

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN  
KUALITAS PRODUK DARI PT KERETA API INDONESIA  
(PERSERO) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
PADA PT BUKIT ASAM, TBK**



**Tesis Oleh:**

**MOHAMMAD REZA SAPUTRA**

**01012622327018**

**MANAJEMEN PEMASARAN**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar*

*Magister Manajemen*

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

**2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK  
DARI PT KERETA API INDONESIA (PERSERO) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
PADA PT BUKIT ASAM, TBK**

Disusun oleh:

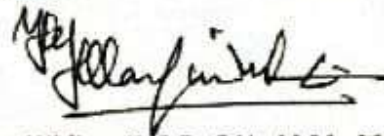
Nama : Mohammad Reza Saputra  
NIM : 01012622327018  
Program Studi : Magister Manajemen  
Konsentrasi : Marketing

Disetujui untuk digunakan sebagai syarat pengajuan SK Penguji Komprehensif

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing

Pembimbing I

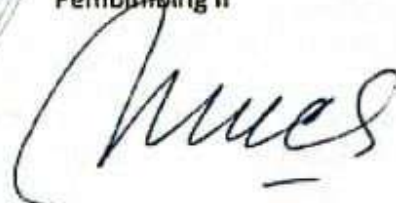


Tanggal : 23 November 2024

Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D  
NIP 19670314 199303 2 001



Pembimbing II



Tanggal : 23 November 2024

Muchsin Saggaff Shihab, M.B.A., Ph.D  
NIDN 0417086002

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK  
DARI PT KERETA API INDONESIA (PERSERO) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
PADA PT BUKIT ASAM, TBK

Disusun oleh:

Nama : Mohammad Reza Saputra  
NIM : 01012622327018  
Program Studi : Magister Manajemen  
Bidang Kajian/Konsentrasi : Marketing

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 27 Desember 2024 dan telah memenuhi syarat untuk diterima



Panitia Ujian Komprehensif  
Palembang, 27 Desember 2024  
Pembimbing I

Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D  
NIP. 196703141993032001

Pembimbing II

Muchsin Saggaff Shihab, M.B.A., Ph.D  
NIDN 0417086002

Penguji

Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M., Ak  
NIP. 197512252015041001

Mengetahui,  
Koordinator Program Studi Magister Manajemen

Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D  
NIP. 196703141993032001

## SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Mohammad Reza Saputra  
NIM : 01012622327018  
Program Studi : Magister Manajemen  
Kosentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis saya yang berjudul : “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Dari PT Kereta Api Indonesia (Persero) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Bukit Asam, Tbk”  
Pembimbing:

Pembimbing I : Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D  
Pembimbing II : Muchsin Saggaff Shihab, M.B.A., Ph.D  
Tanggal Ujian : 27 Desember 2024

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam Tesis ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan saya ini tidak benar di kemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan.

Palembang, 27 Desember 2024  
Pembuatan Pernyataan,



Mohammad Reza Saputra  
NIM 01012622327018

## MOTTO

*“Allah akan mengangkat derajat orang-orang yang beriman dan orang-orang yang berilmu di antara kamu sekalian.”*

**-Q.S Al-Mujadilah: 11-**

**Kutipan Favorit: *Fa Inna Ma'al Usri Yusra* : “Setelah kesulitan pasti datang kemudahan” (QS. Al-Insyirah 94:6)**

**Tesis ini kupersembahkan untuk :**

- **Tuhan Yang Maha Esa**
- **Orang tua & Mertuaku Tercinta**
- **Kakak dan Adikku**
- **Istri dan Anak-Anakku Tercinta**
- **Teman Teman MM Angkatan 54**
- **Almamaterku**



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan tesis ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Dari PT Kereta Api Indonesia (Persero) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Bukit Asam, Tbk”**. Tesis ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar magister program Strata dua (S2) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Tesis ini membahas mengenai pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kualitas produk dari PT Kereta Api Indonesia (Persero) sebagai variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT Bukit Asam Tbk. Populasi dan sampel pada penelitian ini adalah karyawan PT Bukit Asam Tbk yang memahami proses bisnis pengangkutan batubara PTBA dengan menggunakan kereta milik PT Kereta Api Indonesia (Persero). Metode pengumpulan data dilakukan dengan metode Kuesioner, yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan daftar pernyataan atau pertanyaan (angket) kepada responden dengan panduan pilihan jawaban. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, persepsi harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan diharapkan PT Kereta Api Indonesia (Persero) mampu menyediakan armada kereta yang lebih banyak. Persepsi harga diharapkan dalam menentukan harga menjadi stabil. Kualitas produk, diharapkan gerbong PT Kereta Api Indonesia (Persero) perlu diperbaiki dan dipelihara secara berkala. Dengan hasil penelitian ini diharapkan

dapat memberikan manfaat bagi manajemen perusahaan dan pemilik usaha, terutama untuk pengambilan keputusan di masa mendatang.

Penulis sangat menyadari bahwa tesis ini masih belum sempurna sehingga penulis mengharapkan masukan, saran dan kritik yang membangun sebagai bahan perbaikan di masa yang akan datang. Akhirnya penulis mengucapkan semoga tesis ini bermanfaat bagi pembaca, khususnya bagi peneliti yang akan mengadakan penelitian pada bidang yang sama

Palembang, 27 Desember 2024



Mohammad Reza Saputra

NIM 01012622327018

## UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyadari bahwa penyusunan tesis ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Dengan selesainya penulisan tesis ini penulis sangat berterima kasih kepada semua pihak yang telah bersedia untuk memberikan bantuan dan dukungannya baik secara materiil maupun moril kepada penulis, untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. **Allah SWT** atas limpahan karunia, petunjuk, kasih dan sayang-Nya yang luar biasa sehingga penulis begitu bersyukur dan bersemangat menyelesaikan proposal tesis hingga akhir.
2. **Ibu Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D.** selaku dosen pembimbing I dan Koordinator Program Studi Magister Manajemen yang telah memberikan ilmu, arahan, dan bimbingannya selama penulisan tesis ini.
3. **Bapak Muchsin Saggaff Shihab, M.B.A., Ph.D.** selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan ilmu, arahan, dan bimbingannya selama penulisan tesis ini.
4. **Bapak Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M., Ak** selaku dosen penguji dan Pembimbing Akademik yang telah memberikan ilmu, arahan, kritik dan saran yang membangun dalam penyelesaian tesis ini.
5. **Bapak Dr. Muhammad Ichsan Hadjri, S.T., M.M.** selaku Ketua Jurusan Manajemen.
6. **Bapak Prof. Dr. Mohamad Adam, S.E., M.E.** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.  
**Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si.** selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
7. **Bapak Sumarman Umar dan Ibu Ervy Thamara** selaku kedua orang tua penulis.
8. **Bapak Budi Waskito Utomo dan Eti Purwanti Darmariyanti** selaku mertua penulis.



9. **Istriku Fida Khansa serta anak-anakku tersayang Rafa Alfarezel dan Arkan Arzanka** yang setiap harinya memberikan dukungan kepada penulis sehingga tesis ini dapat terselesaikan.
10. **Bapak/Ibu dosen Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya**, terimakasih banyak atas waktu, ilmu dan pengetahuan yang luar biasa manfaatnya dan membimbing penulis melewati masa-masa studi di fakultas ini.
11. **Seluruh Staf Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya**, yang telah membantu selama masa perkuliahan baik dalam pengurusan dokumen maupun proses belajar-mengajar selama ini.
12. **Sahabat-sahabat dan teman-teman angkatan 54** yang telah memberikan banyak pelajaran, pengalaman, dan kenangannya.
13. **Bapak-Ibu Manajemen di PT. Bukit Asam, Tbk** khususnya di satuan kerja Penanganan dan Angkutan Batubara yang telah memberikan support dan kesempatan penelitian

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu atas segala motivasi dan dukungan yang diberikan selama proses perkuliahan hingga proses penyusunan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Saran dan kritik yang membangun sangat dibutuhkan agar penelitian di masa yang akan datang dapat menghasilkan hasil yang lebih baik lagi. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membutuhkan.

Palembang, 27 Desember 2024



Mohammad Reza Saputra

NIM 01012622327018

## ABSTRAK

### PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK DARI PT KERETA API INDONESIA (PERSERO) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT BUKIT ASAM, TBK

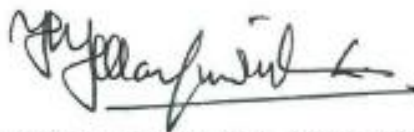
Oleh:

Mohammad Reza Saputra

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan kualitas produk PT Kereta Api Indonesia (Persero) terhadap kepuasan pelanggan PT Bukit Asam, Tbk. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan PT Bukit Asam Tbk yang memahami proses bisnis pengangkutan batubara PTBA dengan menggunakan kereta milik PT Kereta Api Indonesia (Persero). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan metode purposive sampling. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, persepsi harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan diharapkan PT Kereta Api Indonesia (Persero) mampu menyediakan armada kereta yang lebih banyak. Persepsi harga diharapkan dalam menentukan harga menjadi stabil. Kualitas produk, diharapkan PT Kereta Api Indonesia (Persero) perlu diperbaiki dan dipelihara secara berkala.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan**

Pembimbing I



Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D  
NIP 196703141993032001

Pembimbing II



Muchsin Saggaff Shihab, M.B.A., Ph.D  
NIDN 0417086002

Mengetahui,  
Koordinator Program Studi Magister Manajemen



Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D  
NIP. 196703141993032001

## ABSTRACT

### THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRICE PERCEPTION AND PRODUCT QUALITY FROM PT KERETA API INDONESIA (PERSERO) ON CUSTOMER SATISFACTION AT PT BUKIT ASAM, TBK

Author :

Mohammad Reza Saputra

*This study was conducted with the aim of determining the influence of service quality, price perception and product quality from PT Kereta Api Indonesia (Persero) on customer satisfaction at PT Bukit Asam, Tbk. The population in this study is employees of PT Bukit Asam Tbk who understand the business process of PTBA coal transportation using train owned by PT Kereta Api Indonesia (Persero). The sample used in this study was 100 respondents using the purposive sampling method. The results of the multiple linear regression analysis show that service quality, price perception and product quality have a positive and significant effect on customer satisfaction. The quality of service is expected for PT Kereta Api Indonesia (Persero) to be able to provide a larger fleet of train. Price perception is expected in determining prices to be stable. Product quality, it is hoped that PT Kereta Api Indonesia (Persero) needs to be repaired and maintained periodically.*

**Keywords: Product Quality, Service Quality, Price Perception, Customer Satisfaction**

Fist Advisor,



Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D  
NIP 196703141993032001

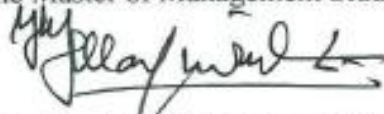
Second Advisor



Muchsin Saggaff Shihab, M.B.A., Ph.D  
NIDN 0417086002

Known by,

Coordinator of the Master of Management Study Program



Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D  
NIP. 196703141993032001



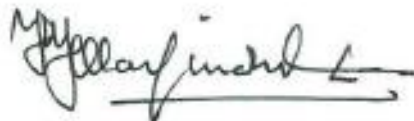
## SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

Kami dosen pembimbing tesis menyatakan bahwa abstrak dari mahasiswa:

Nama Mahasiswa : Mohammad Reza Saputra  
NIM : 01012622327018  
Fakultas : Ekonomi  
Program Studi : Magister Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Tesis : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan  
Kualitas Produk Dari PT Kereta Api Indonesia (Persero)  
Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Bukit Asam, Tbk

Telah kami periksa cara penulisan, grammar, maupun susunan tensesnya dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Pembimbing I



Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D  
NIP 196703141993032001

Pembimbing II



Muchsin Saggaff Shihab, M.B.A., Ph.D  
NIDN 0417086002

## RIWAYAT HIDUP SINGKAT



- Nama lengkap : Mohammad Reza Saputra, S.T.
- Jenis Kelamin : Laki-Laki
- Tempat/tanggal Lahir : Purwokerto / 9 Mei 1993
- Agama : Islam
- Warga Negara : Indonesia
- Alamat : Jl. Palm No. 38, Perumahan Township Tanah Putih PT Bukit Asam, Tbk. Kec. Lawang Kidul. Kab. Muara Enim, Sumatera Selatan
- No. Hp. / wa : 082220052696
- Nama istri : Fida Khansa
- Nama anak : 1. Rafa Alfarezel  
2. Arkan Arzanka
- Riwayat pendidikan
1. SD : SDN 81 Muara Bungo
2. SMP : SMPN 15 Yogyakarta
3. SMA : SMAN 9 Yogyakarta
4. Universitas (S1) : Universitas Islam Indonesia Yogyakarta (Fakultas Teknik Industri)
- Riwayat pekerjaan : PT. Bukit Asam Tbk



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TESIS.....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xi</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ABSTRAK.....</b>	<b>xii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP SINGKAT.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1. Manfaat Praktis.....	11
1.4.2. Manfaat Teoritis .....	11
<b>BAB II STUDI KEPUSTAKAAN .....</b>	<b>12</b>
2.1. Landasan Teori.....	12
2.1.1. Kepuasan Konsumen.....	12
2.1.1.1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	12
2.1.1.2. Dimensi Kepuasan Konsumen .....	14
2.1.2. Kualitas Pelayanan .....	18
2.1.2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	18

2.1.2.2.	Dimensi Kualitas Pelayanan.....	18
2.1.3.	Persepsi Harga.....	20
2.1.3.1.	Pengertian Harga.....	20
2.1.3.2.	Dimensi Harga.....	23
2.1.4.	Kualitas Produk.....	24
2.1.4.1.	Pengertian Kualitas Produk.....	24
2.1.4.2.	Dimensi Kualitas Produk.....	24
2.2.	Hubungan Antara Variabel dan Pengembangan Hipotesis.....	26
2.2.1.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	26
2.2.2.	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	27
2.2.3.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	27
2.3.	Penelitian Terdahulu.....	28
2.4.	Kerangka Konseptual Penelitian.....	45
2.5.	Hipotesis Penelitian.....	47
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>48</b>
3.1.	Rancangan Penelitian.....	48
3.2.	Definisi Operasional Variabel.....	48
3.3.	Jenis dan Sumber Data.....	49
3.3.1.	Jenis Data.....	49
3.3.2.	Sumber Data.....	50
3.4.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	50
3.4.1.	Populasi Penelitian.....	50
3.4.2.	Sampel Penelitian.....	50
3.5.	Metode Pengumpulan Data.....	51
3.6.	Uji Instrumen Penelitian.....	51
3.6.1.	Uji Validitas.....	52
3.6.2.	Uji Reliabilitas.....	52
3.7.	Analisis Data Penelitian.....	53
3.7.1.	Metode Transformasi Data.....	53
3.8.	Uji Asumsi Klasik.....	54

3.8.1. Uji Normalitas .....	54
3.8.2. Uji Multikolinieritas .....	55
3.8.3. Uji Heterokedastisitas.....	55
3.9. Analisis Regresi Linier Berganda .....	56
3.10. Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi ( <b>R<sup>2</sup></b> ).....	56
3.11. Uji Hipotesis.....	57
3.11.1. Uji F .....	57
3.11.2. Uji t .....	58
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	59
4.1.1. Tentang PT Bukit Asam, Tbk.....	59
4.1.2. Visi dan Misi PT Bukit Asam, Tbk.....	59
4.2. Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	60
4.2.1. Hasil Uji Validitas .....	60
4.2.2. Hasil Uji Reliabilitas .....	61
4.3. Gambaran Profil Responden Penelitian .....	62
4.4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian .....	63
4.4.1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X1) .....	63
4.4.2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Harga (X2) .....	65
4.4.3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X3) .....	66
4.4.4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	67
4.5. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	68
4.5.1. Hasil Uji Normalitas.....	68
4.5.2. Hasil Uji Multikolinieritas.....	70
4.5.3. Hasil Uji Heterokedastisitas .....	70
4.6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	71
4.7. Hasil Uji Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi ( <b>R<sup>2</sup></b> ).....	72

4.8.	Uji Hipotesis.....	73
4.8.1.	Hasil Uji F .....	73
4.8.2.	Hasil Uji t .....	74
4.9.	Pembahasan Hasil Penelitian .....	75
4.9.1.	Pengaruh Kualitas Pelayanan dari PT Kereta Api Indonesia (Persero) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Bukit Asam, Tbk .....	75
4.9.2.	Pengaruh Persepsi Harga dari PT Kereta Api Indonesia (Persero) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Bukit Asam, Tbk .....	77
4.9.3.	Pengaruh Kualitas Produk dari PT Kereta Api Indonesia (Persero) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Bukit Asam, Tbk .....	79
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>81</b>
5.1.	Kesimpulan.....	81
5.2.	Saran .....	81
5.3.	Keterbatasan Penelitian .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>83</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>87</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Realisasi Pengangkutan Batubara TMB-THN dan TMB-KPT Tahun 2023.....	4
Tabel 1.2	Biaya Pengangkutan Batubara TMB-THN dan TMB-KPT Tahun 2017-2021.....	6
Tabel 1.3	Jumlah Gerbong yang Mengalami Kerusakan Tahun 2023 .....	7
Tabel 2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1	Tabel Definisi Operasional Variabel.....	48
Tabel 3.2	Interpretasi Koefisien Korelasi (r).....	57
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas .....	60
Tabel 4.2	Hasil Uji Reliabilitas .....	61
Tabel 4.3	Profil Responden Penelitian .....	62
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Pada Variabel Kualitas Pelatihan (X1) .....	64
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Pada Variabel Persepsi Harga (X2) .....	65
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Pada Variabel Kualitas Produk (X3) .....	66
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Pada Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	67
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas.....	69
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinearitas .....	70
Tabel 4.10	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	71
Tabel 4.11	Hasil Uji Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi ( <b>R<sup>2</sup></b> ) ....	72
Tabel 4.12	Hasil Uji F .....	73
Tabel 4.13	Hasil Uji t .....	74



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian .....	46
Gambar 4.1 Grafik Histogram.....	68
Gambar 4.2 Normal Probability Plot .....	69
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	70

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 2. Profil Responden Penelitian .....	90
Lampiran 3. Hasil Tanggapan Responden Penelitian .....	91
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	95
Lampiran 5. Hasil Analisis Penelitian.....	97

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Industri transportasi dan logistik memegang peran vital dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, khususnya di negara-negara berkembang seperti Indonesia. Di Indonesia, sektor transportasi kereta api menjadi salah satu pilar utama dalam sistem transportasi nasional. PT Kereta Api Indonesia (Persero), sebagai perusahaan BUMN yang bergerak di bidang transportasi kereta api, memiliki tanggung jawab besar dalam menyediakan layanan transportasi yang andal, aman, dan efisien bagi masyarakat terutama bagi sektor industri untuk mendukung suplai dalam perdagangan.

Setiap industri dan perusahaan bersaing ketat dalam perdagangan bebas. Meningkatnya persaingan memaksa organisasi untuk terus memantau permintaan dan preferensi konsumen serta memberikan layanan yang lebih baik daripada pesaing untuk memuaskan pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah persepsi pembeli terhadap kinerja perusahaan yang relatif terhadap harapan mereka (Kotler & Keller, 2016). Sentimen ini muncul saat klien membandingkan ekspektasi mereka terhadap produk atau layanan dengan pengalaman sebenarnya. Kepuasan pelanggan akan memengaruhi perusahaan secara langsung dan tidak langsung. Setiap perusahaan ingin kebahagiaan pelanggan dapat bertahan. Bagi PT Kereta Api Indonesia (Persero), kepuasan pelanggan tidak hanya penting bagi konsumen individu tetapi juga bagi pelanggan

korporat seperti PT Bukit Asam, Tbk. Kepuasan pelanggan bergantung pada layanan, persepsi harga, dan kualitas produk. Keberhasilan PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam memenuhi harapan pelanggan bergantung pada ketiga faktor ini.

Pelanggan mengutamakan kualitas layanan saat memilih penyedia transportasi. Kualitas pelayanan mencakup berbagai aspek, mulai dari ketepatan waktu, kenyamanan, keamanan, hingga kemampuan perusahaan dalam menangani keluhan atau permasalahan yang dihadapi pelanggan. Bagi PT Kereta Api Indonesia (Persero), menjaga kualitas pelayanan menjadi tantangan tersendiri, terutama dalam konteks layanan yang melibatkan angkutan barang dalam jumlah besar dan jangka waktu pengiriman yang harus sangat presisi. Kualitas layanan yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan klien terhadap organisasi dan dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan jangka panjang.

Selain kualitas layanan, persepsi harga memengaruhi kepuasan pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap nilai terhadap harga disebut persepsi harga. Persepsi harga sangat penting dalam transaksi B2B (Business-to-Business) seperti antara PT Kereta Api Indonesia (Persero) dan PT Bukit Asam, Tbk karena memengaruhi biaya operasional pelanggan. Kepuasan pelanggan meningkat dengan harga yang kompetitif dan layanan berbasis nilai. Namun, harga yang tinggi atau layanan yang buruk dapat menimbulkan ketidakpuasan.

Kualitas produk, dalam hal ini, dapat diartikan sebagai kondisi fisik dan performa dari sarana dan prasarana yang digunakan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) untuk mendukung operasi transportasinya, seperti kondisi kereta api,

fasilitas pendukung, serta kehandalan layanan dalam hal teknis. Produk yang berkualitas tinggi akan memberikan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan, seperti ketepatan waktu, minimnya gangguan teknis, dan keselamatan dalam pengiriman barang. Dalam konteks ini, kualitas produk yang dimaksud tidak hanya mencakup kereta api itu sendiri, tetapi juga mencakup seluruh rangkaian layanan yang menyertainya.

Riset pemasaran dan manajemen telah meneliti bagaimana kualitas layanan, persepsi harga, dan kualitas produk memengaruhi kepuasan konsumen. Sebagian besar riset menunjukkan bahwa ketiga elemen ini memengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan. Memahami bagaimana ketiga aspek ini berinteraksi dan memengaruhi kepuasan pelanggan sangat penting bagi PT Kereta Api Indonesia (Persero) dan PT Bukit Asam, Tbk. Studi ini akan membantu PT Kereta Api Indonesia (Persero) meningkatkan layanan dan memenuhi persyaratan pelanggan korporat.

Studi ini meneliti kepuasan pelanggan terhadap layanan PT Bukit Asam, Tbk (Persero) dari PT Kereta Api Indonesia. Studi ini bertujuan untuk memperkuat dan menyederhanakan solusi layanan bagi PT Kereta Api Indonesia (Persero) dan membantunya tetap kompetitif dalam bisnis transportasi dan logistik di Indonesia.

Pada tahun 2024, PT Bukit Asam, Tbk selain menggunakan Kereta Api juga menggunakan kerja sama dengan PT Servo Lintas Raya (PT SLR) untuk laluan logistik batubara menuju SDJ Port, dimana PT SLR melakukan pengangkutan menggunakan Dump Truck. PT SLR menjadi salah satu alternatif PT Bukit Asam,



Tbk untuk melakukan pengangkutan Batubara untuk di distribusikan kepada konsumen.

Kepuasan pelanggan PT Bukit Asam, Tbk terhadap layanan dan produk PT Kereta Api Indonesia (Persero) dikaji dalam penelitian ini. Layanan, harga, dan kualitas produk memengaruhi kepuasan pelanggan dalam pengangkutan batu bara dari Unit Pertambangan Tanjung Enim ke Pelabuhan Tarahan dan Dermaga Kertapati. Kedua relasi tersebut mengangkut 32.423.156 ton pada tahun 2023.

**Tabel 1.1 Realisasi Pengangkutan Batubara TMB-THN dan TMB-KPT Tahun 2023**

Bulan	Tarahan			Kertapati			Total		
	Rencana	Realisasi	%	Rencana	Realisasi	%	Rencana	Realisasi	%
Jan	2.139.000	2.021.922	95%	595.000	550.196	92%	2.734.000	2.572.117	94%
Feb	1.974.000	1.937.473	98%	535.000	504.156	94%	2.509.000	2.441.629	97%
Mar	2.232.000	2.165.442	97%	595.000	575.580	97%	2.827.000	2.741.629	97%
Apr	2.160.000	1.973.716	91%	567.000	565.122	100%	2.727.000	2.538.838	93%
Mei	2.278.500	1.853.602	81%	585.900	593.649	101%	2.864.400	2.447.252	85%
Jun	2.205.000	2.153.316	98%	590.400	585.459	99%	2.795.400	2.738.776	98%
Jul	2.278.500	2.176.122	96%	595.000	595.894	100%	2.893.500	2.772.016	96%
Ags	2.278.500	2.194.158	96%	629.300	600.558	95%	2.907.800	2.794.716	96%
Sep	2.230.725	2.143.965	96%	575.000	551.560	96%	2.805.725	2.695.525	96%
Okt	2.305.083	2.290.165	99%	595.000	612.558	103%	2.900.083	2.902.723	100%
Nov	2.230.725	2.216.397	99%	618.750	618.901	100%	2.849.475	2.835.298	100%
Des	2.305.083	2.304.466	100%	620.310	638.778	103%	2.925.393	2.943.244	101%
<b>TOTAL</b>	<b>26.617.116</b>	<b>25.430.744</b>	<b>96%</b>	<b>7.101.660</b>	<b>6.992.412</b>	<b>98%</b>	<b>33.718.776</b>	<b>32.423.156</b>	<b>96%</b>

Sumber: Data Internal PT Bukit Asam, Tbk, 2024

Berdasarkan data pada Tabel 1.1 menunjukkan pengangkutan Batubara di PT Bukit Asam, Tbk pada tahun 2023 ke wilayah operasi Pelabuhan Tarahan sebesar 25.430.744 Ton dan menuju Dermaga Kertapati sebesar 6.992.412 Ton atau secara total yaitu sebesar 32.423.156 Ton. Selain itu dalam melakukan pengangkutan batubara terdapat kualitas layanan yang tidak sesuai yang diharapkan oleh pelanggan, persepsi harga yang mengalami peningkatan, dan kualitas produk yang tidak sesuai.

Kualitas layanan merupakan penilaian pelanggan terhadap keunggulan atau kekhasan suatu produk atau layanan secara keseluruhan (Parasuraman dkk., 2019).

Pelanggan akan mengulas layanan jika mereka puas dengan barang atau layanan yang mereka terima. Pelanggan akan membeli dari Anda lagi dan memberi tahu teman-teman mereka tentang bisnis Anda jika mereka puas dengan transaksi mereka. Karena pelanggan yang puas dianggap penting bagi kelangsungan hidup jangka panjang dan keunggulan kompetitif perusahaan, sangat penting bagi bisnis untuk mengutamakan layanan pelanggan dengan selalu mencari cara untuk meningkatkannya (Tjiptono, 2019). Dari lokasi penelitian yang dilakukan di Unit Pertambangan Tanjung Enim, Pelabuhan Tarahan dan Dermaga Kertapati terdapat ketidaksesuaian layanan Angkutan Batubara yang diberikan selama tahun 2023 dengan rincian sebagaimana table 1.1 dimana tabel tersebut menunjukkan ketidaksesuaian layanan Angkutan Batubara yang diberikan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) kepada PT Bukit Asam, Tbk. Pada data tersebut dapat dilihat bahwa terdapat ketidaktercapaian Angkutan Batubara sebesar 1.295.620 Ton atau kurang 4% dari yang direncanakan oleh PT Bukit Asam, Tbk.

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan dan persepsi mereka terhadap harga. Estimasi konsumen terhadap nilai barang atau jasa dalam kaitannya dengan uang yang mereka belanjakan untuk barang atau jasa tersebut dikenal sebagai "persepsi harga" (Kotler & Armstrong, 2019). Sebagai sebuah jasa, penjual menagih pembayaran dari pelanggan, dan jelas bahwa penjual berusaha untuk mendapatkan keuntungan dari transaksi ini. Pelanggan biasanya mempertimbangkan kesesuaian manfaat produk saat menentukan harga. Setiap orang memiliki serangkaian keadaan dan pengalaman unik mereka sendiri yang memengaruhi kesan mereka terhadap harga suatu produk, oleh karena itu sulit

untuk menggeneralisasi tentang berapa harga suatu barang. Baik nilai nominal produk maupun kesan subjektif pembeli terhadap nilai tersebut memengaruhi keputusan penetapan harga akhir (Kotler & Keller, 2018). Berdasarkan data biaya Angkutan Batubara pada tahun 2017-2021 terdapat kenaikan signifikan pada biaya Angkutan Batubara dengan rincian sebagaimana pada table dibawah ini

**Tabel 1.2 Biaya Pengangkutan Batubara TMB-THN dan TMB-KPT Tahun 2017-2021**

Tahun	Volume Angkutan		Total	% Kenaikan Angkutan	Kenaikan Biaya Angkutan	
	Tarahan	Kertapati			% Tarahan	% Kertapati
2017	18.261.978	3.101.352	21.363.330	-	-	-
2018	19.670.164	3.017.087	22.687.251	6%	2,7%	2,7%
2019	20.783.148	3.458.856	24.242.004	7%	2,8%	3,1%
2020	18.226.112	5.571.503	23.797.616	-2%	3,4%	3,5%
2021	20.053.106	5.365.858	25.418.964	7%	3,7%	3,8%

Sumber: Data Internal PT Bukit Asam, Tbk, 2024

Pada Tabel 1.2 menunjukkan biaya pengangkutan Batubara di PT Bukit Asam, Tbk tahun 2017 sampai dengan tahun 2021 baik ke Pelabuhan Tarahan maupun Dermaga Kertapati. Data tersebut menjelaskan bahwa biaya Angkutan mengalami peningkatan setiap tahunnya, sedangkan volume Angkutan baik ke Pelabuhan Tarahan maupun Dermaga Kertapati belum tentu mengalami kenaikan seperti yang terjadi pada tahun 2020 dimana Angkutan tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 2% dibandingkan tahun 2019.

Pemasar berfokus pada kualitas produk kemampuannya untuk menjalankan fungsi yang dimaksudkan saat mengiklankan suatu produk (Kotler & Armstrong, 2015). Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk yang mereka anggap memuaskan. Pilihan pembelian akan terjadi setelah pembeli memilih produk yang memenuhi kebutuhan mereka secara memadai (Monalisa, 2015). Kualitas produk berfungsi sebagai keunggulan kompetitif dalam

memenuhi tuntutan konsumen. Jika tidak memenuhi spesifikasi, produk akan ditolak. Adapaun kualitas produk yang diberikan PT Kereta Api Indonesia kepada PT Bukit Asam, Tbk pada tahun 2023 terdapat ketidaksesuaian produk dimana terdapat beberapa gerbong yang mengalami kerusakan sehingga jumlah gerbong pada Trainset yang datang ke lokasi Unit Pertambangan Tanjung Enim tidak sesuai dengan kesepakatan.

**Tabel 1.3 Jumlah Gerbong yang Mengalami Kerusakan Tahun 2023**

No	Bulan	Looses Gerbong		
		Tarahan	Kertapati	Total
1	Januari	4	132	136
2	Februari	13	68	81
3	Maret	14	23	37
4	April	8	29	37
5	Mei	10	74	84
6	Juni	16	47	63
7	Juli	3	79	82
8	Agustus	10	74	84
9	September	4	103	107
10	Oktober	-	71	71
11	November	2	22	24
12	Desember	1	36	37
<b>TOTAL</b>		<b>85</b>	<b>758</b>	<b>843</b>

Sumber: Data Internal PT Bukit Asam, Tbk, 2024

Berdasarkan tabel 1.3 dapat dilihat jumlah gerbong yang rusak pada tahun 2023. Pada tabel tersebut menunjukkan gerbong yang rusak untuk Angkutan yang menuju Pelabuhan Tarahan sebesar 85 gerbong dan untuk Angkutan yang menuju Dermaga Kertapati mencapai 843 gerbong.

Penelitian ini mengkaji tentang kualitas layanan, persepsi harga, dan kualitas produk. Kualitas layanan: apakah PT Kereta Api Indonesia (Persero) memenuhi harapan pelanggan untuk PT Bukit Asam, Tbk. Pada persepsi harga, dimana harga yang ditetapkan untuk jasa angkutan batubara menggunakan gerbong

dari PT Kereta Api Indonesia (Persero) mengalami peningkatan harga di setiap tahunnya. Selain itu juga pada kualitas produk yang dilihat dari kondisi jumlah gerbong kereta yang tersedia, dimana gerbong ini sering datangnya tidak sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan/dipesan dikarenakan sering adanya gangguan pada gerbong tersebut. Hal ini berdampak dengan target pengiriman batubara dari PTBA menjadi terhambat. Peneliti akan mengkaji kualitas layanan, persepsi harga, dan kualitas produk dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen. Dari rumusan masalah, topik penelitian adalah bagaimana PT Kereta Api Indonesia (Persero) dan PT Bukit Asam, Tbk memengaruhi kepuasan konsumen melalui kualitas layanan, persepsi harga, dan kualitas produk. Penelitian ini menemukan bahwa kualitas layanan, persepsi harga, dan kualitas produk memengaruhi kepuasan konsumen secara berbeda.

Penelitian sebelumnya telah meneliti bagaimana kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan. Penelitian dari Connie (2023); Ifeoma (2023); Yang (2022); Antara (2022); Chuenyindee (2022); Dam & Cuong (2021); Tran & Le (2020); Sofyan (2019); Novrianda (2018); Fatini & Dewi (2017); Zulaikha (2015); Runtunuwu (2015) menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian dari Alvino (2020); Reynard & Ariyani (2020); Kalam & Roostika (2019) menunjukkan hasil yang bervariasi, khususnya bahwa kualitas layanan memberikan pengaruh yang baik namun kecil terhadap kepuasan konsumen.

Faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah persepsi harga. Penelitian dari Bernarto (2022); Alzoubia (2020); Alvino (2020); Keloay

(2019); Fiazisyah & Purwidiani (2018); Wijaya (2018) menunjukkan bahwa harga memberikan pengaruh yang menguntungkan dan besar terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian dari Sari (2019); Novrianda (2018); Pramana (2018) menunjukkan bahwa harga memberikan pengaruh negatif dan besar terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan hasil yang berbeda ditunjukkan pada hasil penelitian dari Sofyan (2019); Nasirudin (2018) menunjukkan bahwa harga memberikan pengaruh yang menguntungkan namun kecil terhadap kepuasan konsumen.

Faktor ketiga yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas produk. Penelitian dari Satri., Zakaria W., Muchsin, S., Marlina, W. (2021); Chang & Cher-Min (2020); Keloay (2019); Maramis (2018); Fatini & Dewi (2017) menunjukkan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian yang berbeda ditunjukkan pada penelitian yang dilakukan dari Fiazisyah & Purwidiani (2018) dan Runtunuwu (2015) yang menunjukkan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian dari Zulaikha (2015) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini akan melakukan pengujian tambahan terhadap data empiris mengenai kualitas layanan, persepsi harga, dan kualitas produk sebagai variabel independen yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Latar belakang tersebut mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Dari PT Kereta Api**

## **Indonesia (Persero) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Bukit Asam, Tbk”.**

### **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dari PT Kereta Api Indonesia (Persero) terhadap kepuasan pelanggan pada PT Bukit Asam, Tbk?
- 2) Bagaimana pengaruh persepsi harga dari PT Kereta Api Indonesia (Persero) terhadap kepuasan pelanggan pada PT Bukit Asam, Tbk?
- 3) Bagaimana pengaruh kualitas produk dari PT Kereta Api Indonesia (Persero) terhadap kepuasan pelanggan pada PT Bukit Asam, Tbk?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang telah ditetapkan dalam penelitian, maka tujuan penelitian ini mencari bukti empiris dengan cara menganalisis antara lain sebagai berikut:

- 1) Pengaruh kualitas pelayanan dari PT Kereta Api Indonesia (Persero) terhadap kepuasan pelanggan pada PT Bukit Asam, Tbk.
- 2) Pengaruh persepsi harga dari PT Kereta Api Indonesia (Persero) terhadap kepuasan pelanggan pada PT Bukit Asam, Tbk.
- 3) Pengaruh kualitas produk dari PT Kereta Api Indonesia (Persero) terhadap kepuasan pelanggan pada PT Bukit Asam, Tbk.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

### **1.4.1. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian yang ada diharapkan dapat digunakan oleh manajemen perusahaan PT Bukit Asam, Tbk dan pemilik usaha, terutama sebagai bahan evaluasi dalam pengambilan keputusan dimasa yang akan datang.

### **1.4.2. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi bagi bidang manajemen pemasaran dengan menambah wawasan, pengetahuan, dan referensi bagi penelitian selanjutnya, khususnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kualitas produk PT Kereta Api Indonesia (Persero) terhadap kepuasan pelanggan PT Bukit Asam, Tbk serta menjadi referensi bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian sejenis dimasa yang akan datang.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ajaleen, Y. S. Al. (2023). The Effect of Service Quality on Customer Satisfactions in Jordanian Telecommunications Companies. *Social Science Journal*.
- Ali, B. J., & Gardi, B. (2021). Hotel Service Quality: The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hospitality. *International Journal of Engineering, Business and Management (IJEEM)*, Vol. 5 (3)(ISSN: 2456-8678).
- Alvino, G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Karoeseri Kandang Elf). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Alzoubia, H., Alshuridehb, M., & Kurdic, B. Al. (2020). Do Perceived Service Value, Service Quality, Price Fairness and Service Recovery Shape Customer Satisfaction and Delight? A Practical Study in The Service Telecommunication Context. *Uncertain Supply Chain Management*, Vol. 8, 579–588.
- Antara, I. M. R. S. (2022). The Influence of Brand Image, Sales Promotion and Quality of Service on Customer Satisfaction Car Rental Service. *European Journal of Business and Management Research*.
- Apriliani, N. L. P., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Water Garden Hotel Candidasa Bali. *Jurnal Emas*, Vol. 3 (3)(E-ISSN: 2774-3020).
- Bernarto, I. (2022). The Effect of Price, Brand Image, and Perceived Value on Satisfaction. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, Vol. 6 (1)(ISSN: 2579-7298).
- Chang, N.-J., & Cher-Min. (2020). Impact of Product Quality and Brand Image on Customer Satisfaction. *African Journal of Business Management*, Vol. 4, 2836–2844.
- Chao, R.-F., & Wu, T.-C. (2020). The Influence of Service Quality, Brand Image on Customer Satisfaction for Private Karaoke Rooms in Taiwan. *The Journal of Global Business Management*, Vol. 11.
- Chuenyindee, T. (2022). Public Utility Vehicle Service Quality and Customer Satisfaction in The Philippines During The COVID-19 Pandemic. *Journal Utilities Policy*, Vol. 75.
- Connie. (2023). The Effect of Brand Image and Service Quality on Customer Satisfaction. *International Journal of Management*, Vol. 22, 325–339.
- Dam, S. M., & Cuong, T. (2021). Relationships Between Service Quality, Brand Image, Price, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, Vol. 8 (3), 0585–0593.

- Diputra, I. G. A. W. (2021). The Influence of Product Quality, Brand Image and Brand Trust on Customer Satisfaction. *American International Journal of Business Management (AIJBM)*, Vol. 4 (1)(ISSN-2379-106X), 25–34.
- Fatini, N. A., & Dewi, R. S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Vanaprastha Gedong Songo Park Kabupaten Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Fiazisyah, A., & Purwidiani, N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji KFC Basuki Rahmat Surabaya. *E-Journal Boga*, Vol. 7 (2), 168–187.
- Fida, B. A., & Ahmed, U. (2020). Impact of Service Quality on Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman. *Sage Journal International*, 1–10.
- Gaspersz, V. (2017). *Production Planning And Inventory Control*. PT Gramedia Pustaka Umum.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunardi, C. G. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku. *Jurnal Prologia*, Vol. 3 (2).
- Hair. (2010). *Multivariate Data Analysis* (Seventh Ed). Pearson Prentice Hall.
- Ifeoma, J., Catherine, C., & Etim, B. (2023). Service Quality and Customer Satisfaction of Online Retail Stores in Enugu, Nigeria. *International Journal of Business Systems and Economics*, Vol. 14(ISSN: 2360-9923), 24–34.
- Ishaq, M. I. (2020). Role of Brand Image, Product Quality on Customer Satisfaction. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, Vol. 4 (4), 89–97.
- Kalam, R., & Roostika, R. R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada “Warunk Upnormal” di Gejayan Yogyakarta. *Jurnal Universitas Islam Indonesia*.
- Keloay, G., Rumawas, W., & Asaloei, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh Wenang Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 8 (2)(ISSN: 2338-9605).
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Marketing an Intoducing Prentice Hall* (12th ed.). Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT Indeks.
- Kuncoro, M. (2018). *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi* (5th ed.). Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YPKN.
- Laili, R. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Label Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Body Lotion Citra (Studi Kasus Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, Vol. 8 (6)(ISSN: 2407-1935), 743–756.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 6 (3)(ISSN 2303-1174), 1658 – 1667.
- Monalisa, A. L., Suharyono, & Sunarti. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap International Brand Image serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pembeli dan Pengguna Laptop Lenovo di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Universitas Brawijaya*, Vol. 28.
- Nasirudin, M., Yulisetiari, D., & Suroso, I. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen dan Word of Mouth Perusahaan Conato di Jember. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Novrianda, H. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Performance*, Vol. 25, 28–35.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2019). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*.
- Pramana, H. A. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Warung Spesial Sambel UMS Solo). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Puasantika, J. M., & Prabawani, B. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada RM Ayam Goreng Bu Bengat. *Diponegoro Journal of Social and Politc*, 1–13.
- Rajasulochana, & Khizerulla, M. (2022). Service Quality In SBI: An Assessment of Customer Satisfaction on E-Banking Services. *Journal of Positive School Psychology*, Vol. 6 (6), 4585–4590.
- Reynard, N., & Ariyani, L. (2020). Analisis Kepuasan Konsumen Produk Rotiboy pada Daerah Kelurahan Pondok Labu, Jakarta Selatan. *Jurnal Pembangunan Nasional*.
- Runtuuwu, J. G., Oroh, S., & Taroreh, R. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Café dan Resto Cabana Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 2 (3)(ISSN 2303-1174), 1803–1813.
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.

- Sari, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Kasus Konsumen Bedak Marcks Pada Indomaret di Yogyakarta). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Satri, O., Zakaria, W., Muchsin, S., & Marlina, W. (2021). The influence of product and service quality on the consumer satisfaction in PT. Main Commercial Hospi Palembang Branch. *International Journal of Social Sciences*, Vol. 4 (2).
- Sedarmayanti. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Refika Aditama.
- Sofyan, C., Sepang, J. L., & Loindong, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wht's Up Café Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 7 (3)(ISSN 2303-1174), 4230–4240.
- Sondakh, C. (2019). Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, Vol. 3 (1), 19–32.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Andi.
- Tombeng, B., Roring, F., & Rumokoy, F. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Boci Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 7 (1)(ISSN 2303-1174), 891 – 900.
- Tran, V. D., & Le, N. M. T. (2020). Impact of Service Quality and Perceived Price on Customer Satisfaction and Behavioral Intentions: Evidence from Convenience Stores in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, Vol. 7 (9), 517–526.
- Wijaya, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Asosiasi Merek Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis Terapan*, Vol. 2 (1)(ISSN 2580-4928e), 1–16.
- Yang, K. F., Yang, H. W., Chang, W. Y., & Chien, H. K. (2022). The Effect of Service Quality, Brand Image on Customer Satisfaction. *International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management (IEEM)*.
- Zulaikha, I. M., Setyono, J., & Khilmi, S. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan, Store Image, Kualitas Produk, Lingkungan Belanja, dan Harapan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Swalayan As Gross Ar Royan Solo). *Jurnal Syariah Dan Hukum Islam*.