



PENGARUH HARGA, PROSES DAN TEMPAT TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PERCETAKAN CV. KARYA SEHATI JAYA MEDAN

Samuel Tenang Ukur Ardianta Ginting, S.E.,M.M.¹, Charisma Kuriata Ginting²,

Nora Audiya Sitanggang³, Ade Windari⁴

^{1,2} Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Sosial Dan Hukum, Universitas Quality Medan

^{3,4} Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Sosial Dan Hukum, Universitas Quality Medan

Email : samuelginting281@gmail.com

ABSTRACT

In a rapidly changing global economy, businesses are planning and implementing creative and innovative businesses that satisfy consumers. The increasing demand for printing, photocopying, merchandise, and other products and services has forced companies to adjust prices, processes, and locations to meet customer satisfaction. The purpose of this study is to determine the influence of the independent variables (X) on price, process, and location, and the dependent variable (Y) on customer satisfaction. The method used is quantitative descriptive analysis. The results of the multiple correlation (R) test indicate that each increase in the independent variable will increase the dependent variable. The results of the multiple coefficient of determination test indicate that the independent variables collectively influence the dependent variable, while the remaining variables are influenced by other variables. The partial coefficient test reveals the most dominant independent variable. The quantitative research method tests the theory of variable measurement using numbers and statistical data analysis using SPSS software. The target output is published in the Journal Online System. Based on this, the researcher chose the research title "The Influence of Price, Process, and Location on Customer Satisfaction at CV. Karya Sehati Jaya Printing, Medan."

Keywords : *Consumer Satisfaction; Price; Process; Place*

ABSTRAK

Perekonomian dunia yang pesat, peka dengan perubahan, pelaku bisnis merencanakan, menjalankan usaha kreatif dan inovatif yang memuaskan konsumen. Meningkatnya produk dan jasa percetakan, printing, fotocopy, merchandise dan sebagainya, membuat Perusahaan menyesuaikan Harga, Proses dan Tempat dengan Kepuasan Konsumennya. Tujuan Penelitian ini mengetahui Pengaruh variabel Independen (X) Harga, Proses, dan Tempat. Dan variabel dependen (Y) Kepuasan konsumen. Metode menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Hasil uji korelasi berganda (R) setiap kenaikan variabel Independen akan meningkatkan variabel Depend. Dan hasil uji koefisien determinasi berganda varibel Independen secara Bersama-sama mempengaruhi variabel dependen, sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain. Dari hasil uji koefisien parsial diperoleh variabel independent yang paling dominan. Metode penelitian kuantitatif pengujian teori pengukuran variabel menggunakan angka-angka dan melakukan analisa data statistik, melalui bantuan Software SPSS. Target luaran diterbitkan pada Jurnal Online System. Berdasarkan itu peneliti mengangkat judul penelitian "Pengaruh Harga, Proses Dan Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Medan".

Kata Kunci : *Kepuasan Konsumen; Harga; Proses; Tempat*



PENDAHULUAN

Setiap Perusahaan akan berpikir untuk unggul dalam berkompetisi, sehingga akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Selanjutnya untuk meningkatkan penjualan, hubungannya dengan pasar dan target kepada konsumen, dimana perusahaan harus mempertimbangkan elemen bauran pemasaran harga, proses dan tempat mengakibatkan keputusan pelaku bisnis dalam memikirkan kepuasan konsumen (Siregar & H,Y,Sunarti & Mawardi, M.K., 2017). Beberapa tahun waktu terakhir, usaha bisnis percetakan semakin berkembang, baik dalam skala besar, menengah, maupun skala kecil. Usaha percetakan adalah sektor usaha industri kreatif yang cukup banyak jenisnya seperti Sablon manual/digital, graphic design, digital printing, media cetak, dan advertising. Bisnis percetakan semakin dipermudah eksistensinya, baik itu dari segi teknologi cetak, operasionalisasi, dan tenaga pendesain. Tidak hanya sekedar jasa mencetak saja, percetakan juga memperhatikan desain dari setiap produk yang dihasilkan (Revi Meilani & Ida Ayu Nuh Kartini, 2020).

Masyarakat Kota Medan yang sebagian besar dalam memanfaatkan produk dan jasa percetakan untuk membuat undangan dalam berbagai acara seperti pernikahan, dukacita dan lain sebagainya, memanfaatkan jasa printing untuk menyusun suatu laporan pekerjaan, surat menyurat, dan menggunakan jasa fotocopy untuk memperbanyak suatu laporan, tugas, begitu juga membuat merchandise atau iklan dalam berbagai bentuk spanduk, reklame dan lain sebagainya dengan mudah, rapi dan cepat, sehingga pekerjaannya dapat terselesaikan dengan baik (Tiur Rajagukguk, 2017). Perusahaan Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Medan bergerak dalam bidang percetakan merupakan salah satu perusahaan percetakan yang telah beroperasi di Medan lebih dari 10 tahun. Banyak perusahaan lain yang juga beroperasi di sekitar perusahaan ini, yaitu beberapa percetakan yang sejenis yang lebih besar, rental internet, foto copy, selain itu perusahaan ini juga dekat dengan Universitas Sumatera Utara (USU) dan Rumah Sakit Universitas Sumatera Utara (USU). Perusahaan ini memproduksi berbagai cetakan, seperti : brosur, undangan, karu nama, nota, spanduk dan berbagai cetakan lainnya serta menerima pesanan desain. Dengan pentingnya pemasaran menuntut membuat suatu produk atau jasa yang lebih kreatif dan inovatif dalam menciptakan atau memperbarui strategi harga, proses dan tempat sebagai strategi pemasaran khusus yang diterapkan terhadap Kepuasan konsumen (Revi Meilani & Ida Ayu Nuh Kartini, 2020).

Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Medan merupakan Perusahaan atau badan usaha yang memberikan fasilitas produk dan jasa untuk menangani Percetakan, printing, fotocopy, merchandise sesuai kebutuhan konsumen pelaksanaannya menggunakan computer dan alat-alat teknologi yang manual dan digital. Kurangnya perhatian konsumen akan keberadaan CV. Karya Sehati Jaya Medan ini merupakan masalah yang sementara dihadapi perusahaan saat ini (Ismail., 2016). Oleh karena itu perusahaan ini juga perlu melakukan kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen, dan untuk itu perusahaan ini juga melakukan bauran pemasaran (Manimpiring Andreas & Tumbuan Willem & Wenas Rudy., 2016). Penelitian ini menggunakan kuesioner, wawancara, dan studi dokumentasi dalam metode pengumpulan data. Metode analisis data yang digunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui seberapa besar peran variabel bebas yaitu harga, proses, dan tempat terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen.

Aktivitas CV. Karya Sehati Jaya Medan ini menjamin setiap konsumen mendapatkan kebutuhan yang akan akan diterimanya, dalam penyelenggaraan perusahaan atau badan usaha ini terus berupaya memberikan Produk dan jasa yang memiliki pengaruh harga, proses, dan tempat yang sesuai sehingga kepuasan konsumen dapat terwujud (Marissa Grace Haque, 2020). (Lupiyoadi, Rambat, & A.Hamdani, 2019) Harga, proses, dan tempat akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen melalui tercapainya volume penjualan,



mendapatkan laba, menunjang pertumbuhan usaha. Dari penelitian ini diharapkan penulis mampu memahami Pengaruh Harga, Proses Dan Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Medan.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, adapun rumusan masalahnya adalah : Seberapa besar Pengaruh Harga, Proses Dan Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Medan. Tujuan penelitian pada hakikatnya merupakan sesuatu yang hendak dicapai dan yang dapat memberikan arah terhadap kegiatan pengumpulan data yang akan dilakukan. Berdasarkan pada rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui “Apakah Ada Pengaruh Harga, Proses Dan Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Medan”.

Urgensi Penelitian mengenai Pengaruh Harga, Proses Dan Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Medan ini cukup penting menjadi perhatian karena beberapa penelitian membahas variabel dari bauran pemasaran secara keseluruhan, sehingga dengan memfokuskan pada beberapa variabel independent saja dari bauran pemasaran jasa yakni harga, proses dan tempat dapat menjelaskan lebih spesifik pengaruhnya terhadap variabel dependen yakni kepuasan konsumen.

Menurut (Kotler & Armstrong, 2014), “Bauran pemasaran (marketing mix) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan perusahaannya di pasar sasaran. Menurut (Kotler & Kevin Lane Keller, 2016) pemasaran adalah “proses dimana bisnis menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan mereka untuk menangkap nilai dari mereka. Bauran pemasaran terdiri dari beberapa elemen program pemasaran yang perlu diperhatikan agar strategi pemasaran yang ditetapkan dapat berjalan sesuai dengan tujuan perusahaan. Awalnya, konsep ini dikenal juga sebagai bauran pemasaran atau 4P (Product, Price, Place, Promotion). Namun, seiring berjalanannya waktu, konsep marketing mix berkembang menjadi 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence). Menurut (Kotler & Kevin Lane Keller, 2016),

Menurut (Kotler & Kevin Lane Keller, 2016) harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah produk tertentu atau kombinasi antara barang dan jasa. Harga sebenarnya bukanlah hanya diperuntukkan bagi suatu produk yang sedang diperjual belikan di pasar saja tetapi juga berlaku untuk produk - produk yang lain. Misalkan rumah yang disewakan atau dikontrakan, konsultan, akuntan publik, pengacara, dokter melalui tarif yang ditentukan. Menurut (Tjiptono, 2015) Indikator Harga yaitu : 1. Keterjangkauan, Konsumen dapat menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. harga : , 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Harga yang dibeli sesuai dengan kualitas produk dan jasa. 3. Harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing, Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. 4. Kesesuaian Harga dengan Manfaat, Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya.

Proses adalah serangkaian tahapan atau aktivitas yang dilakukan secara terstruktur untuk mencapai tujuan tertentu (Kotler & Kevin Lane Keller, 2016). Proses dalam jasa merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran jasa seperti pelanggan jasa akan sering merasakan sistem penyerahan jasa sebagai bagian dari jasa itu sendiri dan sangat penting untuk suksesnya pemasaran jasa. Indikator dari Proses yaitu : 1. Efisiensi adalah Waktu dan sumber daya yang digunakan untuk menyelesaikan proses, 2. Efektivitas adalah Sejauh mana proses berhasil mencapai tujuan yang diinginkan, 3. Kualitas adalah Standar dan hasil yang dicapai selama proses berlangsung, 4. Kecepatan adalah Waktu yang dibutuhkan untuk



menyelesaikan proses, 5. Keteraturan adalah Konsistensi dan keseragaman dalam pelaksanaan proses.

Tempat merupakan struktur fisik dari sebuah usaha yang merupakan komponen utama yang menunjukkan sebuah kesan usaha yang dilakukan perusahaan dalam melakukan penempatan usahanya dan kegiatan dalam menyediakan saluran pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen (Tjiptono, 2015). Menurut Kotler dan Amstrong (Kotler & Kevin Lane Keller, 2016) Tempat merupakan aktivitas perusahaan yang membuat produk tersedia bagi sasaran pada suatu tempat tertentu. Menurut (Tjiptono, 2015) menyatakan bahwa indikator pemilihan Tempat perlu adanya pertimbangan dengan cermat sebagai berikut :1. Aksesibilitas yaitu kemudahan untuk dijangkau, 2. Visibilitas yaitu kemudahan untuk dilihat, 3. Traffic yaitu kemudahan berlalu lintas dan banyaknya orang berlalu Lalang dapat memberikan peluang besar orang tertarik untuk mengunjungi toko. 4. Parking yaitu tersedianya tempat yang luas dan aman untuk kendaran konsumen. 5. Ekspansi yaitu tersedianya tempat yang luas untuk perluasan di kemudian hari. 6. Lingkungan sekitar yaitu daerah sekitar yang mendukung dengan adanya produk yang dijual. 7. Persaingan yaitu adanya pesaing dapat memberikan motivasi pelaku bisnis untuk tetap melakukan pemasaran yang baik. 8. Peraturan pemerintah yaitu pemilihan tempat dengan memperhatikan dan menaati peraturan yang sudah di buat oleh pemerintah.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan (Kotler & Kevin Lane Keller, 2016). Indikator dari Kepuasan konsumen yaitu: 1. Re-purchase, yaitu membeli kembali, dimana konsumen tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang atau jasa. 2. Menciptakan Word of Mouth, yaitu dalam hal ini, konsumen akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain. 3. Menciptakan Citra Merek, yaitu pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing. 4. Menciptakan Keputusan pembelian pada perusahaan yang sama, yaitu membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

Dari roadmap penelitian tersebut dapat dilihat bahwa fokus kajian penelitian adalah menganalisis mengenai kajian sumber daya. Kajian sumber daya adalah studi tentang bagaimana perusahaan mengelola sumber dayanya untuk mencapai tujuannya. Sumber daya perusahaan dapat berupa sumber daya fisik, sumber daya manusia, sumber daya keuangan, dan sumber daya informasi. Penelitian tentang Pengaruh Harga, Proses Dan Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Kota Medan. Dibandingkan dengan penelitian lain yang telah ada, State Of The Art penelitian yang diusulkan ini adalah memfokuskan pada beberapa variabel independent saja dari bauran pemasaran yakni apakah Adanya dampak positif dan signifikan variabel Harga, Proses dan Tempat masing-masing dapat menjelaskan lebih spesifik pengaruhnya terhadap variabel dependen yakni Kepuasan Konsumen.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) yaitu penelitian yang langsung dilakukan di lapangan atau pada responden (Hasan, 2014). Pengambilan sampel menggunakan metode Non Probabilty sampling. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variable-variabel penelitian dengan angka angka dan melakukan analisa data statistik seperti Uji Validitas, Reliabilitas, Normalitas, dan sebagainya (Indriantoro & Supomo, 2014).



Defenisi operasional dilakukan untuk menghindari penyimpangan dalam membahas dan menganalisis permasalahan penelitian yang dilakukan. Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Penelitian ini membahas tentang variabel independen (variabel bebas), yaitu Harga (X1), Proses (X2) dan Tempat (X3), Variabel dependent (variabel terikat), yaitu Kepuasan Konsumen (Y) pada Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Kota Medan Skala Pengukuran likert.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang melakukan kepuasan konsumen untuk pembelian pada Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Kota Medan. Lokasi penelitian dilakukan di Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Kota Medan Jl. Jamin Ginting No. 161 Kecamatan Medan Baru, Kota Medan. Subyek dari penelitian ini adalah Kepuasan konsumen yang telah melakukan pembelian pada Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Kota Medan. Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan dapat mewakili keseluruhan populasi. Pengambilan sampel menggunakan metode Non Probabilty sampling, yaitu metode penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Menurut Sugiyono, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini akan menggunakan sampel konsumen yang telah melakukan Kepuasan konsumen yang telah melakukan pembelian pada pada Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Kota Medan.

Agar penulisan ini dapat memberikan gambaran akan sifat kebenaran penelitian secara ilmiah dan dapat ditulis secara sistematis, maka pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis adalah dengan penelitian lapangan, penulisan secara langsung meninjau ke lapangan atau ke objek penelitian untuk memperoleh data primer yang dipergunakan dalam analisis dan pembahasan selanjutnya melalui 3 metode, yaitu Observasi, Wawancara dan Kuisoner.

Alat analisis yang digunakan adalah Analisis Deskriptif kuantitatif memberikan sebuah gambaran atau deskripsi tentang suatu data yang dilihat melalui nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum (Ghozali, 2016). Kemudian Analisis statistik adalah analisis yang menggunakan cara perhitungan statistika. Menurut (Ghozali, 2016) Perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan angka-angka dimana perhitungan ini digunakan untuk menganalisis suatu hipotesis.

Uji Instrumen penelitian yaitu: Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur sama. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Uji multikolinieritas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi (hubungan kuat) antar variabel bebas. Uji Heterokedastisitas adalah untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Uji t untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara individual (parsial) maka digunakan Uji t, Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (tidak bebas).



Analisis data Kuantitatif merupakan suatu bentuk analisis yang menggunakan angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik tertentu. Data kuantitatif harus diklasifikasikan dalam kategori tertentu dengan menggunakan tabel-tabel tertentu untuk mempermudah analisis program SPSS. Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, menurut (Sugiyono, 2017). Berdasarkan kerangka konseptual yang telah diuraikan, dapat dirumuskan hipotesis sementara sebagai berikut : 1. Hipotesis 1. H0: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Kota Medan. H1: Terdapat terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Kota Medan. ; 2. Hipotesis 2. H0: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Proses terhadap Kepuasan Konsumen Pada Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Kota Medan. H2: Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Proses terhadap Kepuasan Konsumen Pada Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Kota Medan.; 3. Hipotesis 3. H0: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Tempat terhadap Kepuasan Konsumen Pada Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Kota Medan. H3: Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Tempat terhadap Kepuasan Konsumen Pada Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Kota Medan.; 4. Hipotesis 4. H0: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Harga, Proses, Dan Tempat terhadap Kepuasan Konsumen Pada Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Kota Medan. H4: Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Harga, Proses, Dan Tempat terhadap Kepuasan Konsumen Pada Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Kota Medan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini akan dibahas Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Medan bergerak dalam bidang percetakan merupakan salah satu perusahaan percetakan yang telah beroperasi di Medan lebih dari 10 tahun. Banyak perusahaan lain yang juga beroperasi di sekitar perusahaan ini, yaitu beberapa percetakan yang sejenis yang lebih besar, rental internet, foto copy, selain itu perusahaan ini juga dekat dengan Universitas Sumatera Utara (USU) dan Rumah Sakit. Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Medan merupakan Perusahaan atau badan usaha yang memberikan fasilitas produk dan jasa untuk menangani Percetakan, printing, photocopy, merchandise sesuai kebutuhan konsumen pelaksanaannya menggunakan computer dan alat-alat teknologi yang manual dan digital. Kurangnya perhatian konsumen akan keberadaan CV. Karya Sehati Jaya Medan ini merupakan masalah yang sementara dihadapi perusahaan saat ini (Ismail., 2016). Oleh karena itu perusahaan ini juga perlu melakukan kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen, dan untuk itu perusahaan ini juga melakukan bauran pemasaran (Manimpiring Andreas & Tumbuan Willem & Wenash Rudy., 2016).

Menurut (Kotler & Kevin Lane Keller, 2016) harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah produk tertentu atau kombinasi antara barang dan jasa. Indikator Harga yaitu : 1. Keterjangkauan, Konsumen dapat menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Harga yang dibeli sesuai dengan kualitas produk dan jasa. 3. Harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing, Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. 4. Kesesuaian Harga dengan Manfaat, Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya.

Proses adalah serangkaian tahapan atau aktivitas yang dilakukan secara terstruktur untuk mencapai tujuan tertentu (Kotler & Kevin Lane Keller, 2016). Indikator dari Proses yaitu : 1. Efisiensi adalah Waktu dan sumber daya yang digunakan untuk menyelesaikan



proses, 2. Efektivitas adalah Sejauh mana proses berhasil mencapai tujuan yang diinginkan, 3. Kualitas adalah Standar dan hasil yang dicapai selama proses berlangsung, 4. Kecepatan adalah Waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan proses, 5. Keteraturan adalah Konsistensi dan keseragaman dalam pelaksanaan proses.

Menurut Kotler dan Amstrong (Kotler & Kevin Lane Keller, 2016) Tempat merupakan aktivitas perusahaan yang membuat produk tersedia bagi sasaran pada suatu tempat tertentu. Menurut (Tjiptono, 2015) menyatakan bahwa indikator pemilihan Tempat perlu adanya pertimbangan dengan cermat sebagai berikut :1. Aksesibilitas yaitu kemudahan untuk dijangkau, misalnya tempat dapat dijangkau dengan mudah melalui sarana transportasi. 2. Visibilitas yaitu kemudahan untuk dilihat, misalnya tempat yang mudah di lihat dengan jelas dari jalan raya. 3. Traffic yaitu kemudahan berlalu lintas dan banyaknya orang berlalu lalang dapat memberikan peluang besar orang tertarik untuk mengunjungi toko. 4. Parking yaitu tersedianya tempat yang luas dan aman untuk kendaraan konsumen. 5. Ekspansi yaitu tersedianya tempat yang luas untuk perluasan di kemudian hari. 6. Lingkungan sekitar yaitu daerah sekitar yang mendukung dengan adanya produk yang dijual. 7. Persaingan yaitu adanya pesaing dapat memberikan motivasi pelaku bisnis untuk tetap melakukan pemasaran yang baik. 8. Peraturan pemerintah yaitu pemilihan tempat dengan memperhatikan dan menaati peraturan yang sudah di buat oleh pemerintah.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. (Kotler & Kevin Lane Keller, 2016) Indikator dari Kepuasan konsumen yaitu: 1. Re-purchase, yaitu membeli kembali, dimana konsumen tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang atau jasa. 2. Menciptakan Word of Mouth, yaitu dalam hal ini, konsumen akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain. 3. Menciptakan Citra Merek, yaitu pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing. 4. Menciptakan Keputusan pembelian pada perusahaan yang sama, yaitu membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

Tabel 1.
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r-hitung (N-2=48)	r-tabel (N-2=48)	Keterangan
Harga (Hr)				
Keterjangkauan Harga	Hr1	0,811	0,2787	Valid
Kesesuaian Harga Dengan Kualitas	Hr2	0,810	0,2787	Valid
Harga Sesuai Dengan kemampuan	Hr3	0,868	0,2787	Valid
Kesesuaian Harga Dengan Manfaat	Hr4	0,647	0,2787	Valid
Proses (Pr)				
Efisiensi	Pr1	0,772	0,2787	Valid
Efektivitas	Pr2	0,503	0,2787	Valid
Kualitas	Pr3	0,508	0,2787	Valid
Kecepatan	Pr4	0,789	0,2787	Valid
Keteraturan	Pr5	0,708	0,2787	Valid
Tempat (Tm)				
Aksesibilitas	Tm1	0,509	0,2787	Valid
Visibilitas	Tm2	0,508	0,2787	Valid
Traffic	Tm3	0,498	0,2787	Valid
Parking	Tm4	0,489	0,2787	Valid
Ekspansi	Tm5	0,389	0,2787	Valid
Lingkungan	Tm6	0,391	0,2787	Valid
Persaingan	Tm7	0,466	0,2787	Valid



Peraturan Pemerintah	Tm8	0,516	0,2787	Valid
Kepuasan Konsumen (KK)				
Re-purchase	KK1	0,696	0,2787	Valid
Menciptakan Word of Mouth	KK2	0,793	0,2787	Valid
Menciptakan Citra Merek	KK3	0,734	0,2787	Valid
Menciptakan Keputusan pembelian	KK4	0,736	0,2787	Valid

Sumber: Data SPSS 22 diolah Tahun 2025

Berdasarkan Tabel 1. Hasil Uji Validitas diperoleh r -hitung > r -tabel [Tabel Product moment dengan signifikan 0,05, untuk degree of freedom (df) = $n-k$ (50-2)] dari seluruh koefisien korelasi seluruh indikator sehingga dapat dinyatakan valid.

Tabel 2.
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach Alpha (N=50)	Batas Minimum	Keterangan
1.	Harga	0,793	0,6	Reliabel
2.	Proses	0,670	0,6	Reliabel
3.	Tempat	0,842	0,6	Reliabel
4.	Kepuasan Konsumen	0,716	0,6	Reliabel

Sumber: Data SPSS 22 diolah Tahun 2025

Berdasarkan tabel uji reliabilitas seperti pada Tabel 2. Diperoleh nilai koefisien Cronbach Alpha pada variabel Harga, Proses, Tempat dan Kepuasan Konsumen nilainya lebih besar dari $> 0,6$, Maka semua pertanyaan di setiap variabel penelitian adalah reliabel.

Analisis Deskriptif (rata-rata) pada Variabel Penelitian.

Menurut (Sugiyono, 2017) Analisis deskriptif rata-rata yaitu nilai rata-rata yang muncul dari hasil penelitian terhadap variabel penelitian dan merupakan jumlah dari seluruh hasil penelitian dengan jumlah penelitiannya. Untuk menginterpretasikan variabel Harga, Proses, Tempat dan Kepuasan Konsumen dapat ditentukan dengan nilai rata-rata yang berpedoman terhadap batasan-batasan yang ada di bawah ini: Skor persepsi terendah adalah : 1, Skor Persepsi tertinggi adalah : 5, jadi Interval = $(5-1)/5 = 0,80$. Sehingga batasan persepsi yaitu : $1,00 - 1,80 =$ Sangat Tidak Setuju, $1,81 - 2,60 =$ Tidak Setuju, $2,61 - 3,40 =$ Cukup Setuju, $3,41 - 4,20 =$ Setuju, $4,21 - 5,00 =$ Sangat Setuju.

Tabel 3.
Analisis Dimensi Harga, Proses, Tempat, dan Kepuasan Konsumen

No.	Item Dimensi	Mean	Kategori
Dimensi Harga (Hr)			
1	Keterjangkauan Harga	4,04	Setuju
2	Kesesuaian Harga Dengan Kualitas	3,78	Setuju
3	Harga Sesuai Dengan kemampuan	3,72	Setuju
4	Kesesuaian Harga Dengan Manfaat	3,80	Setuju
Rata – Rata		3,84	Setuju
Dimensi Proses (Pr)			
1	Efisiensi	3,78	Setuju
2	Efektivitas	3,80	Setuju
3	Kualitas	3,90	Setuju
4	Kecepatan	3,68	Setuju
5	Keteraturan	3,80	Setuju



Rata – Rata	3,79	Setuju
Dimensi Tempat (Tm)		
1 Aksesibilitas	3,78	Setuju
2 Visibilitas	3,80	Setuju
3 Traffic	3,46	Setuju
4 Parking	3,80	Setuju
5 Ekspansi	3,68	Setuju
6 Lingkungan	4,08	Setuju
7 Persaingan	3,68	Setuju
8 Peraturan Pemerintah	3,74	Setuju
Rata – Rata	3,75	Setuju
Dimensi Kepuasan Konsumen (KK)		
1 Re-purchase	3,60	Setuju
2 Menciptakan Word of Mouth	4,02	Setuju
3 Menciptakan Citra Merek	3,66	Setuju
4 Menciptakan Keputusan pembelian	4,12	Setuju
Rata – Rata	3,85	Setuju

Sumber: Data diolah Tahun 2025

Berdasarkan Tabel 3. Menunjukkan rata-rata penilaian yang dilakukan oleh responden terhadap variabel Harga sebesar 3,84, Proses sebesar 3,79, Tempat sebesar 3,75, dan Variabel Kepuasan Konsumen sebesar 3,85, keseluruhan variabel berada pada interval 3,41 - 4,20 didalam kriteria setuju. Penilaian tertinggi pada item Dimensi Kepuasan Konsumen yaitu Menciptakan Keputusan pembelian dengan nilai rata-rata 4,12 termasuk kriteria setuju, sedangkan penilaian terendah pada item Dimensi Tempat yaitu Traffic dengan nilai rata-rata 3,46 termasuk kriteria setuju. Para konsumen memberikan penilaian terendah, karena Tempat yang kurang sesuai dengan kebutuhan konsumen atau tidak relevan dapat mengurangi Kepuasan Konsumen.

Tabel 4.
Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel	Regrecion Coefficient	t hitung	Sig t	Tolerance	VIF	Keterangan
(Constant)	3,401					
Harga (X1)	0,205	6,663	0,000	0,342	2,920	Signifikan
Proses (X2)	0,386	8,498	0,000	0,235	4,263	Signifikan
Tempat (X3)	0,051	4,664	0,000	0,536	1,867	Signifikan
R Square : 0,627						
R : 0,792						
F hitung : 25,764						
Signif F : 0,000						

Sumber: Data SPSS 22 diolah Tahun 2025

Persamaan Regresi Linier berganda dengan menggunakan Program SPSS dapat sebagai berikut: $Y=3,401+0,205X1+0,386X2+0,051X3$

Hasil persamaan regresi pada Tabel 4. menjelaskan bahwa konstanta (Y) adalah sebesar 3,401. maka jika tidak ada variabel Harga, Proses, dan Tempat mempengaruhi Kepuasan Konsumen, maka Kepuasan Konsumen akan sebesar 3,401. Hal ini dapat diartikan bahwa kepuasan Konsumen akan rendah apabila perusahaan tidak memperhatikan Harga, Proses, dan Tempat.



Variabel Harga (X1), Proses (X2), Tempat (X3) masing – masing variabel yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen dengan koefisien regresi sebesar X1=0,205, X2=0,386, X3=0,051 memiliki arti apabila Harga (X1), Proses (X2), tempat (X3) meningkat sebesar satu satuan maka Kepuasan Konsumen akan meningkat masing – masing sebesar X1=0,205 dengan anggapan Proses (X2), Tempat (X3) tetap, X2=0,386 dengan anggapan Harga (X1), Tempat (X3) tetap, X3=0,051 dengan anggapan Harga (X1), Proses (X2) tetap. Hal ini berarti bahwa masing -masing semakin baik Harga, Proses, dan Tempat maka akan semakin tinggi pula Kepuasan Konsumen.

Uji F

Hasil uji F apabila nilai $Sig < 0,05$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel x terhadap y. Dimana $F_{tabel} = F(k ; n-k)$ sehingga $F(3 ; 50-3)$ atau $F(3 ; 47)$, jadi F_{tabel} sebesar 2,802. Pada Tabel 5. diperoleh F_{hitung} sebesar 25,764 dan $sig F$ sebesar 0,000. Karena $sig F 0,000 < 0,05$, dan $F_{hitung} 25,764 > F_{tabel} 2,802$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau disimpulkan bahwa ada pengaruh secara Bersama-sama (simultan) Pengaruh Harga, Proses Dan Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen, hal tersebut disesuaikan dengan Dasar pengambilan keputusannya (Ghozali, 2016) dimana dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi F.

Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya semua variabel (X) secara serempak terhadap variabel independen (Y). Pada Tabel 4. menunjukkan bahwa besarnya koefisien determinasi berganda = 0,627 , variabel bebas secara Bersama-sama mempengaruhi variabel tidak bebas sebesar 62,7% sisanya sebesar 37,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Variabel lain dapat berupa Produk, Promosi, dan lain-lain.

Uji t

Hasil uji t apabila nilai $Sig < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($t_{tabel} = \alpha/2 ; n-k-1$, $t_{tabel} = 0,025 ; 46$, $t_{tabel} = 2,01290$) maka terdapat pengaruh variabel x terhadap y. Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X1, X2 dan X3 (Harga, Proses dan Tempat) benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen) secara terpisah atau parsial menurut (Sugiyono, 2017). Dengan membandingkan antara $sig t$ dengan tingkat signifikansi 5%.

Hasil uji t sendiri di Tabel 5. dijelaskan melalui Pengujian terhadap koefisien regresi pada masing-masing variabel Harga (X1) dengan nilai $sig t = 0,000$ berarti $(0,000 < 0,05)$ dan $t_{hitung} 6,663 > t_{tabel} 2,01290$ menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya ada pengaruh variabel Harga secara signifikansi terhadap Kepuasan Konsumen. Proses (X2) dengan nilai $sig t = 0,000$ berarti $(0,000 < 0,05)$ dan $t_{hitung} 8,498 > t_{tabel} 2,01290$ menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya ada pengaruh variabel Proses secara signifikansi Terhadap Kepuasan Konsumen. Tempat (X3) dengan nilai $sig t = 0,000$ berarti $(0,000 < 0,05)$ dan $t_{hitung} 4,664 > t_{tabel} 2,01290$ menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya ada pengaruh variabel Tempat secara signifikansi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Karya Sehati Jaya Medan.

Berdasarkan hasil uji F memunculkan hipotesis “Terdapat pengaruh signifikan secara Bersama sama Harga, Proses, dan Tempat terhadap Kepuasan Konsumen”. Sedangkan dari hasil uji t memunculkan hipotesis “Terdapat pengaruh signifikan Harga

terhadap Kepuasan Konsumen”, “Terdapat pengaruh signifikan Proses terhadap Kepuasan Konsumen”, dan “Terdapat pengaruh signifikan Tempat terhadap Kepuasan Konsumen”.

Uji Asumsi Klasik.

Pengujian asumsi klasik diantaranya adalah uji multikolinieritas, uji heteroskeditas, dan uji normalitas.

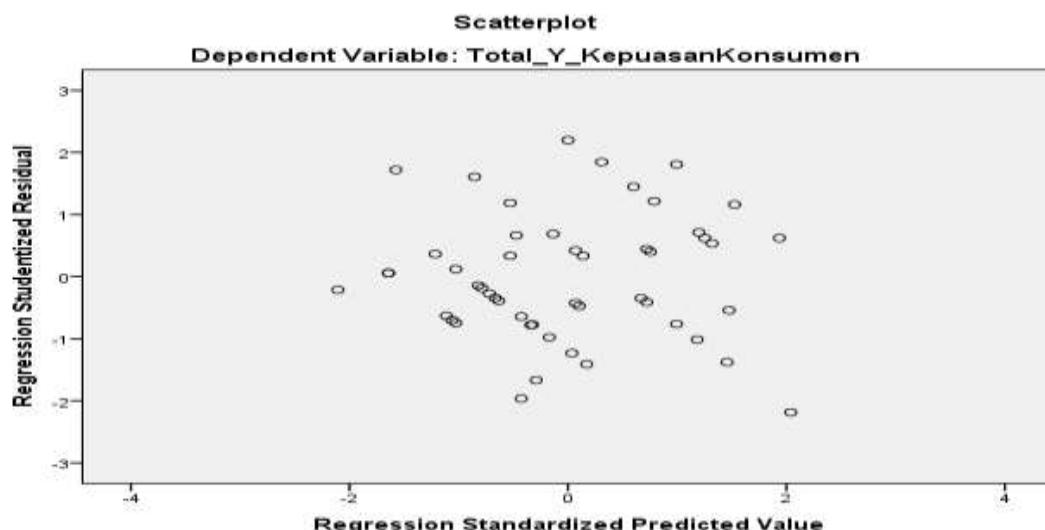
Tabel 5.
Uji Multikolinieritas

No.	Variabel Independen	Tolerance	VIF	Keterangan
1.	Harga	0,342	2,920	Tidak terjadi Multikolinieritas
2.	Proses	0,235	4,263	Tidak terjadi Multikolinieritas
3.	Tempat	0,536	1,867	Tidak terjadi Multikolinieritas

Sumber: Data SPSS 22 diolah Tahun 2025

Nilai *cutoff* yang umum dipakai adalah nilai tolerance 0,10 atau sama dengan nilai VIF dibawah 10” (Ghozali, 2016). Berdasarkan Tabel 6. menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yang terdiri dari Harga, Proses, dan Tempat memiliki nilai VIF kurang dari 10 dan tolerance lebih dari 0,1. Dengan demikian diketahui model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung gejala multikolinieritas.

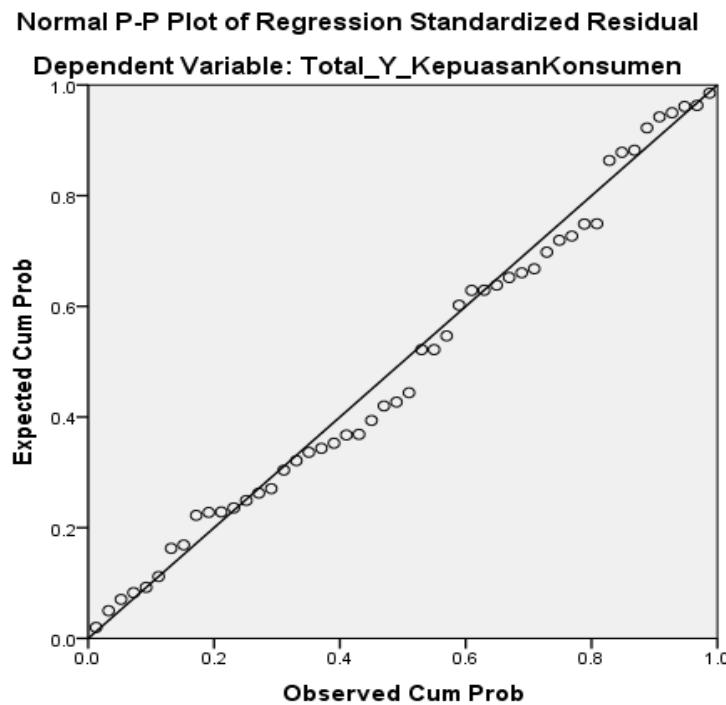
Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 1. diatas dapat terlihat bahwa data residual yang ada pada model regresi menyebar baik diatas maupun dibawah titik 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian model regresi yang diajukan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

Uji Normalitas



Gambar 2. Uji Normalitas

Dari Gambar 2. Grafik diatas dapat diketahui bahwa sebaran data cenderung mengikuti kurva normal maka dapat disimpulkan bahwa model regresi linier telah menggunakan data distribusi normal.

Pembahasan hasil penelitian menemukan bahwa secara Bersama-sama Harga, Proses dan Tempat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Sugiyono, 2017). Oleh sebab itu perlu bagi Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Medan meningkatkan strategi marketing mix pada setiap dimensi dalam setiap variabel yang akan dijelaskan dibawah ini diantaranya:

1. Harga

Dari hasil penelitian regresi linier berganda yang ditunjukkan pada Tabel 4. menunjukkan bahwa variabel Harga memiliki hasil signifikansi. Sehingga hipotesis H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa ada pengaruh variabel Harga secara signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Konsumen Pada Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Medan. Dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, hal tersebut dapat disebabkan karena bagi konsumen indikator Harga seperti Keterjangkauan Harga, Kesesuaian Harga Dengan Kualitas, Harga Sesuai Dengan kemampuan, dan Kesesuaian Harga Dengan Manfaat, sangat penting diperlukan, karena bagi konsumen yang terpenting adalah Harga ini tidak mahal pada saat dibutuhkan, sehingga mereka lebih cepat dalam menentukan pilihan harga yang sesuai dengan kebutuhan konsumen tersebut.

2. Proses

Dari hasil penelitian regresi linier berganda yang ditunjukkan pada Tabel 4. menunjukkan bahwa variabel Proses memiliki hasil signifikansi. Sehingga hipotesis H_0 ditolak, dan H_2 diterima yang berarti bahwa ada pengaruh variabel Proses secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Medan. Dapat disimpulkan bahwa Proses mempengaruhi kepuasan Konsumen, karena bagi konsumen



indikator Proses seperti Efisiensi, Efektivitas, Kualitas, Kecepatan, Keteraturan adalah kegiatan yang diberikan kepada pelanggan, sehingga proses memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

3. Tempat

Dari hasil penelitian regresi linier berganda yang ditunjukkan pada Tabel 4. menunjukkan bahwa variabel Tempat juga memiliki hasil signifikansi. Sehingga hipotesis Ho ditolak, dan H3 diterima yang berarti bahwa ada pengaruh variabel Tempat secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Medan. Dapat disimpulkan bahwa Tempat mempengaruhi Kepuasan Konsumen, karena bagi konsumen indikator Tempat seperti Aksesibilitas, Visibilitas, Traffic, Parking, Ekspansi, Lingkungan, Persaingan, Peraturan Pemerintah harus sesuai, sehingga Tempat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan berdasarkan analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan yakni dari hasil penelitian yang dilakukan melalui uji analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa dari tiga variabel independent Harga, Proses dan Tempat yang ketiga variabel tersebut signifikan. Hasil uji F diperoleh F hitung sebesar 25,764 dan sig F sebesar 0,000. Karena $\text{sig F } 0,000 < 0,05$, dan $F \text{ hitung } 25,762 > F \text{ tabel } 2,802$ maka Ho ditolak dan Ha diterima atau dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara Bersama-sama (simultan) Harga, Proses dan Tempat terhadap Kepuasan Konsumen Pada Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Medan, hal tersebut disesuaikan dengan Dasar pengambilan keputusannya oleh (Ghozali, 2016) dimana dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi F.

Hasil uji t sendiri dapat dilihat di Tabel 5. dan dijelaskan melalui Pengujian terhadap koefisien regresi pada masing-masing variabel Harga (X1) dengan nilai $\text{sig t} = 0,000$ berarti $(0,000 < 0,05)$ dan $t \text{ hitung } 6,663 > t \text{ tabel } 2,01290$ menunjukkan bahwa Ho ditolak dan H1 diterima artinya ada pengaruh variabel Harga secara signifikansi terhadap Kepuasan Konsumen Pada Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Medan. Proses (X2) dengan nilai $\text{sig t} = 0,000$ berarti $(0,000 < 0,05)$ dan $t \text{ hitung } 8,498 > t \text{ tabel } 2,01290$ menunjukkan bahwa Ho ditolak dan H1 diterima artinya ada pengaruh variabel Proses secara signifikansi terhadap Kepuasan Konsumen Pada Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Medan. Tempat (X3) dengan nilai $\text{sig t} = 0,000$ berarti $(0,000 < 0,05)$ dan $t \text{ hitung } 4,664 > t \text{ tabel } 2,01290$ menunjukkan bahwa Ho ditolak dan H1 diterima artinya ada pengaruh variabel Tempat secara signifikansi terhadap Kepuasan Konsumen Pada Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Medan.

Berdasarkan hasil uji F memunculkan hipotesis “Terdapat pengaruh signifikan secara Bersama-sama Harga, Proses, dan Tempat terhadap Kepuasan Konsumen”. Sedangkan dari hasil uji t memunculkan hipotesis “Terdapat pengaruh signifikan Harga terhadap Kepuasan Konsumen”, “Terdapat pengaruh signifikan Proses terhadap Kepuasan Konsumen”, dan “Terdapat pengaruh signifikan Tempat terhadap Kepuasan Konsumen”. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Harga, Proses, dan Tempat memiliki Pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pada Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Medan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian tentang Pengaruh Harga, Proses, Dan tempat Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Medan, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Pada Harga yang perlu diperhatikan adalah Kinerja Produk berkait Kesesuaian Harga Dengan Kualitas dimana Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Medan perlu menyesuaikan



- kualitas produk dan jasa yang dihasilkan dengan harga yang dibuat sehingga Kepuasan Konsumen tercipta dengan merasa harga tersebut tidak mahal dan memiliki kualitas.
2. Pada Proses yang menjadi diperhatian yakni Kecepatan, dimana Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Medan perlu mengatur kecepatan proses dari setiap kegiatan dalam Percetakan, disesuaikan dengan kebutuhan konsumen, sehingga sangat mempengaruhi Kepuasan Konsumen.
 3. Pada Tempat, yang perlu diperhatikan adalah Traffic (Lalu lintas), dimana Percetakan CV. Karya Sehati Jaya Medan perlu mengatur tempat parkir kendaraan konsumen, konsumen merasa aman memarkirkan kendaraaannya, sehingga sangat mempengaruhi Kepuasan Konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 22*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, I. (2014). *Analisis data penelitian dengan statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2014). *Metode penelitian bisnis*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Indriati, S. N. (2022). Pengaruh bauran pemasaran jasa (process, physical evidence, people) terhadap keputusan pembelian (Survei pada konsumen Sultan Laundry BRP Tasikmalaya). *Ulil Albab: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(7).
- Insani, N. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 4(1), 112–122.
- Ismail. (2016). *Pengaruh strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan tiket pesawat pada PT Sumber Maspul Makassar* (Skripsi). UIN Alauddin Makassar.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of marketing* (12th ed., Jilid 1; Terjemahan B. Sabran). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran* (Edisi 12, Jilid 1 & 2). Jakarta: PT Indeks.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2019). *Manajemen pemasaran jasa* (Edisi 2). Jakarta: Salemba Empat.
- Manimpiring, A., Tumbuan, W. J. F. A., & Wenas, R. (2016). Analisis produk, harga, lokasi, dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada kartu kredit PT Bank Mandiri Tbk. *Jurnal EMBA*, 4(2).
- Marissa Grace Haque. (2020). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada PT Berlian Multitama di Jakarta. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*.
- Meilani, R., & Kartini, I. A. N. (2020). Pengaruh product, people, dan process terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa ekspedisi CV Hitam Oren Express (HOE) di Surabaya. *Jurnal Ekonomi Manajemen (JEM 17)*, 5(1), 33–46.
- Saputri, R. S. D. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan Grab Semarang. *Journal of Strategic Communication*, 26–53.
- Senaen, L. F., & Tumbuan, W. J. F. A. (2015). Pengaruh people, proses, dan promosi terhadap keputusan pembelian mobil Toyota pada PT Hasjrat Abadi Manado. *Jurnal EMBA*, 3(1).
- Siregar, I., Sunarti, H. Y., & Mawardi, M. K. (2017). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan ekspor (Studi pada PT Kaltim Prima Coal). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 42(1).



-
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tiur Rajagukguk, H. C. (2017). Pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap loyalitas konsumen pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Medan. *Jurnal Ilmiah Methonomi* (Edisi Khusus Suplemen). Diakses dari www.methonomi.net
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran* (Edisi 4). Yogyakarta: Andi Offset.
- Wahyuni, S. (2018). *Analisis pengaruh kualitas produk, word of mouth, dan harga terhadap keputusan pembelian smartphone Xiaomi* (Studi kasus mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto) (Skripsi).