

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA,  
EMOSIONAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
TRANSPORTASI LRT DI KOTA PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Tridinanti**



**Disusun Oleh:**

**ADELA SAFTARI**

**NPM: 20.11.017**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TRIDINANTI**

**2024**

**UNIVERSITAS TRIDINANTI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

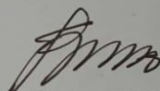
**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

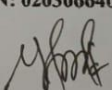
**UNIVERSITAS TRIDINANTI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Adela Saftari  
Nomor pokok/NIM : 2001110017  
Jurusan/prog.studi : Ekonomi/Manajemen  
Jenjang pendidikan : Strata 1  
Mata kuliah pokok : Manajemen Pemasaran  
Judul skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Emosional terhadap  
Kepuasan Konsumen Transportasi LRT di Kota Palembang

Pembimbing Skripsi

Tanggal 25-3-2024 Pembimbing I :   
Firdaus Sianipar, SE, M.M  
NIDN: 0203066401

Tanggal 23-3-2024 Pembimbing II :   
Dr. Yolanda Vevbitha, SE, M.Si  
NIDN: 0226028303

84/PS/DFEB/24

Mengetahui,

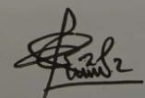
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Tanggal 1-April-2024

  
Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak.CA, CSRS  
NIDN: 0205026401

Ketua Program Studi

Tanggal 1-April-2024

  
Mariyam Zanariah, SE, M.M  
NIDN: 0222096301

**UNIVERSITAS TRIDINANTI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

**UNIVERSITAS TRIDINANTI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Adela saftari  
Nomor Pokok/NIM : 2001110017  
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata 1  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Emosional Terhadap  
Kepuasan Konsumen Transportasi LRT Di Kota Palembang

Penguji Skripsi:

Tanggal: 25-3-2024 ..... Ketua Penguji: Firdaus Sianipar, SE, M.M  
NIDN: 0203066401

Tanggal: 23-3-2024 ..... Penguji I: Dr. Yolanda Veybitha, SE, M.Si  
NIDN: 0226028303

Tanggal: 25-3-2024 ..... Penguji II: Suharti, S.E., M.M  
NIDN: 0220086501

Mengesahkan:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Tanggal: 1 April 2024  
Dr. Msv. Mikdal, SE, M.Si, Ak, CA, CSRS  
NIDN: 0205026401

Ketua Program Studi  
Tanggal: 1 April 2024  
Mariyam Zanariyah, SE, M.M  
NIDN: 0222096301

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

### PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Adela Saftari  
No pokok/NIM : 2001110017  
Jurusan Pendidikan : Manajemen (Strata 1)  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Judul skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Emosional Terhadap  
Kepuasan Konsumen Transportasi LRT di Kota Palembang

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan atau plagiat karya orang lain. Apabila ada dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima kosekuensi atau sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala kosekuensinya.

Palembang, 2021



Adela Saftari

## MOTTO

“Orang lain ga akan paham struggle dan masa sulit kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian success storiesnya aja, jadi berjuanglah untuk diri sendiri meskipun tidak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini. Dan untuk masa sulitmu, biarlah Allah SWT yang menguatkanmu. Tugasmu hanya berusaha agar jarak antara kamu dengan Allah SWT tidak pernah jauh”. -Anonymous

“It’s fine to fake it until make it, until you do, until it’s true”. -Taylor Swift

Ku persembahkan kepada:

- Kedua Orang Tuaku Papa dan Mama tercinta
- Saudari ku Mbak Ayu, Mamas, & Malik tersayang
  - Para Dosen pendidik yang ku hormati
  - Kepada Sahabat-sahabatku tersayang
- Terakhir untuk diriku sendiri yang aku banggakan.

## ABSTRAK

**ADELA SAFTARI. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi LRT Di Kota Palembang. (dibawah bimbingan Bapak Firdaus Sianipar, SE, M.Si dan Ibu Dr. Yolanda Veybitha, SE, M.Si).** Sistem Transportasi LRT adalah transportasi berbasis kereta Listrik yang dibutuhkan dalam perkembangan transportasi umum. LRT menjadi solusi untuk masalah kemacetan lalu lintas, juga memberikan kontribusi terhadap keberlangsungan perkotaan dengan memfasilitasi transportasi untuk warga Kota Palembang. Karena terdapat masalah persaingan yang ketat antara transportasi pribadi dan umum, untuk menciptakan kualitas pelayanan, pemberian harga yang efisien dan rasa emosional yang didapat oleh konsumen. Maka itu peneliti ingin mengetahui bagaimana kualitas pelayanan, harga, dan emosional yang diterapkan transportasi umum LRT ini agar dapat memenuhi kepuasan konsumen LRT. Metode yang digunakan penelitian ini dengan menyebarkan Kuisioner pada pengguna Transportasi LRT di Kota Palembang dalam 3 bulan terakhir yang diambil 100 Responden. Data dianalisis menggunakan Regresi Linier Berganda dengan dirumuskan menjadi 3 hipotesa, yang di uji dengan *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan menggunakan SmartPLS3.0, hasil uji hipotesa dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan Positif terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan nilai P-Value adalah  $0,000 \leq 0,05$ , sehingga disimpulkan terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen LRT di Kota Palembang. Sedangkan Harga Tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini ditunjukkan Nilai P-Value adalah  $0,415 \geq 0,05$  sehingga disimpulkan tidak terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen LRT di kota Palembang. dan Emosional berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen hal ini ditunjukkan nilai P-Value adalah  $0,39 \leq 0,05$ , sehingga disimpulkan terdapat pengaruh emosional terhadap pegawai LRT LRT di kota Palembang.

**Kata Kunci: Transportasi LRT, Kualitas Pelayanan, Harga, Emosional, Kepuasan Konsumen, Kota Palembang.**

## ABSTRAK

**ADELA SAFTARI. The Effect of Service Quality, Price, and Emotional on Customer Satisfaction of LRT Transportation in Palembang City. (under the guidance of Mr. Firdaus Sianipar, SE, M.Si, and Mrs. Dr. Yolanda Veybitha, SE, M.Si).** The LRT Transportation System is an Electric train-based transportation needed in the development of public transportation. LRT is a solution to the problem of traffic congestion and also contributes to urban sustainability by facilitating transportation for Palembang residents. Because there is a problem of intense competition between private and public transportation, to create quality service, efficient pricing, and emotional feelings obtained by consumers. Therefore, researchers want to know how the quality of service, price, and emotions are applied by LRT public transportation to meet LRT consumer satisfaction. The method used by this study was distributing questionnaires to LRT transportation users in Palembang City in the last 3 months taken by 100 respondents. The data was analyzed using Multiple Linear Regression by formulating 3 hypotheses, which were tested with Structural Equation Modeling (SEM) using SmartPLS3.0, the results of the hypothesis test from this study showed that Service Quality had a significant positive effect on Customer Satisfaction. This is shown by the P-value value is  $0.000 \leq 0.05$ , so it is concluded that there is an influence of Service Quality on LRT Consumer Satisfaction in Palembang City. While Price does not have a significant effect on Consumer Satisfaction. It is shown that the P-value is  $0.415 \geq 0.05$  so it is concluded that there is no effect of Price on LRT Consumer Satisfaction in Palembang. and Emotional has a significant effect on Consumer Satisfaction, this is shown by the P-Value value is  $0.39 \leq 0.05$ , so it is concluded that there is an emotional influence on LRT LRT employees in Palembang City.

**Keywords: LRT transportation, service quality, price, emotional, customer satisfaction, Palembang City.**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat, Petunjuk, dan Karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Dengan mengangkat judul skripsi **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi LRT”**. Berguna untuk memenuhi syarat dalam mendapatkan gelar kesarjanaan, yang sebagaimana telah di tetapkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti Palembang.

Dalam kesempatan ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan petunjuk dari beberapa pihak. Maka dari itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal AE., MS. Selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE.M.Si.Ak.CA.CSRS. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti Palembang.
3. Bapak Firdaus Sianipar, SE, M.M Selaku pembimbing I yang telah membantu dalam memberikan bimbingan guna penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Dr.Yolanda Veybitha, SE, M.Si Selaku pembimbing ke II yang telah membantu dalam memberikan bimbingan guna penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Dr. Djatmiko Noviantoro, SE, M.Si selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bantuan dan Ilmunya selama masa Studi.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Staf Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti Palembang yang selama ini telah memberikan bantuan dan Ilmunya selama masa Studi.
7. Pimpinan dan seluruh karyawan/i LRT pada PT. Kereta Api Indonesia (persero) Palembang yang telah memberikan bantuan kepada penulis untuk pengambilan data dan penelitian skripsi ini.
8. Untuk kedua orang tua, Mb Ayu, Mamas dan Abang Malik yang telah banyak memberikan kasih sayang, dukungan serta doa yang menjadi



motivasi dan semangat penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.

9. Untuk sahabat-sahabat penulis: Ka una, Ka deden, Bigpro, Ciwiciwi Sumber, dan sahabat-sahabat saya yang lain tidak bisa saya sebutkan 1 per 1 yang telah banyak membantu dan memberikan semangat kepada penulis selama menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman Angkatan 2020 yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang semoga sukses kedepannya.
11. Semua pihak yang terlibat dan bersangkutan dengan penulisan skripsi ini yang telah banyak membantu sehingga dapat tersusunnya skripsi ini dengan sebaik mungkin.
12. Dan terakhir untuk peneliti, Adela saftari terima kasih telah bertahan sejauh ini. Terima kasih karena telah berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, walaupun sering kali merasa putus asa atas apa yang telah di usahakan namun belum berhasil. Terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba, terima kasih karena memutuskan untuk tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikannya dengan sebaik-baiknya. Ini merupakan pencapaian yang patut untuk dirayakan diri sendiri. Berbahagia lah selalu dimanapun berada, apapun kurang dan lebih mu mari merayakan nya sendiri.

Akhir kata peneliti tidak lupa memohon maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat kata-kata yang salah dan menyinggung perasaan beberapa pihak dalam penulisan skripsi ini. Peneliti berharap bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang positif bagi perusahaan, masyarakat umum dan pembaca agar dapat memberikan beberapa pengetahuan bagi yang memerlukannya.

Palembang, 2024

Peneliti

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Manfaat Penelitian .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>
2.1 Kajian Teoritis.....	15
2.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen .....	15
2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen .....	16
2.1.3 Dimensi dan Indikator Kepuasan Konsumen .....	17
2.1.4 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen .....	17
2.1.5 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	18
2.1.6 Dimensi Kualitas Pelayanan .....	19
2.1.7 Indikator-indikator Kualitas Pelayanan .....	21
2.1.8 Pengertian Harga.....	21
2.1.9 Dimensi dan Indikator Harga.....	22
2.1.10 Metode Penetapan Harga .....	23
2.1.11 Pengetian Emosional.....	24

2.1.12 Dimensi-dimensi Emosional.....	25
2.1.13 Indikator-indikator Emosional .....	26
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu .....	27
2.3 Kerangka Berfikir .....	29
2.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen.....	29
2.3.2 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen .....	29
2.3.3 Pengaruh Emosional terhadap Kepuasan Konsumen.....	30
2.4 Hipotesis .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Tempat dan Waktu penelitian.....	32
3.2 Teknik dan Metode pengumpulan Data .....	32
3.3 Teknik pengambilan Sampel dan Populasi .....	33
3.4 Variabel Penelitian .....	35
3.5 Definisi Operasional Variabel .....	35
3.6 Teknik Analisis Data .....	41
3.6.1 Analisis Inferensial .....	43
3.6.2 Analisis Outer Model.....	46
3.6.3 Analisis Model Struktural Inner Model .....	47
3.6.4 Analisis Jalur Path .....	48
3.6.5 Hipotesa Statistik.....	49
3.7 Sistematika Penulisan .....	50
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>53</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan Balai Pengelola Kereta Api Ringan Sumatera selatan .....	53
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	53
4.1.2 Visi dan Misi Balai Pengelola Kereta Api Ringan Suamtera Selatan .....	54
4.2 Struktur Organisasi.....	56
4.2.1 Tugas Masing-masing Jabatan berdasarkan Struktur Organisasi Perusahaan.....	57

4.2.2 Pemangku Kepentingan ( <i>Stakeholder</i> ) di Perusahaan Balai Pengelola Kereta Api Ringan Sumatera Selatan .....	58
4.3 Deskripsi Identitas Responden.....	59
4.3.1 Jumlah Responden Berdasarkan Umur .....	59
4.3.2 Jumlah Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
4.4 Analisis Statistik Inferensial .....	61
4.4.1 Analisis Outer Model .....	61
4.4.2 Analisis Inner Model .....	68
4.5 Hasil Pembahasan .....	70
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>74</b>
5.1 Kesimpulan .....	74
5.2 Saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>77</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>80</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian .....	32
Tabel 3.2 Data Pengguna LRT Kota Palembang.....	33
Tabel 3.3 Pengukuran Skala Instrumen Penelitian.....	36
Tabel 3.4 Definisi dan Indikator Operasional Variabel.....	46
Tabel 3.5 Hipotesa Statistik.....	49
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Umur .....	63
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel 4.3 Loading Factor Model Final.....	67
Tabel 4.4 Perbandingan Nilai Discriminant Validity dan AVE .....	68
Tabel 4.5 Hasil Pemeriksaan Reabilitas Konstruk Berdasarkan Convergent Validity .....	68
Tabel 4.6 Cross Loading .....	69
Tabel 4.7 Path Coefficients .....	70
Tabel 4.8 Nilai R-Square.....	71

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pra survey kepuasan konsumen transportasi LRT dikota Palembang.....	4
Gambar 1.2 Pra survey Kualitas Pelayanan transportasi LRT dikota Palembang.....	6
Gambar 1.3 Pra Survey Harga Transportasi LRT dikota Palembang.....	7
Gambar 1.4 Pra survey Emosional transportasi LRT di kota Palembang .....	9
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	30
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Balai Pengelola Kereta Api Ringan Sumatera Selatan .....	58
Gambar 4.2 Full model setelah dikalkulasikan 1 .....	65
Gambar 4.3 Full model setelah dikalukasikan 2 .....	65
Gambar 4.4 Full model setelah dikalkulasikan 3 .....	66

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Sumatera Selatan, adalah Salah satu provinsi yang ada di Indonesia mengalami peningkatan transportasi yang cukup cepat dalam berapa tahun terakhir ini. Peningkatan ini telah membuat banyaknya transportasi umum bersaing untuk menambah atau mempertahankan konsumennya agar tetap dapat menggunakan transportasi umum dibanding menggunakan transportasi pribadi, Transportasi juga menjadi salah satu bagian peningkatan yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan seseorang. Karena itu terjadinya peningkatan yang signifikan terhadap jumlah keinginan transportasi disetiap tahunnya. (Prihatini, 2017:45).

Terdapat 3 bagian transportasi yaitu, transportasi darat, transportasi laut dan transportasi udara. Transportasi darat yaitu transportasi yang digunakan paling banyak dibandingkan transportasi laut maupun transportasi udara. Transportasi darat merupakan segala bentuk kendaraan yang menggunakan jalanan untuk membawa penumpang atau barang dari satu tempat ke tempat lainnya. beberapa jenis transportasi darat dalam kehidupan sehari-hari seperti motor, mobil, bus, kereta api dan lain sebagainya. Transportasi juga dapat digolongkan menjadi Transportasi pribadi dan transportasi umum. Transportasi pribadi yang dimaksud adalah transportasi yang dimiliki oleh seseorang untuk keperluan pribadi, seperti mobil pribadi, motor dan sepeda pribadi. Sedangkan

kendaraan umum yaitu kendaraan yang dibuat oleh pemerintah yang berkerja sama dengan perusahaan jasa angkutan yang dapat digunakan masyarakat umum dengan memungut biaya tertentu seperti bus, kereta api, ojek online ataupun taxi.

Namun, karena banyaknya kendaraan pribadi yang ada tentu dapat menimbulkan beberapa permasalahan yang salah satunya adalah kemacetan lalu lintas. Pemerintah harus menyediakan transportasi umum yang sesuai dengan tingkat kebutuhan masyarakat yang dapat memberikan kepuasan pada konsumen terhadap transportasi umum tersebut seperti dalam hal kualitas pelayanan transportasi yang baik, fasilitas yang nyaman, biaya yang dapat dijangkau serta proses yang mudah untuk digunakan konsumen. Karena pada kendaraan pribadi telah memiliki keunggulan yang lebih dari transportasi umum, seperti kualitas pada kendaraan dan juga mudah untuk menjangkau berbagai tempat yang diinginkan dan penghematan waktu.

Karena keunggulan ini, banyak dari pengguna kendaraan pribadi yang tidak terlalu memikirkan bahwa terdapat masalah seperti kemacetan, polusi udara, dan pemanasan global menjadi hambatan bagi beberapa orang seperti pejalan kaki, pesepeda, dan juga penyandang disabilitas. Sementara transportasi umum seperti angkutan umum, bus, dan LRT hanya beroperasi pada satu tempat saja atau hanya di wilayah tertentu saja. Saat ini pemerintah berharap adanya perubahan perilaku masyarakat untuk menggunakan kendaraan pribadi yang lebih rendah dan mendorong mereka untuk menggunakan sarana transportasi umum yang disediakan oleh pemerintah.



Kepuasan konsumen sangat penting untuk kelangsungan hidup perusahaan. Salah satu yang menjadi faktor penting dalam menentukan kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan, harga, dan emosional. Konsumen akan puas jika kualitas pelayanan yang diterimanya memenuhi atau melebihi harapannya. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau tidak senang serta penilaian setiap konsumen terhadap hasil kinerja yang didapatkan dari jasa yang digunakan yang akan dibandingkan dengan cara melihat kondisi yang dirasakan langsung konsumen dengan kondisi yang diharapkan konsumen berdasarkan kebutuhan, persyaratan, dan keinginan tersebut. Menurut (Eboli, 2021:220) Jika mengacu pada tingkat kualitas, kepuasan adalah perbandingan dari “kualitas yang dicari” dengan “kualitas yang dirasakan” dari sudut pandang konsumen.

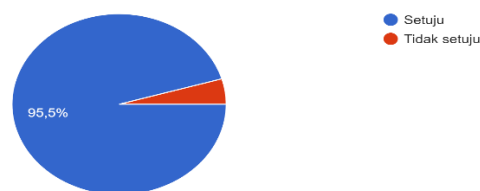
Terdapat lima faktor utama yang dapat diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan kepuasan konsumen yakni: (a) Kualitas produk, konsumen akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas. (b) Kualitas pelayanan, konsumen akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang dia harapkan. (c) Emosional, konsumen akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum terhadapnya apabila memakai produk atau menggunakan jasa tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. (d) Harga, konsumen akan merasa senang jika mendapatkan produk atau menggunakan jasa dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif rendah. (e) Biaya, konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu

membuang waktu untuk dapat membeli produk atau menggunakan jasa, maka pelanggan akan cenderung merasa puas.

Kepuasan konsumen juga telah menjadi sesuatu yang banyak dibahas di berbagai bidang, termasuk dalam bidang manajemen transportasi. Konsumen berharap dapat di berikan kualitas pelayanan yang terbaik pada jasa transportasi umum tersebut. Konsumen akan terus menilai Bagaimana cara perusahaan memberikan fasilitas yang memadai atau bagaimana cara Pegawai perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan ekspektasi mereka.

Jika dilihat dari data pra survey “kepuasan Konsumen” pada layanan jasa transportasi LRT di kota Palembang yang disebar pada 22 responden ini 95,5% mengatakan setuju jika kepuasan konsumen pada transportasi LRT ini sudah sangat baik atau sudah membuat konsumen merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh perusahaan transportasi LRT seperti yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

7. Apakah transportasi lrt di kota Palembang secara keseluruhan dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen dengan memberikan pelayanan ...ilitas yang sesuai dengan harapan konsumen?  
22 jawaban



**Gambar 1.1** Pra survey Kepuasan Konsumen Transportasi LRT dikota Palembang

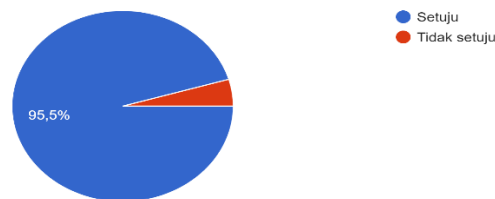
Beberapa faktor juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen seperti salah satunya Kualitas pelayanan yang sangat penting pada industri barang dan jasa, termasuk pada jasa transportasi. Kualitas pelayanan terbaik merupakan

suatu profit strategi yang dapat meningkatkan lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, ataupun menghindari perginya konsumen lama, serta dapat menciptakan keunggulan khusus yang tidak hanya bersaing dari segi harga tetapi dapat bersaing pada segi kualitas pelayanan. kualitas pelayanan adalah ukuran yang dapat melihat seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu menyesuaikan dengan ekspektasi konsumen. (Tjiptono, 2016:95).

Kualitas pelayanan dapat dinilai dengan membandingkan kualitas yang diterima konsumen dari perusahaan dengan pelayanan yang diharapkannya. Apabila pelayanan yang diterima dirasa sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen tersebut maka kualitas pelayanan dapat dinilai baik dan memuaskan. Namun sebaliknya jika pelayanan yang diterima dirasa tidak sesuai dengan yang diharapkan konsumen maka kualitas pelayanan suatu jasa tersebut tidak dapat dinilai baik atau memuaskan. Keberhasilan suatu perusahaan sangat berpengaruh bagaimana perusahaan tersebut memberikan kualitas pelayanan yang dapat membuat pelanggan puas. Perusahaan sebagai individu dalam suatu sistem memfokuskan kegiatannya kepada konsumen pengguna jasa, agar dapat lebih efektif dan efisien dalam menjalankan kegiatan penyedia jasa yang berkualitas sesuai dengan harapan konsumen. Ada beberapa aspek yang terdapat pada kualitas pelayanan dikenal sebagai TERRA yaitu, Tangibles (berwujud), Empathy (empati), Reliability (kehandalan), Responsiveness (daya tanggap), Assurance (jaminan).

Seperti yang dapat dilihat dari data pra survey “Kualitas Pelayanan” pada transportasi LRT di kota Palembang yang disebar pada 22 responden 95,5% mengatakan setuju bahwa kualitas pelayanan yang ada pada transportasi LRT di kota Palembang ini sudah dapat memenuhi ekspektasi konsumen yang menggunakan layanan jasa transportasi tersebut. Seperti yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

1. Menurut anda apakah kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan transportasi lrt dikota Palembang sudah sangat baik dan dapat sangat m...men dalam menggunakan layanan jasa tersebut?  
22 jawaban



**Gambar 1.2 Pra Survey Kualitas Pelayanan pada transportasi LRT dikota Palembang**

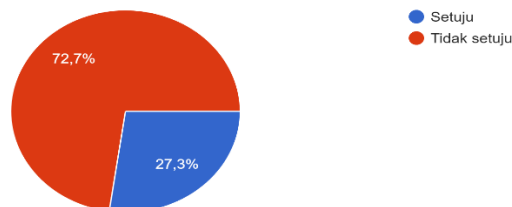
Faktor lain yang menjadi pertimbangan dalam hal kepuasan konsumen yakni harga. Menurut (Tjiptono, 2019:151) harga satuan moneter atau ukuran lainnya yang di tukar agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Harga adalah cerminan dari nilai, karena jika harga tidak sesuai maka akan memunculkan persepsi produk atau jasa yang kurang berkualitas, jika harga produk atau jasa yang tinggi memunculkan persepsi produk atau jasa yang berkualitas. Tetapi ada juga beberapa konsumen yang lebih merasa puas apabila memiliki produk atau menggunakan jasa yang kualitasnya sama dengan harga yang lebih rendah. Harga menjadi salah satu yang harus diperhatikan oleh suatu perusahaan. konsumen akan terlebih dahulu melihat harga yang dibuat oleh

perusahaan pada produk atau jasa sebelum membeli ataupun menggunakannya, harga juga merupakan faktor yang menjadi pertimbangan bagi konsumen.

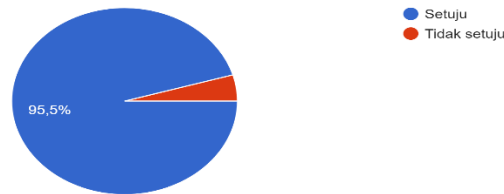
Konsumen memiliki beberapa pandangan yang berbeda dalam melihat suatu harga yang ditetapkan diatas harga pesaing dipandang mencerminkan kualitas yang lebih baik atau mungkin juga dipandang sebagai harga yang terlalu mahal, sementara harga yang ditetapkan dibawah harga produk pesaing akan dipandang sebagai produk yang murah atau dipandang sebagai produk yang berkualitas rendah. Namun beberapa konsumen juga tidak mempermasalahkan harga mahal apabila apa yang didapatkan sesuai dengan harga yang telah dibayarkan.

Berdasarkan data pra survey untuk “harga” pada transportasi umum LRT di kota Palembang ini mendapatkan respon 72,7% dari 22 responden, mengatakan bahwa transportasi umum LRT jarang memberikan diskon kepada pengguna namun untuk penetapan harga yang diberikan perusahaan transportasi LRT ini sudah sangat pas dilihat dari data konsumen yang setuju dengan harga yang diberikan ada 95,5% dapat dilihat dari gambar dibawah ini:

4. Apakah perusahaan transportasi lrt dikota Palembang memberikan kemudahan dalam metode pembayaran pembelian tiket dan banyak memberik...skon atau potongan harga kepada konsumennya?  
22 jawaban



3. Menurut anda apakah harga yang ditetapkan oleh perusahaan jasa layanan transportasi lrt di kota Palembang sudah terjangkau dan sesuai dengan manfaat nya?  
22 jawaban



**Gambar 1.3 Pra survey harga transportasi LRT dikota Palembang.**

Selanjutnya selain harga, faktor yang menjadi pertimbangan kepuasan konsumen yakni emosional. Emosional bisa dikatakan sebagai pendorong kepuasan konsumen, ketika seorang konsumen dapat meluapkan perasaan dalam suatu keadaan, seperti timbulnya rasa kegembiraan pada seorang konsumen saat merasakan sebuah keinginan dan kebutuhannya telah tercapai.

Emosi memiliki peran penting dalam mewujudkan kepuasan konsumen. Berdasarkan hal ini ketika konsumen merasakan senang, percaya diri, dan bangga terhadap apa yang mereka beli maka rasa emosional mereka akan meningkat menjadi lebih baik dan dapat menimbulkan rasa kepuasan dalam diri seorang konsumen. Emosi tidak dapat dikatakan sebuah perilaku yang buruk, karena ketika seseorang merasa senang atau bahagia maka seseorang tersebut akan merasakan emosi yang positif.

Ada beberapa penunjang kepuasan konsumen yaitu hubungan emosional dan sikap, bukan sekedar perilaku. Kepuasan yang dirasakan konsumen ketika berhubungan dengan para pelaku bisnis sangat dipengaruhi oleh suatu emosi dari hubungan tersebut. Oleh karena itu pemerintah membuat transportasi umum LRT ini sebagai transportasi yang dapat menjadi alternatif pemecah masalah

pada sistem transportasi. LRT sendiri menggunakan jalur jalan rel yang karena itu pemerintah berharap dengan adanya LRT dapat mengatasi kemacetan yang terjadi pada masyarakat Kota Palembang. Banyaknya jumlah armada angkutan umum dengan kondisi tidak layak jalan juga dapat mengakibatkan kemacetan lalu lintas atau kecelakaan.

Seperti pada data pra survey emosional pada layanan jasa transportasi LRT di kota Palembang pada 22 responden yang menunjukkan bahwa 100% konsumen yang diberikan survey ini merasa senang dan ingin menggunakan kembali transportasi LRT tersebut. Seperti yang dilihat pada gambar dibawah ini:

5. Apakah anda sebagai konsumen merasa senang dan puas setelah menggunakan jasa layanan transportasi lrt di kota Palembang?  
22 jawaban



**Gambar 1.4 Pra Survey Emosional transportasi LRT di kota Palembang**

LRT adalah salah satu transportasi kereta cepat berbasis listrik dengan harga tiket terjangkau dan ekonomis. Sistem Transportasi Rel Ringan (LRT) telah menjadi alternatif penting untuk menjawab kebutuhan mobilitas warga Sumatera Selatan. Sistem Transportasi Rel Ringan (LRT) menjadi salah satu sarana transportasi massal yang dibutuhkan dalam perkembangan transportasi umum. LRT bukan hanya menjadi solusi untuk masalah kemacetan lalu lintas, tetapi juga memberikan kontribusi terhadap keberlangsungan perkotaan dengan memfasilitasi transportasi untuk warga kota Palembang. LRT telah menetapkan

tarif sebesar Rp.10.000 untuk perjalanan dari Stasiun Bandara SMB II menuju ke Stasiun DJKA. Sedangkan pada tarif kedua hanya akan dikenakan biaya Rp. 5.000 untuk semua stasiun, kecuali untuk pemberangkatan dari pangkal Stasiun SMB II ke tujuan akhir Stasiun DJKA. Perbedaan biaya ini didasarkan untuk mengetahui jarak dari stasiun yang akan ditempuh. Dengan harga tiket yang telah ditetapkan pemerintah menjamin keselamatan dan keamanan serta untuk resiko kecelakaan yang lebih kecil. (Putra, 2018).

LRT di resmikan pada tanggal 15 Juli 2018 dan beroperasi pada tanggal 1 Agustus 2018 dengan memiliki 13 stasiun pemberhentian yaitu stasiun pertama dimulai dari Stasiun Bandara Sultan Mahmud Badaruddin II, Stasiun Asrama Haji, Stasiun Punti Kayu, Stasiun RSUD Siti Fatima, Stasiun Garuda Dempo, Stasiun Demang, Stasiun Bumi Sriwijaya, Stasiun Dishub, Stasiun Cinde, Stasiun Ampera, Stasiun Polresta, Stasiun Jakabaring dan Stasiun DJKA tempat pemberhentian terakhir LRT. Diharapkan hadirnya moda transportasi baru ini akan memudahkan warga Palembang untuk dapat bepergian (Chandra, 2018).

Di samping itu, pengalaman pengguna LRT dalam hal menilai kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan LRT menjadi kunci keberhasilan pemerintah karena telah dapat menciptakan transportasi umum tersebut. Karena terdapat nya masalah persaingan yang ketat antara transportasi pribadi dengan transportasi umum, dan transportasi umum dengan transportasi umum dalam hal menciptakan kualitas pelayanan, pemberian harga yang efisien dan rasa emosional yang didapat oleh konsumen. Maka dari itu penulis ingin melihat



bagaimana kualitas pelayanan, harga, dan emosional yang di terapkan pada transportasi umum LRT ini untuk dapat memenuhi kepuasan konsumen LRT.

Dengan didasari pada pernyataan Manager Humas PT KAI Divre III (Aida Suryanti, 2023), yang mengatakan “Adapun Operasional LRT Sumsel dengan 94 perjalanan setiap hari nya, mulai pukul 05.06 - 20.43 Saat ini Rata-rata harian penumpang untuk weekday 7000-8000 dan utk weekend 12.540. Volume penumpang periode Januari sampai dengan 7 Juli 2023 sebanyak 1.301.213 penumpang. Yang berarti sudah banyaknya orang yang menggunakan jasa layanan transportasi LRT ini. Meski demikian, perlu dipahami pula bahwa adanya peluang juga selalu diiringi dengan risiko-risiko dan rintangan kegagalan yang akan dihadapi.

Karenanya perusahaan LRT perlu memahami hal yang dapat meningkatkan peluangnya untuk memperoleh lebih banyak lagi pengguna. Terlebih lagi, transportasi LRT tidak hanya beroperasi secara tunggal dalam transportasi umum berbasis rel ini, melainkan harus bersaing dengan berbagai penyedia layanan transportasi umum lainnya, Dalam hal ini, aspek yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan LRT adalah peningkatan kualitas layanan, harga, dan emosional yang menyangkut kepuasan konsumennya.

Adapun riset gap yang mengacu pada beberapa penelitian yang memperlihatkan hasil penelitian yang berbeda pada kualitas pelayanan, harga, dan emosional terhadap kepuasan konsumen seperti, (Susanto dan Otoluwa, 2020:135) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh bahwa kualitas pelayan positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut

hasil (Widyawati dan Faeni, 2021:17) kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. (Donovan dan Fadhillah, 2020:5) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (Fuadi dan Media, 2022:153) menyatakan bahwa emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Sedangkan kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan belanja busana secara daring. (Marida yulia ronasih dan hardani widhiastuti, 2021:119-120) menyatakan hasil penelitiannya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, faktor emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan teori, fenomena dan beberapa penelitian sebelumnya penulis tertarik membuat judul ini untuk mengetahui dan menganalisis lebih tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi LRT Di Kota Palembang”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan Teori dan Fenomena dalam latar belakang diatas maka Rumusan Masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Apakah ada Pengaruh secara Parsial Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi LRT di Kota Palembang?
2. Apakah ada Pengaruh secara Parsial Harga terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi LRT di Kota Palembang?

3. Apakah ada Pengaruh secara Parsial Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi LRT di Kota Palembang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Suatu penelitian dilakukan tentunya memiliki beberapa tujuan, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Pengaruh secara Parsial Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi LRT di Kota Palembang.
2. Untuk mengetahui Pengaruh secara Parsial Harga terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi LRT di Kota Palembang.
3. Untuk mengetahui Pengaruh secara Parsial Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi LRT di Kota Palembang.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan penelitian di atas, manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

#### **1. Manfaat Teoritis**

Agar dapat memberikan kontribusi kemajuan ilmu pengetahuan dalam bidang layanan jasa pada bidang transportasi umum dengan harapan dapat menambah manfaat wawasan dari informasi yang berobjek pada Kepuasan Konsumen transportasi LRT dan secara khusus berkaitan pada Kualitas Pelayanan, Harga, Emosional pada perusahaan LRT di Kota Palembang.

## **2. Manfaat Praktis**

### **a. Bagi perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi perusahaan pengelola transportasi LRT dan pemerintah untuk berusaha meningkatkan kualitas pelayanan, harga, emosional pada sistem transportasi umum LRT tersebut agar dapat memberikan kepuasan pada pengguna transportasi LRT di Kota Palembang.

### **b. Bagi peneliti selanjutnya**

Agar pembaca dapat lebih memahami hasil penelitian ini supaya nantinya diharapkan pembaca dapat menjadikan skripsi ini sebagai acuan penelitian yang bermanfaat dimasa yang akan datang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2018). *Manajemen pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Amirin, T. (2011). *Populasi Dan Sampel Penelitian 4: Ukuran Sampel Rumus Slovin*. Jakarta: Erlangga.
- Chandra, I. D. (2018). *Perancangan Brand Identity LRT (Light Rail Transit) Sebagai Transportasi modern di kota Palembang*. Diambil kembali dari kompas.com.
- Donovan, R., A., dan Fadhillah. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga terhadap kepuasan pelanggan hotel 101 suryakencana Bogor. *JIPKES*, 1-8.
- Eboli, L., & Gabriella, M. (2021). Customer Satisfaction as a Measure of Service Quality in Public Transport Planning. *International Encyclopedia of Transportation 13816*: 220–24. <https://doi.org/10.1016/b978-0-08-102671-7.10643-8>, 220-24.
- Fadhli. K., dan N.D. Pratiwi. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*., 603-612.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). Pemasaran jasa: strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan. *deepublish*, 7.
- Fuadi, S., dan L.A. Media. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada alfamart di kota metro. *Jurnal Manajemen diversifikasi*, 153-160.
- Ghozali, I. (2011). *Structural Equation Modelling Metode Alternatif Dengan PLS Edisi 3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan & Cholid. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa, Harga, Emosional terhadap Kepuasan pelanggan. MDP Student Conference.
- Husein, A. S. (2015). "Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan PLS dengan SmartPLS 3.0."
- Imam, g. (2014). *Structural Equation Modeling, metode alternatif dengan Partial Least Square (PLS) edisi 4*. Semarang: badan penerbit universitas diponegoro.
- Indra, F. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap kepuasan Pelanggan pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam.
- Ismanto, J. (2020). *manajemen pemasaran*. Tangerang selatan: unpam press.

- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2016:486). *A framework for marketing management, sixth edition*. england: pearson.
- Lestari, & Suryani, A. N. (2022). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap keputusan pembelian pembelian melalui aplikasi mobile shopee MDP student conference. 120-126.
- M, C. I. (2017). “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Faktor Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel The Sun Sidoarjo”. *Jurnal Bisnis Indonesia*, vol 8 no 1.
- Maimunah, s. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Konsumen Mie Liho Mie Kiro di Kecamatan Driyorejo, Gresik). *Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 1, No. 2*, 57-68.
- Marida yulia ronasih & hardani widhiastuti. (2021). kualitas pelayanan, faktor emosional dan persepsi harga terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen. 119-120.
- Murta & setiawan. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode analisis faktor. *Jurnal statistik dan matematika* <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/sm/article/view/2943/2280>, vol 1 no 2.
- Nurani, D., & Evianah. (2019). Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian produk baju secara online dan offline. *jurnal ekonomi manajemen akuntansi*, vol 15 no 2.
- Nurul, dan widhi. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, emosional terhadap kepuasan pelanggan toko jam tangan online classicwatches.idn. *Jurnal ilmu dan riset manajemen*, vol 12 no 7.
- Poliak, M., Poliakova, A., Mrnikova, M. dkk. (2017). The Competitiveness of Public Transport. *Journal of Competitiveness*, 35.
- Pourazad, N., Stocchi, L., & Pare, V. (2019). *Australasian Marketing Journal*, 2.
- Prihatin, Y. T., Mursito, B., & Wijayanti, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan faktor emosi terhadap kepuasan pelanggan di ud toko pelangi surakarta. *jurnal indonesian economics business and management research vol 1*, 103.
- Rahadi, D. r. (2023). *pengantar partial least squares SEM*. tasikmalaya jawa barat: lentera ilmu madani.

- Riska, Y. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Little White Cafe Kota Bandung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (ALMANA) vol 2 no 2*.
- Ritonga, H.M., dan D.P. Pane. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan pada HONDA IDK 2 Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 30-40.
- Ronasih, M. Y., & Widhiastuti, H. (2021). Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen. *PHILANTHROPY: Journal of Psychology*, 109.
- Solimun. (2013). *Structural Equation Modelling (SEM) lisrel dan amos*. Yogyakarta: penerbit ANDI.
- Sugiarto, S., & Octaviana, V. (2021). Service Quality (SERVQUAL) Dimensions on Customer Satisfaction: Empirical Evidence from Bank Study. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*. <https://doi.org/10.52970/grmapb.v1i2.103>, 93.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: alfabeta.
- Suja'i, I.S., dan F.H.Wafa. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Nextgrow Barbershop di Desa Pandean Kecamatan Durenan Kabupaten trenggalek. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia.*, 741-745.
- Sulistyaningrum, R.P., I. Widowati., dan Budiarto. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen The Kitchen of Raminten. *Jurnal Agrisociabus*, 62-68.
- Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Giant Dept Store Cabang BSD Tangerang. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan bisnis*, 7-13.
- Susanto, H.A., dan N.I.Otoluwa. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen pada PT. Astra Internasional TBK Honda cabang Maros. *Jurnal Brand vol 2*, 132-146.
- Tjiptono. (2019). *strategi pemasaran: prinsip dan pemasaran*. Yogyakarta: Andi.