

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL BNU MODIFIKASI DI WONOASRI

Usman Chastrena¹⁾, Liliek Nur Sulistiyowati²⁾

¹Universitas PGRI Madiun
usmanchastrena@gmail.com

²Universitas PGRI Madiun
liliek1702@gmail.com

Abstract

The increase in the use of motorcycles in society provides an opportunity for everyone to open a business in the workshop sector. The purpose of this study is to empirically prove the effect of Service Quality, Price, and Trust on Customer Satisfaction at the Modified BNU Workshop in Wonoasri. This research was conducted on the customers of the Modified BNU workshop by taking samples using purposive sampling technique and obtained as many as 232 respondents. This research method uses a quantitative approach using SPSS version 20 software. The data analysis method uses multiple linear regression. The results of this study are service quality affects customer satisfaction, price affects customer satisfaction, trust affects customer satisfaction, and simultaneously service quality, price, and trust affect customer satisfaction.

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

Abstrak

Peningkatan penggunaan sepeda motor dalam masyarakat memberikan peluang kepada setiap orang untuk membuka usaha dalam bidang bengkel. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk membuktikan secara empiris pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel BNU Modifikasi di Wonoasri. Penelitian ini dilakukan pada pelanggan bengkel BNU Modifikasi dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dan diperoleh sebanyak 232 responden. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan *software SPSS* versi 20. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan secara simultan kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Pada zaman sekarang perkembangan industri otomotif menunjukkan peningkatan yang pesat pada bidang sarana transportasi khususnya kendaraan bermotor (Naka & Rojuaniah, 2020). Peningkatan penggunaan kendaraan

bermotor pada masyarakat Indonesia dibuktikan dengan jumlah penjualan sepeda motor yang cenderung mengalami peningkatan meskipun ada penurunan pada bulan November 2020 dan Mei 2021 (Suhartono, 2018). Distribusi sepeda motor di Jawa Timur pada tahun 2018 menempati urutan kedua terbesar di Indonesia. tersebar merata di daerah Jawa Timur. (Warungasep.net, 2018). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masyarakat di Jawa Timur telah menggunakan sepeda motor dalam kehidupan sehari-hari. Dengan adanya peningkatan penggunaan sepeda motor dalam masyarakat memberikan peluang kepada setiap orang untuk membuka usaha dalam bidang bengkel (Naka & Rojuaniah, 2020), salah satunya bengkel BNU Modifikasi.

Bengkel tersebut menyediakan beberapa layanan yaitu *service*, *bore up*, *tune up*, modifikasi dan *body repair*. Dengan beberapa pelayanan yang ditawarkan tersebut menjadikan bengkel ini ramai dikunjungi oleh pelanggan, karena merupakan salah satu bengkel yang menyediakan pelayanan yang beragam dibandingkan dengan bengkel lain. Dibalik dari kualitas pelayanan yang baik dan bagus tersebut, terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh bengkel BNU Modifikasi. Permasalahan tersebut muncul ketika konsumen atau pelanggan melakukan perbaikan dan modifikasi motor dalam waktu yang bersamaan dengan jumlah yang banyak. Permasalahan tersebut terjadi karena jumlah karyawan dalam bengkel BNU Modifikasi hanya berjumlah 3 orang dan waktu pengerjaan perbaikan motor membutuhkan waktu yang cukup lama. Dengan adanya permasalahan tersebut, membuat pemilik bengkel dan karyawan harus melakukan pekerjaan dengan dikejar *dateline* dan antrean, namun harus melakukan semua pekerjaan dengan baik, teliti, dan benar, agar tidak mengecewakan pelanggan.

Kepuasan pelanggan di bengkel dapat dipengaruhi oleh beberapa hal diantaranya kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan. Kualitas pelayanan merupakan keadaan yang berkaitan dengan manusia, produk, proses, jasa, dan lingkungan dalam memenuhi harapan, serta menjadi kunci pemenang dalam kompetisi (Yazid, 2001: 107). Pengaruh kepuasan pelanggan yang kedua adalah harga. Harga menjadi pertimbangan pertama pelanggan dalam melakukan pembelian dan menjadi peran penting dalam mendorong kepuasan pelanggan. Pengaruh kepuasan pelanggan yang ketiga adalah kepercayaan. Menurut Kotler dan Keller (2016:225), kepercayaan adalah kesediaan pelaku usaha dalam mengandalkan mitra bisnis yang dilihat dari kejujuran dan integritas.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu hubungan antara kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan memiliki hubungan yang berbeda beda. Menurut Irfan (2018) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, sehingga jika kualitas pelayanan dilakukan maksimal oleh perusahaan menimbulkan rasa puas pada pelanggan. Hasil tersebut

tidak sejalan dengan penelitian Suriyanto dan Istriani (2019) kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Mar'ati, 2016). Tidak sejalan dengan penelitian Fatimah (2013) yang menyatakan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Khasanah, 2015). Sedangkan menurut Mawey et al. (2018) kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan bengkel BNU Modifikasi secara parsial dan simultan.

KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan suatu perusahaan yang digunakan sebagai dasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan (Tan et al., 2021). Kualitas pelayanan bisa dilihat dengan membandingkan pendapat dari pelayanan yang telah diterima dengan pelayanan yang diharapkan (Alfajar et al., 2021). Jika pelayanan yang dirasakan sama dengan harapan atau melampaui harapan maka kualitas pelayanan suatu perusahaan tersebut dapat dikatakan memuaskan, sebaliknya jika pelayanan yang diterima tidak sesuai maka kualitas pelayanan suatu perusahaan dikatakan kurang baik atau buruk (Alfajar et al., 2021). Indikator kualitas pelayanan menurut (Heriza & Wartiningsih, 2015) adalah 1) Daya tangkap; 2) Jaminan; 3) Empati; 4) Keandalan; 5) Bukti fisik

H₁ : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Harga

Menurut Naka & Rojuaniah (2020) harga adalah salah satunya yang sangat penting di pemasaran produk karena harga merupakan salah satu poin yang dipertimbangkan oleh konsumen. Harga adalah sejumlah uang yang ditagih dari sebuah produk atau jasa yang ditukarkan kepada pelanggan sebagai hasil dalam memperoleh manfaat dari suatu produk dan jasa tersebut (Nisa' et al., 2021). Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk (Arjun & Mahargiono, 2019). Indikator harga menurut (Nisa' et al., 2021) adalah: 1) Daya saing; 2) Kesesuaian kualitas; 3) Kesesuaian manfaat produk; 4) Jangkauan harga; 5) H₂ : Diduga harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Kepercayaan

Menurut Hikmah et al. (Amboningtyas & Hasiholan, 2020) kepercayaan meliputi keinginan dari seseorang yang diberikan kepada orang lain agar dapat dipercaya. Adapun suatu, kepercayaan dari pelanggan adalah seseorang yang

diberi kepercayaan kepada orang lain. Menurut Kotler dan Keller (2016) dalam Arjun & Mahargiono (2019), kepercayaan yaitu kemampuan di perusahaan dalam mengunggulkan rekan bisnisnya. Kepercayaan itu tergantung kepada faktor interpersonal dan antar organisasi, contoh integritas, kompetensi perusahaan, dan kejujuran. Indikator kepercayaan menurut (Winahyuningsih, 2010) yaitu: 1) Kepercayaan pada layanan jasa bengkel; 2) Kepercayaan pada fasilitas bengkel; 3) Kepercayaan pada bengkel; 4) H3 : Diduga kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2016) dalam Arjun (2019) kepuasan adalah perasaan dari dalam diri seseorang yang meliputi perasaan puas atau kecewa atas performa suatu produk dan hasil yang sesuai dengan harapan. Kepuasan adalah perasaan seseorang setelah membandingkan (hasil) yang dirasakan dengan harapan yang diinginkan (Arjun & Mahargiono, 2019). Pelanggan yang puas dengan pelayanan perusahaan akan bertahan lama, dan tidak mementingkan harga serta memberikan komentar yang baik terhadap perusahaan. Kepuasan pelanggan adalah salah satu kunci sukses bisnis karena dengan memenuhi kebutuhan pelanggan maka profitabilitas perusahaan akan dapat meningkat (M. M. Lestari et al., 2021). Kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan merupakan serangkaian hal yang menjadi tolok ukur masyarakat atau konsumen dalam menentukan keputusan. Ketiga hal diatas menjadi pondasi suatu usaha khususnya bengkel untuk menarik konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan bengkel dengan mempertimbangkan harga, maka akan timbul kepercayaan dari diri konsumen terhadap usaha kita, sehingga hal tersebut akan memicu kepuasan pelanggan. Indikator kepuasan pelanggan menurut (Fitriani & Subagja, 2017): 1) Keinginan; 2) Minat berkunjung ulang; 3) Kesanggupan merekomendasikan; 4) H₄ : Diduga Kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Kecamatan Wonoasri, Kabupaten Madiun mulai bulan November 2021-Mei 2022. Jenis dalam penelitian ini kuantitatif dengan menggunakan sumber data primer yang diperoleh dari penyebaran kuisisioner (dengan skala likert) kepada responden. Populasi dalam penelitian ini konsumen bengkel BNU Modifikasi tahun 2020 dan 2021 sejumlah 1.624 orang. Teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling* dan menggunakan tabel Isaac dan Michael (Aditya, 2013), diperoleh sampel sebanyak 232. Data diolah menggunakan SPSS, dengan analisis data meliputi uji validitas, reliabilitas,

asumsi klasik (normalitas, multikolonieritas, heterokedastisitas, autokorelasi), koefisien determinasi (R^2), hipotesis, dan regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Uji R^2 digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan perubahan variabel dependen. Koefisien determinasi berkisar dari nol dan 1

Tabel 1. Hasil Uji R^2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.985 ^a	.970	.970	.71457

Sumber : *Output SPSS*

Berdasarkan hasil pada tabel 4.19 menunjukkan besarnya $R = 0,985$ dan nilai *Adjusted R Square* adalah 0,970 atau 97% yang berarti kepuasan pelanggan bengkel BNU Modifikasi dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan, sedangkan sisanya sebesar 3% dijelaskan oleh faktor diluar variabel tersebut.

Uji Hipotesis

Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Tabel 2. Hasil Uji t Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.199	.353		-3.401	.001
Kualitas Pelayanan	.924	.018	1.365	52.355	.000
Harga	.034	.014	.039	2.416	.016
Kepercayaan	-.547	.029	-.487	-19.162	.000

Sumber : *Output SPSS*

Berdasarkan hasil uji parsial diatas membuktikan bahwa nilai signifikansi pada kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan $< 0,05$. Artinya kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)**Tabel 3. Hasil Uji F
ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3768.474	3	1256.158	2460.134	.000 ^b
Residual	116.418	228	.511		
Total	3884.892	231			

Sumber : *Output SPSS*

Hasil yang didapatkan dalam uji simultan menghasilkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas Pelayanan Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji hipotesis, ditemukan bahwa H_1 dalam penelitian ini valid atau diterima, karena nilai signifikansi kualitas pelayanan sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bengkel BNU Modifikasi. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh bengkel dapat mendorong pelanggan untuk menggunakan kembali jasa bengkel BNU dan merekomendasikannya kepada orang lain (A. D. Lestari, 2019). Hal tersebut karena pelayanan yang diberikan oleh bengkel BNU Modifikasi sangat memuaskan yaitu dapat dilihat dari hasil perbaikan pada kendaraan, keramahan dan cekatannya karyawan, serta fasilitas bengkel yang diberikan kepada pelanggan.

Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ksatriyani (2019), Ovidani dan Hidajat (2020), dan Jumhari et al (2022) yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan beberapa penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan menjadi tolok ukur dan penilaian utama konsumen dalam memilih bengkel atau layanan jasa yang akan digunakan.

Harga Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji hipotesis, ditemukan bahwa H_2 dalam penelitian ini valid atau diterima, karena nilai signifikansi harga sebesar $0,016 < 0,05$. Artinya harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bengkel BNU Modifikasi. Kualitas pelayanan yang diberikan untuk perbaikan kendaraan sebanding dengan harga yang telah dikeluarkan untuk membeli peralatan. Harga yang mahal diakibatkan oleh beragamnya barang atau onderdil yang digunakan dalam perbaikan. Dalam bengkel BNU Modifikasi harga yang diberikan kepada

pelanggan berbeda sesuai dengan kebutuhan dan jenis perbaikan yang dilakukan. Semakin beragam perbaikan yang dilakukan maka harga yang diberikan juga semakin mahal (A. D. Lestari, 2019). Namun hal tersebut tidak memberikan dampak buruk terhadap sikap konsumen, karena pelanggan tetap memilih menggunakan jasa bengkel BNU Modifikasi dibandingkan dengan bengkel yang lainnya.

Hasil tersebut didukung penelitian oleh Nisa' et al (2021), Ichsan & Nasution (2022) bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan karena konsumen lebih memperhatikan dan mempertimbangkan harga yang diberikan untuk menunjang kepuasan konsumen (Jumhari et al., 2022). Berdasarkan beberapa penelitian diatas menunjukkan bahwa harga juga menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan keputusan menggunakan suatu pelayanan, namun hal tersebut tidak menjadi faktor utama karena konsumen tetap mengutamakan harga yang sebanding dengan kualitas yang diberikan.

Kepercayaan Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji hipotesis, ditemukan bahwa H_3 dalam penelitian ini valid atau diterima, karena nilai signifikansi kepercayaan sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bengkel BNU Modifikasi. Kepercayaan yang diberikan pelanggan kepada bengkel timbul dari adanya rasa puas terhadap kualitas pelayanan atau perbaikan yang dilakukan oleh bengkel tersebut (A. D. Lestari, 2019). Kepercayaan akan memberikan dampak positif pada bengkel, karena dengan kepercayaan tersebut pelanggan akan berkunjung atau menggunakan kembali jasa yang ditawarkan oleh bengkel BNU Modifikasi (Wicaksono, 2019). Kepercayaan menjadi faktor utama dan penting bagi seseorang untuk melakukan suatu tindakan terutama dalam hal menggunakan jasa yang ditawarkan oleh suatu bengkel.

Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Wicaksono (2019) yaitu dengan memberikan rasa kepercayaan dengan baik dan dapat di pertanggung jawabkan, maka akan mampu meningkatkan rasa kepuasan bagi para pelanggan. Kepercayaan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan (Ovidani & Hidajat, 2020). Berdasarkan beberapa penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa kepercayaan dapat mendorong konsumen bengkel BNU Modifikasi untuk menggunakan kembali jasa bengkel. Selain itu kepercayaan juga mengakibatkan konsumen untuk merekomendasikan bengkel kepada orang lain.

Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepercayaan Secara Simultan Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji hipotesis, ditemukan bahwa H_4 dalam penelitian ini valid atau diterima, karena nilai signifikansinya $< 0,05$. Artinya kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bengkel BNU Modifikasi. Penelitian ini didukung penelitian terdahulu Sudaryana (2020) bahwa terdapat pengaruh signifikan atas kualitas pelayanan, kepercayaan dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas layanan, harga, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena harapan pelanggan yang memberikan manfaat dan sesuai dengan harga serta kualitas yang diberikan akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Wicaksono, 2019).

Bersadarkan hal diatas, kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan merupakan serangkaian hal yang menjadi tolok ukur masyarakat atau konsumen dalam menentukan keputusan. Ketiga hal diatas menjadi pondasi suatu usaha khususnya bengkel untuk menarik konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan bengkel dengan mempertimbangkan harga, maka akan timbul kepercayaan dari diri konsumen terhadap usaha kita, sehingga hal tersebut akan memicu kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bengkel BNU Modifikasi. Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bengkel BNU Modifikasi. Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bengkel BNU Modifikasi. Kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bengkel BNU Modifikasi.

Saran bagi peneliti selanjutnya diharapkan menambah variabel yang digunakan dalam penelitian, menggunakan objek penelitian lain yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan atas penggunaan jasa suatu usaha, dan memakai teknik pengumpulan data yang bisa menjangkau seluruh sasaran atau target penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya. (2013). *Tabel Isaac Dan Michael*. Blogspot.Com.
[Http://Diditnote.Blogspot.Com/2013/04/Tabel-Isaac-Dan-Michael_8394.Html](http://Diditnote.Blogspot.Com/2013/04/Tabel-Isaac-Dan-Michael_8394.Html)
- Alfajar, F., Mustainah, Tawil, M., & Polii, J. J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Makassar Jeans House Kota Palu. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1(1), 37–

50.

- Amboningtyas, D., & Hasiholan, L. B. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Ada *Jurnal Humaniora: Jurnal Ilmu* ..., 93–106.
[Http://103.52.61.43/Index.Php/Humaniora/Article/View/1338](http://103.52.61.43/Index.Php/Humaniora/Article/View/1338)
- Arjun, A., & Mahargiono, P. B. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(1). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v3i1.4923>
- Fitriani, A., & Subagja, I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Serba Ada Matahari Di Pondok Gede Plaza Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 5(3).
- Heriza, A. F., & Wartiningsih, E. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Telkom Witel Jakarta Selatan. *Epigram*, 12(2), 79–84. <https://doi.org/10.32722/epi.vol12.no.2.2015.pp>
- Ichsan, R. N., & Nasution, L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Kurnia Aneka Gemilang Tanjung Morawa. *Journal Of Education, Humaniora And Social Sciences (Jehss)*, 4(3), 1281–1288. <https://doi.org/10.34007/jehss.v4i3.629>
- Jumhari, M., Sulaeman, E., & Kusnanto, D. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dimasa Pandemi Covid-19 Pada Bengkel Honda Nss Ahass 1838 Karawang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis E-Qien*, 9(1).
- Ksatriyani, S. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image (Citra Merek), Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8, 1–18.
- Lestari, A. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt . Glat Jet Express (J & T) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(7), 1–19.
[Http://jurnal.mahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2319](http://jurnal.mahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2319)
- Lestari, M. M., Lie, D., Halim, F., Putri, J. A., & Putra, L. A. (2021). *Strategic : Journal Of Management Sciences Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Bengkel Anugrah Perumnas Batu Enam Di Era Globalisasi Saat Ini , Perkembangan Otomotif Semakin . 1*(April).
- Naka, S., & Rojuaniah. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Pelanggan Pada Bengkel Astra Honda Authorized Servis Station Sarana Motor Di Tangerang. *Journal Of Contemporary Accounting Ekonomi*, 1(2),

444–453.

- Nisa', N. M. K., Nuringwahyu, S., & Krisdianto, D. (2021). Kepuasan Pelanggan Pengertian Kualitas Pelayanan Dimensi Kualitas Pelayanan Harga. *Jiagabi*, 10(1), 56–63.
- Ovidani, Z., & Hidajat, W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Dafam Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), 167–174.
- Sudaryana, Y. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pos Indonesia (Persero) Kota Tangerang. *Journal Of Management Review*, 4(1), 447–455.
- Tan, M. L., Tumbel, A. L., Jorie, R. J., Tan, M. L., Tumbel, A. L., Jorie, R. J., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2021). *The Effect Of Service Quality And Price During Pandemi Covid 19 On Customer Satisfaction In Salon Moi Manado Town Square*. 9(4), 1485–1493.
- Wicaksono, A. P. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pt. Bumi Bahari Gemilang Emkl. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(1).
- Winahyuningsih, P. (2010). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Griptha Kudus*. Issn 1979-.