	0.05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
5	<i>Assurance</i> (X5)	0,055	0.05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
6	Harga (X6)	0,385	0.05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Data SPSS 26 (Data diolah tahun 2023)

Berdasarkan hasil olahan data dari uji Heteroskedastisitas pada tabel diatas menunjukkan bawa nilai signifikansi variabel Tengible $0.273 > 0.05$, variabel Emphaty $0.285 > 0.05$, variabel Reliability $0.369 > 0.05$, Responsiveness $0.690 > 0.05$, variabel Assurance $0.055 > 0.05$, variabel Harga $0.385 > 0.05$, maka dapat disimpulkan variabel independen terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

Hasil Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan untuk mengetahui hubungan antar variabel independent (variabel bebas) dengan variabel dependen (terikat). Berikut adalah uji dari analisis regresi linear berganda yang telah dilakukan pada tabel 4.15 di bawah ini:

Tabel .6

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Keterangan	Coefficients
Constant	4,963
<i>Tangible (X1)</i>	0,152
<i>Emphaty (X2)</i>	0,148
<i>Reliability (X3)</i>	0,181
<i>Responsiviness (X4)</i>	0,205
<i>Assurance (X5)</i>	0,218
Harga (X6)	0,180

Sumber : Data SPSS 26 (Data diolah tahun 2023)

2. Persamaan Regresi Linear Berganda

Pengujian regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_6X_6 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

X1= Tangibel

X2= Emphaty

X3= Reliability

X4= Responsiveness

X5= Assurance

X6 = Price

a = Konstanta

b1= Koefisien regresi

e = Standar Error

Persamaan regresi linear berganda diatas mempunyai arti sebagai berikut :

1. Dari persamaan regresi diatas, dapat di interpretasikan konstanta bernilai 4,963 satuan, artinya jika variabel Tangible (X1), Emphaty (X2), Reliability (X3), Responsiveness (X4), Assurance (X5), dan Harga (X6) diasumsikan sama dengan nol, maka minat beli bernilai 4,963 satuan.
2. Koefisien regresi Tangible sebesar 0.152 satuan artinya setiap peningkatan variabel Tengible sebesar 1 satuan berarti variabel Kepuasan Konsumen meningkat sebesar 0.152 satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
3. Koefisien regresi Emphaty sebesar 0.148 satuan artinya setiap peningkatan variabel Emphaty sebesar 1 satuan berarti variabel Kepuasan Konsumen meningkat sebesar 0.148 satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
4. Koefisien regresi Reliability sebesar 0.181 satuan artinya setiap peningkatan variabel Reliability sebesar 1 satuan berarti variabel Kepuasan Konsumen meningkat sebesar 0.181 satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
5. Koefisien regresi Responsiveness sebesar 0.205 satuan artinya setiap peningkatan variabel Responsiveness sebesar 1 satuan berarti variabel Kepuasan Konsumen meningkat sebesar 0.205 satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
6. Koefisien regresi Assurance sebesar 0.218 satuan artinya setiap peningkatan variabel Assurance sebesar 1 satuan berarti variabel Kepuasan Konsumen meningkat sebesar 0.218 satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
7. Koefisien regresi Harga sebesar 0.180 satuan artinya setiap peningkatan variabel Harga sebesar 1 satuan berarti variabel Kepuasan Konsumen meningkat sebesar 0.180 satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

3. Hasil Uji t

Untuk mengetahui pengaruh Tangible, Emphaty, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen, maka dilakukan hipotesis melalui uji t dengan menggunakan tingkat signifikan 5% ($\alpha = 0.05$) dengan hasil sebagai berikut:

Tabel .7
Hasil Uji T

No	Variabel	t-hitung	t-tabel	lpha	Sign	Kesimpulan
1	<i>Tangible</i> (X1)	2,012	1,666	0.05	0.048	H1 diterima
2	<i>Emphaty</i> (X2)	2,107	1,666	0.05	0.039	H2 diterima
3	<i>Reliability</i> (X3)	2,138	1,666	0.05	0.036	H3 diterima
4	<i>Responsiveness</i> (X4)	2,428	1,666	0.05	0.018	H4 diterima
5	<i>Assurance</i> (X5)	2,230	1,666	0.05	0.029	H5 diterima
6	Harga (X6)	2,021	1,666	0.05	0,047	H6 diterima

Sumber : Data SPSS 26 (Data diolah tahun 2023)

Berdasarkan hasil tabel uji t secara parsial di atas dapat dilakukan sebagai berikut :

- a. Pengaruh variabel Bukti Fisik (*Tangible*) terhadap Kepuasan Konsumen (H1).
Variabel *tangible* (X1) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di J-Bros Kota Padang dengan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($2,012 > 1,666$) dengan nilai signifikan lebih kecil dari nilai alpha ($0,048 < 0,05$) maka, hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini dinyatakan diterima.
- b. Pengaruh variabel Perhatian (*Emphaty*) terhadap Kepuasan Konsumen (H2).
Variabel *emphaty* (X2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di J-Bros Kota Padang dengan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($2,107 > 1,666$) dengan nilai signifikan lebih kecil dari nilai alpha ($0,039 < 0,05$) maka, hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini dinyatakan diterima.
- c. Pengaruh variabel Keandalan (*Reliability*) terhadap Kepuasan Konsumen (H3).
Variabel *reliability* (X3) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di J-Bros Kota Padang dengan nilai t-hitung lebih besar dari t- terhadap tabel ($2,138 > 1,666$) dengan nilai signifikan lebih kecil dari nilai alpha ($0,036 < 0,05$) maka, hipotesis ketiga (H3) dalam penelitian ini dinyatakan diterima.
- d. Pengaruh variabel Daya Tanggap (*Responsiveness*) terhadap Kepuasan Konsumen (H4).
Variabel *responsiveness* (X4) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di J-Bros Kota Padang dengan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($2,428 > 1,666$) dengan nilai signifikan lebih kecil dari nilai alpha ($0,018 < 0,05$) maka, hipotesis keempat (H4) dalam penelitian ini dinyatakan diterima.

e. Pengaruh variabel Jaminan (Assurance) terhadap Kepuasan Konsumen (H5).

Variabel assurance (X5) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di J-Bros Kota Padang dengan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($2,230 > 1,666$) dengan nilai signifikan lebih kecil dari nilai alpha ($0,029 < 0,05$) maka, hipotesis kelima (H5) dalam penelitian ini dinyatakan diterima

f. Pengaruh variabel Harga (Price) terhadap Kepuasan Konsumen (H6).

Variabel harga (X6) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di J-Bros Kota Padang dengan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($2,021 > 1,666$) dengan nilai signifikan lebih kecil dari nilai alpha ($0,047 < 0,05$) maka, hipotesis keenam (H6) dalam penelitian ini dinyatakan diterima.

PEMBAHASAN

Pengaruh Bukti Fisik (Tangible) Terhadap Kepuasan Konsumen di J-Bros Kota Padang

Hasil distribusi jawaban responden terhadap variabel bukti fisik diketahui jawaban dominan yaitu setuju pada pernyataan “J-Bros Computer telah menyediakan fasilitas penjualan yang bagus” hal ini dapat terjadi karena J-Bros telah menyediakan tempat dan fasilitas yang baik dan menarik sehingga setiap konsumen yang datang dapat merasakan kenyamanan, senang, dan tentunya aman dalam berbelanja di J-Bros Computer. Sehingga bukti fisik yang dilakukan J-Bros mendapat tanggapan positif dari para konsumen.

Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Veronica, (2017), Setiawan et al., (2019), dan Setiawan et al., (2019) yang menyatakan bahwa tangible berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti semakin baik tangible maka akan semakin baik kepuasan konsumen J-Bros Kota Padang. Bukti fisik (tangible) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan. Seperti fasilitas fisik (gedung, gudang, sarana parkir dan sebagainya).

Hasil ini disebabkan adanya aspek aspek yang berkaitan dengan tangible diantaranya mampu memberikan sistem pelayanan dengan teknologi canggih, penampilan dan akomodasi dengan pelayanan yang layak sehingga memberikan dampak positif terhadap kepuasan konsumen J-Bros Kota Padang.

Pengaruh Perhatian (Empathy) Terhadap Kepuasan Konsumen di J-Bros Kota Padang

Berdasarkan hasil distribusi jawaban responden terhadap variabel bukti fisik diketahui jawaban dominan yaitu setuju pada pernyataan “Karyawan J-Bros selalu mementingkan permintaan konsumen” hal ini dikarenakan setiap karyawan J-Bros Computer telah terlatih dan terampil dalam melayani konsumen dengan selalu memprioritaskan keinginan konsumen terlebih dahulu. Dengan demikian setiap konsumen yang datang berbelanja di J-Bros computer selalu merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dan mendapatkan produk yang diinginkan sesuai dengan permintaan konsumen. Sehingga perhatian yang diberikan mendapatkan tanggapan positif dari konsumen.

Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Farid Tiza & Susanti, (2019), Lubis & Andayani, (2018), dan Veronica, (2017) yang menyatakan bahwa empathy berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti jika empathy semakin baik maka semakin meningkatkan kepuasan pelanggan. Empathy yaitu perhatian dengan memberikan sikap yang tulus dan berifat individual atau pribadi yang diberikan penyedia layanan jasa kepada pelanggan seperti kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan.

Hasil ini dapat disebabkan oleh pernyataan perhatian individual dari perusahaan sangat dibutuhkan demi pembaharuan yang semakin baik terhadap kepuasan konsumen J-Bros Kota Padang. Empathy meliputi kemudahan dalam hal melakukan hubungan yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan konsumen. Empati juga merupakan memiliki rasa memperhatikan dan memelihara pada masing-masing konsumen (Wirdayani wahab,2017).

Pengaruh Keandalan (Realibility) Terhadap Kepuasan Konsumen J-Bros Kota Padang

Berdasarkan hasil distribusi jawaban responden terhadap variabel bukti fisik diketahui jawaban dominan yaitu setuju pada pernyataan “Karyawan J-Bros mampu memperbaiki unit yang bermasalah” hal ini membuktikan bahwa karyawan J-Bros Computer telah menguasai setiap komponen produk dan mampu menangani setiap permasalahan yang muncul sehingga dapat memperbaiki atau memberikan service ke setiap unit produk yang bermasalah yang di ajukan oleh konsumen. Dengan terampilnya

karyawan J-Bros Computer membuktikan bahwa keandalan yang baik mempengaruhi kepuasan konsumen pada J-Bros Computer sehingga keandalan pada J-Bros Computer mendapatkan tanggapan positif dari konsumen.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Triana, (2022), Magdalena et al., (2023), dan Djatola, (2023) yang menyatakan bahwa reliability berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti semakin baik reliability maka akan meningkatkan kepuasan konsumen di J-Bros kota Padang. Reliability adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan secara akurat dan terpercaya seperti yang dijanjikan. Keandalan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen membawa kebahagiaan bagi setiap konsumen. Selain itu, konsumen merasa nyaman mengetahui bahwa staf customer service adalah orang yang dapat dipercaya (cepat dan akurat) untuk melayani konsumen. Oleh karena itu, untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perlu menjaga keandalan karyawan dalam memberikan layanan yang dijanjikan secara cepat, akurat, dan tepat.

Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya keandalan karyawan dalam melayani konsumen akan memberikan kepuasan kepada konsumen, setelah konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan.

Pengaruh Daya Tangkap ((Responsiveness) Terhadap Kepuasan Konsumen Di J-Bros Kota Padang

Berdasarkan hasil distribusi jawaban responden terhadap variabel bukti fisik diketahui jawaban dominan yaitu setuju pada pernyataan “Setiap konsumen yang akan masuk pasti sudah ada karyawan yang siap melayaninya” hal ini berarti daya tanggap yang diberikan J-Bros Computer telah membuat konsumen merasa nyaman karena pelayanan yang diberikan selalu siap dan cepat tanggap menjadikan konsumen merasa disesialkan dalam berbelanja di J-Bros Computer. Dengan demikian daya tanggap yang diberikan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen sehingga daya tanggap yang diberikan mendapatkan tanggapan positif dari para konsumen J-Bros Computer.

Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Triana, (2022), Andika et al., (2023), dan Veronica, (2017) yang menyatakan bahwa responsiveness berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti dengan meningkatnya daya tanggap karyawan kepada konsumen maka akan meningkatkan

kepuasan konsumen. Daya tanggap (responsiveness) adalah kesediaan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan dengan segera dan tepat.

Daya tanggap juga merupakan kemauan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan akurat dengan mengkomunikasikan informasi yang jelas. Tanggung jawab karyawan terhadap konsumen dapat diwujudkan dengan selalu memenuhi kebutuhan konsumen, membantu konsumen dalam kesulitan, mempercepat proses pengaduan, dan selalu konsisten dalam pelaksanaan pelayanan yang nyaman bagi konsumen. Dengan demikian, konsumen tidak perlu menunggu lama untuk layanan tersebut memenuhi kebutuhannya. Karyawan yang sangat responsif menciptakan empati pada konsumen, yang memengaruhi keputusan konsumen.

Pengaruh Jaminan (Assurance) Terhadap Kepuasan Konsumen Di J-Bros Kota Padang

Berdasarkan hasil distribusi jawaban responden terhadap variabel bukti fisik diketahui jawaban dominan yaitu setuju pada pernyataan “J-Bros juga menyediakan rekening bank sesuai kebutuhan konsumen dalam bertransaksi” hal ini berarti J-Bros memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi kepada konsumen, dikarenakan harga setiap produk di J-Bros Komputer memiliki rata-rata jutaan, jika konsumen membawa uang cash pasti akan membuat konsumen khawatir dengan keamanannya, oleh sebab itu J-Bros menyediakan rekening bank sesuai dengan permintaan konsumen demi terjalannya transaksi yang mudah dan aman.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Djatola, (2023), Magdalena et al., (2023), dan Setiawan et al., (2019) yang menyatakan bahwa assurance berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti dengan meningkatkan jaminan atau asuransi suatu produk maka akan membuat konsumen nyaman dan puas dalam membeli dan menggunakan produk yang dijual perusahaan.

Jaminan dan kepastian merupakan pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun. Hal ini menunjukkan apabila jaminan dan kepastian untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan. Semakin baik persepsi konsumen akan jaminan yang di berikan oleh perusahaan kepada konsumen

maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Apabila persepsi konsumen akan jaminan buruk maka berdampak pada kepuasan nasabah semakin rendah.

Pengaruh Harga (Price) Terhadap Kepuasan Konsumen Di J-Bros Kota Padang

Berdasarkan hasil distribusi jawaban responden terhadap variabel bukti fisik diketahui jawaban dominan yaitu setuju pada pernyataan “Harga produk J-Bros sesuai dengan manfaat yang di terima” hal ini berarti harga yang telah ditetapkan J-Bros sesuai dengan manfaat yang diinginkan konsumen. Harga produk pada J-Bros Computer termasuk dalam kategori terjangkau dibandingkan dengan produk-produk serupa lainnya di tempat yang berbeda. Dengan harga yang terjangkau tersebut memberikan pengaruh kepada kepuasan konsumen yang belanja produk J-Bros Computer. Dengan demikian Harga mendapatkan tanggapan positif dari konsumen J-Bros Computer.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Capriati, (2023), Erlangga et al., (2023), dan D. Setiawan & Bahrin, (2023) yang menyatakan bahwa price berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen baik itu dari segi terjangkaunya suatu harga atau tingginya suatu harga dengan kualitas terbaik.

Jika harga disesuaikan dengan apa yang diinginkan konsumen maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi. Berarti dengan memberikan harga yang terjangkau sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen dan adanya potongan harga apabila pembelian dengan jumlah banyak menjadi kepuasan tersendiri oleh konsumen. Harga sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Harga juga merupakan bauran berkenaan dengan strategi dan taktis seperti tingkat harga, struktur diskon, syarat pembayaran, dan tingkat diskriminasi harga diantara berbagai kelompok konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Bukti fisik (Tangible) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di J-Bros kota Padang.

2. Perhatian (emphaty) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di J-Bros kota Padang.
3. Keandalan (reliability) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasann konsumen di J-Bros kota Padang.
4. Daya tanggap (responsiveness) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di J-Bros kota Padang.
5. Jaminan (assurance) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di J-Bros kota Padang.
6. Harga (price) berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di J-Bros kota Padang.

Jadi, cara untuk mempertahankan kepuasan konsumen pada J-Bros Kota Padang adalah dengan cara menjaga agar konsumen tetap merasa puas, meningkatkan kualitas pelayanan dan terakhir menjaga kestabilan harga, dengan menjaga kestabilan harga maka konsumen akan memiliki persepsi bahwa J-Bros Kota Padang dapat memberikan kepuasan belanja.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. J-Bros Computer Padang disarankan untuk melengkapi fasilitas keamanannya agar konsumen merasa lebih nyaman dan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.
2. Karyawan J-Bros Computer Padang disarankan untuk memberikan perhatian yang lebih kepada seluruh konsumen yang datang.
3. J-Bros Computer Padang disarankan untuk memberikan kejelasan tenggat kesediaan produk lalu dituntut untuk memberikan masukan dan rekomendasi serta juga dituntut untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen.
4. J-Bros Computer Padang disarankan untuk menyediakan fasilitas tempat tunggu bagi konsumen, mempercepat dalam proses perbaikan unit yang rusak serta memberikan yang terbaik untuk memenuhi permintaan konsumen.
5. J-Bros Computer Padang disarankan untuk meningkatkan pelayanan transaksi secara online agar mempermudah konsumen untuk melakukan pembayaran.

6. J-Bros Computer disarankan untuk lebih memperhatikan harga produk yang dijual agar konsumen dari kalangan yang belum mampu dapat membeli dan memanfaatkan produk di J-Bros Computer dengan cara menyediakan produk-produk dengan harga yang lebih terjangkau.

DAFTAR PUSTAKA

- A, A. L. (2013). Terhadap Word Of Mouth Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Timezone Plaza Surabaya). 11(1).
- Andika, Natsir, U. D., & Dipoatmodjo, T. (2023). Kota Makassar The Influence Of Service Quality On Customer Satisfaction At The Mbak Daeng. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 4, 59–68.
- Angely, G., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Service. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 51.
- Budi, D. (2014). Manajemen Pemasaran. In Liberty, Yogyakarta. Fakultas Peternakan Universitas Udayana. <https://doi.org/10.1017/Cbo9781107415324.004>
- Capriati, Z. F. (2023). Pengaruh Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket Di Koperasi Visiana Bakti Tvri Jakarta. *Scientific Journal Of Reflection : Economic, Accounting, Management And Business*, 6(1), 170–177. <https://doi.org/10.37481/Sjr.V6i1.631>
- Djatola, H. R. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Café Tanaris Sulawesi Tengah. 5, 112–120.
- Dwiva, R., & Thabrani, G. (2015). Pengaruh Harga Dan Perceived Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Netbook Acer Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. 4, 61–72.
- Erlangga, H., Sunarsi, D., Faroji, R., Noorman, R., Haryadi, & Ardani, W. (2023). Jurnal Ilmiah M-Progress Jurnal Ilmiah M-Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak Pada Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Tiki Di Wilayah Depok Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 13(1), 1–12.
- Farid Tiza, M., & Susanti, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Studi Kasus Pada Perusahaan Jne Cabang Padang. *Ina-Rxiv*, 1–8.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat Jne Medan. 18(1), 61–72.
- Herawati, N., Hidayat, A., & Suwarsito, S. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Mitra Manajemen*, 2(5), 522–535. <https://doi.org/10.52160/Ejmm.V2i5.157>
- Herry Novrianda. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Journal Of Studi Manajemen & Organisasi*, 13 (1)(1), 71–85.

- Hidayatullah, S. N. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Prproduk Dan Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Konsumen Notebook Acer. 20.
- Listanto, D. K., Chalil, C., & Santi, I. N. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Membeli Di J.Co Donuts Dan Coffe Palu Grand Mall. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (Jimut)*, 5(3), 240–250. <https://doi.org/10.22487/Jimut.V5i3.156>
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam. *Journal Of Applied Business Administration*, 1(2), 232–243. <https://doi.org/10.30871/Jaba.V1i2.619>
- Magdalena, M., Fernos, J., & Ramadhani, A. S. (2023). Economics And Digital Business Review Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung Pelayanan. 4(1), 470–482.
- Marlius, D. (2017). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Website Akademik terhadap kepuasan mahasiswa pada STIE "KBP" *Journal Iptek Terapan*, 2, 116-128
- Marlius, D. (2017). Loyalitas Nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Bukittinggi Dilihat Dari Kualitas Pelayanan. 01(03), 237-250.
- Moha, S., & Loindong, S. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado. *Jurnal Emba*, 4(1), 575–584.
- Nafisa Choirul Mar'ati. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Gojek Di Surabaya). *Nafisa Choirul Mat'ati*, 78(4), 57–64. <https://doi.org/10.21856/J-Pep.2021.4.08>
- Ningsih, V., Adam, R. P., & Kornelius, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa “Rumah Laundry” Di Kecamatan Palu Selatan. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (Jimut)*, 1(1), 71–84. <https://doi.org/10.22487/Jimut.V1i1.10>
- Prasetya, A. A., & Indiani, N. L. P. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Bali Semesta Agung Denpasar. *Andika Ary Prasetya*, 12(1), 72. <https://doi.org/10.36982/Jiegmk.V12i1.1153>
- Puji Lestari, F. A. (2018). Pengaruh Web E-Commerce, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Sosio E-Kons*, 10(1), 87. <https://doi.org/10.30998/Sosioekons.V10i1.2411>
- Rahayu, E. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen T-Mart Express Indonesia. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.36407/Jmsab.V3i1.114>
- Rahmandika, Y. F., Pr, L., & Purwanto, H. (2020). Ekobis : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akutansi Issn : 2502-3055 Terhadap Kepuasan Konsumen Survei Pada Konsumen Biro Pariwisata Kencana Tour Di Simo Boyolali Ekobis : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akutansi Issn : 2502-3055. 8(1).

- Risma, R., Muhyidin, S., & Pratiwi, I. E. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Resto & Café Rumah Laut Jayapura. *El Mudhorib : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 1(1), 1–23. <https://doi.org/10.53491/Elmudhorib.V1i1.86>
- Roselina, M. A., & Niati, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Elsa Hijab Semarang. *Solusi*, 17(3), 221–234. <https://doi.org/10.26623/Slsi.V17i3.1636>
- Sani, I., Saskia, S., & Syahyunan, S. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Asuransi Jasa Indonesia Cabang Medan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 333–346. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V5i1.580>
- Mulyadi, H., & Febsri Susanti. (2018). Pengaruh Penerapan Strategi Customer Relationship Marketing terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT, Pro Car Internasional Finance Cabang Padang. 1
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/Jam.V16i01.271>
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Scientific Journal Of Reflection : Economic, Accounting, Management And Business*, 9(3), 261–270. <https://doi.org/10.37481/Sjr.V3i3.221>
- Setiawan, D., & Bahrin, K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Kerupuk Rambak Kecamatan Ketahun Bengkulu Utara. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (Jems)*, 4(1), 99–108.
- Imelda, N (2017). Kualitas Pelayanan Customer Service Dan Loyalitas Nasabah Pada Bank BRI Unit Veteran Banjarmasin. 17(2), 105-15
- Setyawan, T. C. G., & Suryaningsih, T. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Oikos Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, V, 75–90. <https://doi.org/10.23969/Oikos.V5i2.3106>
- Siagian, R. H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Laptop Acer (Studi Kasus Pada Mahasiswa Umsu). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 15(1), 35–55.
- Sobari, W. (2020). Metode Penelitian Kebijakan Berbasis Ilmu Sosial.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R&D. Alfabeta, Cv.
- Sugiyono, P. D. (2017). Metode Penelitian Bisnis (Suryandari Sofia Yustiyani (Ed.); Edisi 3).
- Suryanto, D., & Azis, N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah SMS Banking Pada Bank Nagari Cabang Pembantu RSUP DRM Djamil Padang. 1-13

- Triana, D. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt . Pos Indonesia (Persero) Bantul Analysis Of Service Quality On Consumer Satisfaction Pt . Pos Indonesia (Persero) Bantul Dewi Triana , Dian Arifah Qur ' Ani. Jurnal Administrasi Bisnis2, 1(38), 1–8.
- Veronica, D. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan(Studi Pada Salondewidi Kota Jambi). Stiemuhammadiyah Jambi, 5(1), 55–69.