

PENGARUH DUKUNGAN PEMERINTAH, PERSEPSI HARGA Dan FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PEDAGANG KAKI LIMA

Bayu Prasetyo Hadi¹⁾, Heny Sidanti²⁾, Apriyanti³⁾.

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun
email: bayuprasetyohadi25@gmail.com

² Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun
email: henysidanti75@gmail.com

³ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun
email: kelip.apriyanti@unipma.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui adanya Pengaruh Dukungan Pemerintah, Persepsi Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pedagang Kaki Lima UMKM Lapangan Gulun pada masyarakat Kabupaten Madiun. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kabupaten Madiun yang pernah membeli UMKM Lapangan Gulun Kota Madiun dengan pengambilan sampel sebanyak 384 responden. Metode penelitian ini yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan alat uji berupa software Smart PLS versi 4.0. Hasil penelitian ini adalah dukungan pemerintah, persepsi harga dan fasilitas secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan UMKM Lapangan Gulun Kota Madiun.

Kata Kunci: Dukungan Pemerintah, Persepsi Harga, Fasilitas, Kepuasan Pelanggan

Abstract

The purpose of this research is to determine the influence of government support, price perceptions and facilities on customer satisfaction of Gulun Field MSME street vendors in the people of Madiun Regency. This research was conducted on the people of Madiun Regency who had purchased the Gulun Field MSMEs in Madiun City with a sample of 384 respondents. The research method used is a quantitative approach using testing equipment in the form of Smart PLS version 4.0 software. The results of this research are that government support, perceptions of price and facilities have a positive and significant impact on customer satisfaction at Gulun Field MSMEs, Madiun City.

Keywords: Government Support, Price Perception, Facilities, Customer Satisfaction

A. PENDAHULUAN

Pemerintah berkomitmen untuk membantu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Tujuannya adalah agar industri itu berkembang menjadi kelas satu dan memiliki daya saing yang kuat di pasar global. Pemerintah jelas berharap demikian. Dengan kontribusi UMKM yang mencapai 61% dari PDB Indonesia, sektor ini berfungsi sebagai penyangga

perekonomian nasional. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Koperasi dan UMKM) berkolaborasi dengan Badan Pusat Statistik (BPS) untuk melakukan pendataan lengkap koperasi dan UMKM. Ini juga bertujuan untuk mendorong pembentukan basis data tunggal koperasi dan UMKM di Indonesia. Dengan 99% unit usaha, UMKM memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Pada tahun 2023, ada sekitar 66 juta pelaku usaha UMKM; kontribusi mereka mencapai 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia, atau Rp9.580 triliun. Sekitar 117 juta orang, atau 97% dari total tenaga kerja, dipekerjakan oleh UMKM. Salah satu cara untuk meningkatkan daya saing bisnis kecil dan menengah (UKM) adalah dengan memanfaatkan peluang untuk mengintegrasikan mereka ke dalam pasar global melalui Global Value Chain (GVC) dan Global E-Commerce (GEC). Ini dapat dicapai melalui ekspor tidak langsung melalui agregator domestik dan perusahaan afiliasi asing. Oleh karena itu, tantangan yang akan dihadapi UMKM di masa depan harus diatasi oleh semua pihak yang terlibat, termasuk literasi digital, inovasi, produktivitas, legalitas, perizinan, pembiayaan, branding, pemasaran, sumber daya manusia, standardisasi dan sertifikasi, pembinaan, pelatihan, dan akses ke basis data tunggal. Saat ini, Kadin dan pemerintah Indonesia sedang berusaha untuk meningkatkan kinerja UMKM di seluruh negeri dengan menerapkan strategi digitalisasi untuk meningkatkan daya saing, menjadi pemain global, dan berfokus pada ekspor.

Pemerintah bertanggung jawab untuk menetapkan kebijakan yang memungkinkan UMKM berkembang dalam industri pengolahan makanan dan minuman. Perusahaan besar lebih memprioritaskan peningkatan asetnya daripada memberikan sebagian kecil usahanya kepada pengusaha kecil dan menengah. Pemerintah membantu UMKM berkembang dan berfungsi sebagai jembatan untuk mendorong masyarakat untuk terus melakukan perubahan (Harninda, 2022). Untuk memastikan pencapaian UMKM yang maju, pemerintah, juga dikenal sebagai publik sektor, memiliki peran yang sangat penting sebagai pemerhati pertumbuhan ekonomi. Untuk melakukan ini, mereka menugaskan lembaga pemerintah (Setiyono, 2014).

Menurut (Kotler, 2019) Presepsi harga didefinisikan sebagai jumlah uang yang dikeluarkan untuk membeli barang atau jasa tertentu. Menurut (Firmansyah, 2018) Salah satu penentu keberhasilan bisnis adalah harga, karena menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh bisnis dari penjualan produknya, baik barang maupun jasa. Menetapkan harga terlalu

tinggi akan menyebabkan penjualan menurun, sementara menetapkan harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh bisnis. Berbagai bisnis menggunakan penetapan harga barang dan jasa sebagai strategi utama karena deregulasi, persaingan global yang semakin sengit, pertumbuhan yang rendah di banyak pasar, dan peluang bagi perusahaan untuk memantapkan posisinya. Harga mempengaruhi kinerja keuangan dan bagaimana pembeli UMKM Lapangan Gulun melihat produk dan menentukan posisi merek. Pelanggan akan membeli produk UMKM di Lapangan Gulun jika harganya terjangkau. Saat membeli suatu produk, orang tidak hanya melihat kualitasnya, tetapi juga memikirkan apakah harganya masuk akal. Menurut (Kotler & Armstrong, 2016) Persepsi harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Selain itu, harga juga merupakan sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah keuntungan yang dihasilkan dari memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Menurut (Ngurah Dwi Dharma Putra et al., 2023) Salah satu faktor yang dapat meningkatkan penjualan adalah persepsi harga.

Menurut (Dimas & Soliha, 2022) Sumber daya fisik yang ada sebelum layanan dapat diberikan kepada pelanggan disebut fasilitas. Contoh fasilitas termasuk kondisi fasilitas, kelengkapan, kenyamanan, dan tingkat kebersihan, terutama yang berkaitan dengan apa yang diinginkan, dialami, dan diterima masyarakat Lapangan Gulun Madiun. Menurut (Hadiyono & Palumian, 2019) Fasilitas yang memenuhi harapan pelanggan akan menarik perhatian pelanggan dan membuat produk memenangkan persaingan bisnis. Sedangkan menurut (Tjiptono & Diana, 2016) Sebelum suatu layanan dapat diberikan kepada pelanggan, fasilitas harus ada. Menurut (Podengge & Haryani, 2023) Fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh penjual jasa untuk membuat pelanggan merasa nyaman saat membeli produk Lapangan Gulun dari perusahaan kecil dan menengah (UMKM). Sedangkan (Muawanah & Pranitasari, 2020) Setiap hal yang dapat mempermudah pekerjaan dan memperlancar proses mencapai suatu tujuan disebut fasilitas.

(Septiyani & Soedjoko, 2024) Menyatakan kepuasan pelanggan adalah evaluasi keputusan pembelian dan pengalaman penggunaan barang atau jasa. Sedangkan (Tjiptono, 2015) menggambarkan kepuasan konsumen sebagai perasaan yang muncul ketika mereka menggunakan produk UMKM di Lapangan Gulun Madiun. Menurut (Siregar et al., 2020) Kepuasan pelanggan adalah ukuran atau indikator seberapa puas pelanggan atau pengguna

produk atau jasa perusahaan. Kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara harapan dan persepsi pengalaman (dirasakan/diterima). Dalam buku teks standar Marketing Management yang ditulis oleh (Tjiptono & Diana, 2016) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil atau kinerja yang dirasakan dengan harapannya.

Lapangan olahraga Gulun di Kota Madiun, Jawa Timur, adalah tempat yang sangat disukai oleh orang-orang. Tempat ini hampir sama populernya dengan Jl. Pahlawan dan Alun-alun Kota Madiun. Lapangan Gulun terletak di Kelurahan Kejuron di Kecamatan Taman. Orang-orang yang tinggal di Madiun pasti sudah akrab dengan tempat ini. Bisa dikatakan bahwa tempat ini selalu penuh setiap pagi, sore, dan malam. Pada pagi hari, banyak orang yang berolahraga di Lapangan Gulun. Tempat ini memiliki area jogging yang memadai dan sejumlah alat olahraga yang dapat digunakan secara bebas. Lapangan Gulun adalah surganya kuliner juga. Puluhan penjaja makanan dan jajanan tersedia di lokasi ini. Banyak PKL yang berjualan di area ini dari sore hingga malam. Jenis makanan dan minuman yang ditawarkan juga beragam. Sejak tahun 2023, pemerintah Kota Madiun telah meluncurkan program Lapak Pedagang kaki lima di setiap kelurahan, khususnya di Kelurahan Kejuron di Kecamatan Taman. Program ini masih beroperasi di setiap kelurahan di Kota Madiun. Lurah Kejuron dari Pemerintah Kota Madiun, pengelola lapak, dan pedagang lapak adalah informan yang diwawancarai. Pengamatan atau observasi, wawancara, dan dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data. Untuk menentukan keabsahan data yang dikumpulkan peneliti, triangulasi data dari berbagai sumber dilakukan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan bisnis oleh Pemerintah Kota Madiun telah berjalan dengan baik, seperti yang ditunjukkan oleh peningkatan omset dan prospek penjualan yang baik dari para pedagang lapak. Namun, untuk mengembangkan UMKM dalam program lapak secara efektif di Kelurahan Kejuron dan di seluruh Kota Madiun, beberapa hambatan harus menjadi perhatian utama di masa mendatang.

Salah satu daya tarik warga adalah Lapangan Gulun, yang terletak di Kelurahan Kejuron, Kecamatan Taman Kota Madiun. Baik itu untuk bersantai, bermain, atau mencari sesuatu untuk dimakan atau diminum, menghabiskan waktu bersama keluarga. Orang-orang yang datang berasal dari berbagai daerah, bukan hanya Kota Madiun. Karena banyaknya pedagang kaki

lima (PKL) di tempat ini, tingginya minat warga. Lapangan Gulun Kota Madiun saat ini memiliki lebih dari 200 pedagang. Tidak ada pengelola yang menarik sewa PKL di lapangan Gulun ini. Jadi, jika ada orang yang mengaku sebagai pengelola dan menarik sewa, mereka harus melapor ke Kelurahan Kejuron. Diharapkan bahwa kebijakan ini akan membantu pemerintah menekan harga barang dan jasa pedagang kaki lima di Lapangan Gulun Madiun. Ini akan meningkatkan jumlah pengunjung, baik dari dalam dan luar Kota Madiun. Penelitian dengan judul “Pengaruh Dukungan Pemerintah, Presepsi Harga, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pedagang Kaki Lima (Studi Kasus Umkm Lapangan Gulun Kota Madiun)” menarik perhatian peneliti.

B. METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. (Sugiyono, 2019) mengatakan bahwa penelitian kuantitatif tradisional berlandaskan filsafat positivisme dan digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu. Metode ini menggunakan analisis data kuantitatif dan statistik untuk menguji hipotesis penelitian tentang tingkat pengaruh bersama dari dukungan pemerintah, persepsi harga, fasilitas. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Madiun. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 384 responden, menurut perhitungan dengan rumus Rao Purba. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. (Sugiyono, 2015:199) kuesioner, metode pengumpulan data di mana responden penelitian diminta untuk menjawab pernyataan atau pertanyaan tertulis.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tabel 1 Uji Hipotesis (*Path Coefficients*)

	<i>Original sampel (O)</i>	<i>Sample mean (M)</i>	<i>Standard deviation (STDEV)</i>	<i>T statistics (O/STDEV)</i>	<i>P values</i>
Dukungan Pemerintah → Kepuasan Pelanggan	0,110	0,112	0,047	2,338	0,021
Persepsi Harga → Kepuasan Pelanggan	0,345	0,343	0,052	6,592	0,001

Fasilitas →Kepuasan Pelanggan	0,379	0,385	0,053	7,131	0,000
-------------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------

Sumber : data diolah, 2024

Berdasarkan tabel tersebut hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

1. Hipotesis pertama menentukan apakah Dukungan Pemerintah berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Ditemukan bahwa nilai t-statistik 2,338 lebih besar dari nilai t-tabel, yaitu 1,96, dan nilai p 0,021 lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis pertama terbukti dan dapat diterima. Dengan demikian, variabel Dukungan Pemerintah (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
2. Hipotesis kedua mencoba menentukan apakah Persepsi Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasilnya menunjukkan bahwa nilai t-statistik 6,592 lebih besar dari nilai t-tabel, yaitu 1,96, dan nilai p 0,001 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis pertama terbukti valid dan dapat diterima, dan variabel Persepsi Harga (X2) memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
3. Hipotesis ketiga mencoba menentukan apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasilnya menunjukkan bahwa nilai t-statistik 7,131 lebih besar dari nilai t-tabel, yaitu 1,96, dan nilai p 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis pertama terbukti dan dapat diterima, dan variabel fasilitas (X3) berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Tabel 2 Uji Regresi Simultan (Summary ANOVA)

	<i>Sum square</i>	<i>df</i>	<i>Mean square</i>	<i>F</i>	<i>P value</i>
Total	1792533,333	383	0,000	0,000	0,000
Error	1445646,911	380	3804,334	0,000	0,000
Regression	346886,422	3	115628,807	30,394	0,000

Sumber : data diolah, 2024

Hasil regresi berganda yang dilakukan terhadap variabel Dukungan Pemerintah (X1), Persepsi Harga (X2), dan Fasilitas (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan bahwa ada pengaruh simultan yang signifikan dari variabel Dukungan Pemerintah (X1), Persepsi Harga (X2), dan Fasilitas (X3). Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian yang berbunyi "Terdapat Pengaruh bersama-sama dari variabel-variabel ini terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Dukungan Pemerintah terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM Lapangan Gulun Madiun

Hasil pengujian hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa variabel dukungan pemerintah memiliki efek yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel dukungan pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan, dengan nilai t statistik sebesar 2,338 di atas 1,96 dan nilai nilai 0,021 di bawah 0,05. Studi ini didukung dan sejalan dengan studi yang dilakukan oleh (Pramaishella, 2017) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh komponen dukungan pemerintah (Studi Empiris pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kecamatan Kencong Kabupaten Jember). (Nurfitri & Setyaningsih, 2022) Menurut studinya, dukungan pemerintah berdampak positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan di swalayan di Kota Depok. (Ningsih et al., 2022) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel dukungan pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan dapat disimpulkan bahwa variabel dukungan pemerintah berpengaruh positif dan signifikan.

2. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM Lapangan Gulun Madiun

Hasil pengujian hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi harga memiliki efek yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi harga berdampak positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan, dengan nilai t statistik 6,592 yang lebih besar dari 1,96 dan nilai nilai 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Studi ini didukung dan sejalan dengan studi yang dilakukan oleh (Suhardi et al., 2022) menunjukkan bahwa harga sangat memengaruhi kepuasan pelanggan dalam studi kasus Sekolah Olahraga Bina Swhat di Bekasi. (Ariyanti et al., 2022) Studinya menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan BUMDes Amarta dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh harga pada bisnis batik tulis. (S & Fadillah, 2020) juga menunjukkan korelasi positif antara kepuasan pelanggan terhadap harga dan kepuasan pelanggan Hotel 101 Surya Kencana Bogor. Oleh karena itu,

dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan terhadap persepsi harga memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan mereka untuk membeli sesuatu.

3. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM Lapangan Gulun Madiun

Hasil pengujian hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas memiliki efek yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan, dengan nilai t statistik 7,131 yang lebih besar dari 1,96 dan nilai nilai 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Studi ini didukung dan sejalan dengan studi yang dilakukan oleh (Suhardi et al., 2022) menunjukkan kemampuan yang signifikan untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam studi kasus Sekolah Olahraga Bina Swhat di Bekasi. (Markus, 2020) juga menunjukkan bahwa kemudahan yang ada berdampak positif pada kepuasan pelanggan dalam studi kasus SPBU Muara Siban Pulau Pinang. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kemudahan berdampak positif dan signifikan pada keputusan pembelian konsumen.

4. Pengaruh Secara Bersama-Sama Dari Dukungan Pemerintah, Persepsi Harga , dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan.

Menurut hasil regresi berganda yang dilakukan terhadap variabel Dukungan Pemerintah (X1), Persepsi Harga (X2), dan Fasilitas (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), nilai P adalah 0,000, yang berarti bahwa ada pengaruh simultan yang signifikan dari variabel-variabel ini terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). temuan penelitian sebelumnya (Wahyullah et al., 2023) yang menunjukkan bahwa, baik secara parsial maupun bersamaan, faktor Dukungan Pemerintah, Kerjasama Perusahaan, dan Human Capital Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berdampak positif dan signifikan terhadap Akses Kredit Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada UMKM Dimasa Pandemi Covid-19 di UPK PPUMKMP Pulogadung). Hasil penelitian tambahan dari (Pramaishella, 2017) yang mengatakan bahwa kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh modal, dukungan pemerintah, dan kompetensi SDM (Studi Empiris pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kecamatan Kencong Kabupaten Jember).

D. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa dukungan pemerintah (X1) yang lebih baik meningkatkan kepuasan pelanggan (Y), yang menunjukkan pengaruh yang signifikan dan positif. Selanjutnya, variabel persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan juga memiliki pengaruh yang signifikan dan positif. Ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi harga (X2) yang dimiliki pelanggan semakin tinggi kepuasan pelanggan. Selanjutnya, ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Ini menunjukkan bahwa peningkatan fasilitas (X3) yang diberikan sebanding dengan kepuasan pelanggan (Y). Terakhir, variabel Dukungan Pemerintah (X1), Persepsi Harga (X2), dan Fasilitas (X3) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

E. SARAN

Diharapkan hasil penelitian ini akan meningkatkan pengetahuan penulis tentang pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan variabel yang dibahas: pengaruh dukungan pemerintah, persepsi harga, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada objek UMKM Lapangan Gulun Madiun. Oleh karena itu, dapat disarankan untuk menambahkan variabel bebas tambahan yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanti, W. P., Hermawan, H., Izzudin, A., & Jember, U. M. (2022). *Pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. IX*, 85–94.
- Dimas, D. K., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada My Kopi O Semarang. *YUME: Journal Manager*, 5(1), 348–358. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.553>
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish Publisher.
- Hadiyono, N., & Palumian, Y. (2019). Pengaruh Fasilitas dan Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang Produk Starbucks di Surabaya. *Jurnal AGORA*, 7(2), 1–11.
- Harninda, Y. (2022). PERAN PEMERINTAH DALAM PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) INDUSTRI PENGOLAHAN KOPI DI KOTA BANDA ACEH. *UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH*, 1.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing sixteenth edition*. Pearson

Education.

- Markus. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Spbu Muara Siban Kecamatan Pulau Pinang Kabupaten Lahat. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 885–891.
- Muawanah, S., & Pranitasari, D. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN PENGGUNA JASA PENGIRIMAN PAKET PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) JAKARTA. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 0–18.
- Ngurah Dwi Dharma Putra, G., Putu Nita Anggraini, N., & Wayan Gede Antok Setiawan Jodi, I. (2023). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Gianyar*. 4.
- Ningsih, M. W., Handoko, B., & Putra, R. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Pada Mahasiswa UnHar Pelanggan Marketplace Online)*. 02(03), 143–160.
- Nurfitri, A. R., & Setyaningsih, E. (2022). *Peran persepsi harga , kualitas produk , promosi dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada swalayan di Kota Depok*. 4(12), 5572–5586.
- Podengge, R. K., & Haryani. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan , Fasilitas Dan Kemudahan Akses Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang. *Jurnal Manajemen Kreatif dan Inovasi*, 1(2), 70–89.
- Pramaishella, N. A. (2017). Pengaruh Modal, Dukungan Pemerintah dan Kompetensi Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Studi Empiris pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kecamatan Kencong Kabupaten Jember). *Undergraduate thesis, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER*.
- S, R. D., & Fadillah, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel 101 Suryakencana Bogor*. 1(1), 1–8.
- Septiyani, A. D., & Soedjoko, D. K. H. (2024). Analisis harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan tribe kopi kediri. *Simposium Manajemen dan Bisnis III*, 3, 564–574.
- Setiyono. (2014). Pengaruh KarakterEksekutif Terhadap Penghindaran Pajak. *Simposium Nasional akuntansi*.
- Siregar, S. G. S., Lubis, A. S., & Siregar, H. (2020). Pengaruh Service Excellence Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Grab (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Kampung Baru Medan). *Prossiding Seminar Hasil Penelitian 2019*, X, 226–233.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R. & D*. Pt Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (27 ed.). Penerbit

Alfabeta.

Suhardi, Y., Zulkarnaini, Burda, A., Darmawan, A., & Klarisah, A. N. (2022). Pengaruh Harga , Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi (JEMI)*, 31(02), 31–41.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Andi Offset.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*. Andi Offset.

Wahyullah, M., Wijayanto, S. A., & Hidayat, S. (2023). *Peningkatan Kinerja UMKM melalui Pengelolaan Keuangan , Kompetensi SDM , dan Dukungan Pemerintah di Kota Mataram Improving MSME Performance through Financial Management , HR Competence , and Government Support in the City of Mataram*. 23(01), 12–21.