

Universitas Katolik Santo Thomas

Repositori Unika Santo Thomas

<http://eprints.ust.ac.id>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB)
Program Studi Manajemen

Undergraduate Papers

Manik, Yabes Frengky Ferdian

2025

Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Banjar Setia Group Medan.

<http://eprints.ust.ac.id/id/eprint/904>

Downloaded from Repositori Institusi UST, Universitas Katolik Santo Thomas

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. BANJAR SETIA
GROUP MEDAN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh:

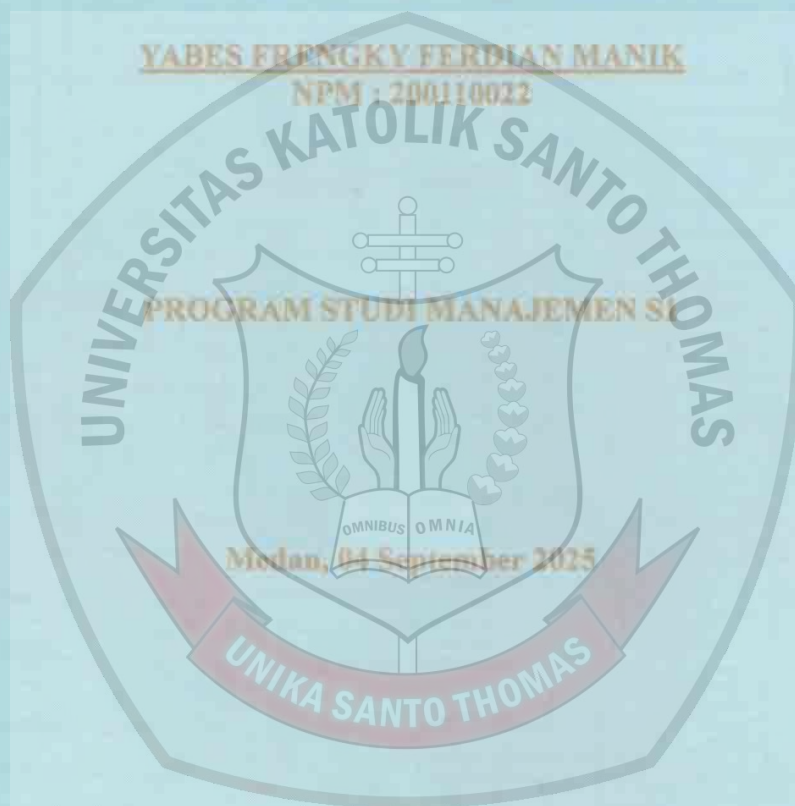
YABES FRENGKY FERDIAN MANIK
200110022

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS
MEDAN
2025**

PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. BANJAR SETIA
GROUP MEDAN**

YABES ERENGKY FERDIAN MANIK
NPM : 200110022



Disahkan Oleh
Ketua Program Studi



Dr. Miska Irani Br Tarigan, MM
NIDN : 0108108002

Disetujui Dosen
Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, which appears to be 'Roslinda Sagala'.

Dra. Roslinda Sagala, M.Si
NIDN : 0128106501

PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. BANJAR SETIA
GROUP MEDAN**

YABES FRENGKY FERDIAN MANIK

NPM : 200110022

PROGRAM STUDI MANAJEMEN SI

Medan, 04 September 2025

Penguji I

Penguji II

Dr. Miska Irani Br Tarigan, MM
NIDN: 0108108002

Esti Silalahi, SE., MM
NIDN : 0128097301

Ketua Penguji

UNIKA SANTO THOMAS

Dra. Roslinda Sagala, M.Si
NIDN : 0128106501

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi

Dr. Kornel Munthe
NIDN : 0130096702

Dr. Miska Irani Br Tarigan, MM
NIDN : 0108108002

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Yabes Frengky Ferdian Manik

NPM 200110022

Program Studi : Manajemen

Jenjang Program : Strata Satu

Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan

Konsumen Pada PT. Banjar Setia Group Medan.

Menyatakan bahwa yang tertulis didalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri bukan plagiat, baik sebagian ataupun seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik penelitian ilmiah.

Apabila kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil plagiat dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Medan, 04 September 2025

Penulis

Yabes Frengky Ferdian Manik

NPM:200110022

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Identitas

1. Nama : Yabes Frengky Ferdian Manik
2. Jenis Kelamin : Laki - Laki
3. Tempat/Tanggal lahir : Sitorang Jae, 21 Juli 1999
4. Agama : Kristen Protestan
5. Nama Ayah : Mannen Manik
6. Nama Ibu : Gomat Elisabeth Nababan
7. Alamat Orangtua : Sitorang Jae
8. Alamat Penulis : Jl. Pasar VII, Padang Bulan, Medan Selayang
9. Nomor HP : 0895625744544

II. Riwayat Pendidikan

1. 2006-2012 : SD Negeri 004 Bangun Purba
2. 2012-2015 : SMP Negeri 3 Bangun Purba
3. 2015-2018 : SMK Negeri 1 Bangun Purba
4. Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dari Universitas Katolik Santo Thomas Medan Tahun 2025

ABSTRAK

YABES FRENGKY FERDIAN MANIK. 200110022. (2025). “PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. BANJAR SETIA GROUP MEDAN”.

Pembimbing : Dra. Roslinda Sagala, M.Si

Skripsi ini membahas bagaimana pengaruh bauran pemasaran jasa (jasa, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik) terhadap kepuasan konsumen pada PT Banjar Setia Group Medan. Data ini diperoleh melalui survey penyebaran kuesioner yang diberikan pada 78 (tujuh puluh delapan) orang karyawan pada PT. Banjar Setia Group Medan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu rumus slovin, sedangkan analisis datanya yang digunakan adalah regresi liner berganda yang dilakukan dengan menggunakan bantuan software SPSS. Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan bantuan software SPSS diketahui $Y = 8,781 + 0,558X_1 - 0,416X_2 + 0,273X_3 + 418X_4 + 245X_5 + 222X_6 + 474X_7$. Variabel jasa, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Banjar Setia Group Medan. Sedangkan variabel harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Banjar Setia Group Medan. Nilai Koefisien Determinasi (R^2) = 72,1%, menunjukkan besarnya pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap kepuasan konsumen, sedangkan sisanya 27,9% dipengaruhi faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Dari hasil uji F diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 70.518 > F_{tabel} sebesar 2.14 dan nilai signifikan F sebesar $0,023 < \alpha(0,05)$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara simultan variabel bauran pemasaran jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Banjar Setia Group Medan.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran Jasa, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

YABES FRENGKY FERDIAN MANIK. 200110022. (2025). "THE EFFECT OF SERVICE MARKETING MIX ON CUSTOMER SATISFACTION AT PT. BANJAR SETIA GROUP MEDAN".

Supervisor: Dra. Roslinda Sagala, M.Si

This thesis discusses how the service marketing mix (service, price, place, promotion, people, process, and physical evidence) affects customer satisfaction at PT Banjar Setia Group Medan. This data was obtained through a survey distributing questionnaires given to 78 (seventy-eight) employees at PT Banjar Setia Group Medan. The sampling technique used is the slovin formula, while the data analysis used is multiple liner regression which is carried out using the help of SPSS software. The research method used in this research is quantitative analysis method. Based on the results of the analysis using the help of SPSS software, it is known that $Y = 8.781 + 0.558X_1 - 0.416X_2 + 0.273X_3 + 418X_4 + 245X_5 + 222X_6 + 474X_7$. Service variables, place, promotion, people, process, and physical evidence have a positive and significant effect on customer satisfaction at PT Banjar Setia Group Medan. Meanwhile, the price variable has a negative and significant effect on customer satisfaction at PT Banjar Setia Group Medan. The value of the Coefficient of Determination (R^2) = 72.1%, shows the influence of the service marketing mix on customer satisfaction, while the remaining 27.9% is influenced by other factors not included in this study.

From the results of the F test it is known that it is known that Fcount of 70.518 > Ftable of 2.14 and a significant value of F of 0.023 < α (0.05) so that H_0 is rejected and H_1 is accepted, meaning that simultaneously the service marketing mix variable has a positive and significant effect on customer satisfaction at PT. Banjar Setia Group Medan.

Keywords: *Service Marketing Mix, Customer Satisfaction*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang senantiasa menuntun sepanjang waktu sehingga di dalam kasih dan penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul "**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. BANJAR SETIA GROUP MEDAN**".

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan. Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dari beberapa pihak baik secara langsung maupun tidak langsung berupa moral maupun material. Penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Maidin Gultom, SH., M.Hum** selaku rektor Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
2. Bapak **Dr. Kornel Munthe**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
3. Ibu **Dr. Miska Irani Tarigan, S.Sos., M.M** selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
4. Ibu **Esli Silalahi, SE., M.Si** selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
5. Ibu **Dra. Roslinda Sagala, M.Si** selaku dosen Pembimbing skripsi penulis yang telah senantiasa meluangkan waktu, dukungan dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini selesai.

6. Ibu **Dr. Miska Irani Tarigan, S.Sos., M.M** selaku dosen penguji satu saya yang sudah memberikan saran, masukan dan dukungan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Ibu **Esli Silalahi, S.E., M.Si** selaku dosen penguji kedua saya yang sudah memberikan saran, masukan dan dukungan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Seluruh Dosen dan Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan yang telah memberikan pengetahuan dan pendidikan kepada penulis.
9. Seluruh Staff Pegawai PT. Banjar Setia Group Medan yang telah memberikan izin untuk melakukan riset penelitian pada PT. Banjar Setia Group Medan.
10. Kepada Tuhan Yesus Kristus Sang Juru Selamat, penulis mengucapkan terima kasih untuk segala berkat yang senantiasa diberikan. Terima kasih telah memberi semangat kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini dan tetap memberi kekuatan kepada penulis untuk terus maju.
11. Teristimewa orang tua penulis Ibu Gomat Elisabeth Nababan yang tidak pernah berhenti memberikan semangat, doa dan kasih sayang kepada penulis. Orang tua yang berhasil membuat penulis bangkit dari kata menyerah. Penulis sadar, bahwa skripsi ini adalah hasil dari kerja keras dan doa orang tua penulis.
12. Untuk saudara penulis, yang penulis panggil kakak Irma Marlina Manik A.Md dan adik penulis Sahala Kaleb Parningotan Manik, terimakasih telah selalu menyemangati penulis sampai akhir penulisan skripsi ini.

13. Yang tercinta Widya Gloria Br Karo, S.E, terimakasih telah menjadi penyemangat, pendengar keluh kesah, yang sudah banyak sekali memberikan segala dukungannya dalam berbagai bentuk selama penulisan skripsi ini.

14. Terakhir kepada diri sendiri, Yabes Frengky Ferdian Manik. Terimakasih sudah bertahan dan berjuang sampai saat ini. Terimakasih karena tetap sehat dan kuat, jadilah anak yang membanggakan orang tua dan jadilah berkat untuk orang sekitarmu.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih atas perhatian dari berbagai pihak yang mendukung penulisan skripsi ini dan semoga karya akhir ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membacanya untuk menambah wawasan.

Medan, 04 September 2025

Penulis

Yabes Frengky Ferdian Manik

NPM: 200110022

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
14.1 Latar Belakang Masalah	17
14.2 Identifikasi Masalah.....	24
14.3 Rumusan Masalah.....	25

14.4	Tujuan Penelitian	11
14.5	Manfaat Penelitian	25
BAB II TINJAUAN PUSTAKA		27
2.1	Pengertian Pemasaran Jasa.....	27
2.2	Tujuan dan Fungsi Pemasaran	28
2.2.1	Tujuan Pemasaran.....	28
2.2.2	Fungsi Pemasaran.....	28
2.3	Konsep Pemasaran	29
2.4	Elemen Marketing Mix Jasa	30
2.4.1	Produk (<i>Product</i>).....	31
2.4.1.1	Pengertian Produk.....	31
2.4.1.2	Indikator Produk.....	31
2.4.2	Harga (<i>Price</i>).....	32
2.4.2.1	Pengertian Harga	32
2.4.2.2	Faktor Pertimbangan Dalam Penetapan Harga	33
2.4.2.3	Indikator Harga.....	33
2.4.3	Tempat (<i>Place</i>)	34
2.4.3.1	Pengertian Tempat	34
2.4.3.2	Jenis-jenis Tempat	34
2.4.3.3	Indikator Tempat	35
2.4.4	Promosi (<i>Promotion</i>)	36
2.4.4.1	Pengertian Promosi.....	36
2.4.4.2	Faktor-Faktor Promosi.....	36
2.4.4.3	Indikator Promosi	37
2.4.5	Orang (<i>People</i>)	38
2.4.5.1	Pengertian Orang	38
2.4.5.2	Indikator Orang.....	38
2.4.6	Proses (<i>Process</i>)	39
2.4.6.1	Pengertian Proses.....	39
2.4.6.2	Indikator Proses	40
2.4.7	Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>)	41
2.4.7.1	Pengertian Bukti Fisik.....	41
2.4.7.2	Indikator Bukti Fisik.....	41
2.5	Kepuasan Konsumen	42

2.5.1	Pengertian Kepuasan Konsumen	12
2.5.2	Indikator Kepuasan Konsumen	42
2.6	Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen	43
2.6.1	Pengaruh Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	43
2.6.2	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	43
2.6.3	Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Konsumen	44
2.6.4	Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen	45
2.6.5	Pengaruh Orang Terhadap Kepuasan Konsumen	45
2.6.6	Pengaruh Proses Terhadap Kepuasan Konsumen.....	45
2.6.7	Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen	46
2.7	Kerangka Berpikir.....	46
2.8	Hipotesis	47
BAB III METODE PENELITIAN		49
3.1	Ruang Lingkup Penelitian.....	49
3.2	Populasi dan Sampel.....	49
3.2.1	Populasi	49
3.2.2	Sampel	50
3.3	Operasionalisasi Variabel	51
3.4	Skala Pengukuran Variabel.....	53
3.5	Teknik Pengumpulan Data	53
3.6	Teknik Analisis Data	54
3.6.1	Uji Validitas.....	54
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	54
3.7	Analisis Regresi Linear Berganda	55
3.8	Uji Asumsi Klasik.....	56
3.8.1	Uji Normalitas	56
3.8.2	Uji Multikolinearitas.....	57
3.8.3	Uji Heteroskedastisitas	57
3.8.4	Uji Autokorelasi.....	58
3.9	Uji Hipotesis	59
3.9.1	Uji Parsial (Uji t)	59
3.9.2	Uji Simultan (Uji F).....	60
3.10	Koefisien Determinasi (R^2).....	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		62

	13
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	62
4.1.1 Sejarah Berdirinya PT. Banjar Setia Group Medan.....	62
4.1.2 Visi dan Misi PT. Banjar Setia Group Medan	63
4.1.3 Logo Perusahaan	63
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan.....	64
4.1.5 Tugas dan Tanggung Jawab.....	64
4.2 Identitas Responden.....	66
4.3 Tanggapan Responden	68
4.3.1 Tanggapan Responden Tentang Produk.....	68
4.3.2 Tanggapan Responden Tentang Harga	69
4.3.3 Tanggapan Responden Tentang Tempat	71
4.3.4 Tanggapan Responden Tentang Promosi.....	73
4.3.5 Tanggapan Responden Tentang Orang	74
4.3.6 Tanggapan Responden Tentang Proses.....	75
4.3.7 Tanggapan Responden Tentang Bukti Fisik	76
4.3.8 Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Konsumen	78
4.4 Hasil Penelitian	79
4.4.1 Uji Validitas dan Realibilitas Secara Parsial.....	79
4.4.2 Uji Validitas dan Realibilitas Secara Simultan	88
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	90
4.6 Uji Asumsi Klasik.....	92
4.6.1 Uji Normalitas	92
4.6.2 Uji Multikolinearitas.....	93
4.6.3 Uji Heteroskedastisitas	95
4.6.4 Uji Autokorelasi.....	96
4.7 Uji Hipotesis	97
4.7.1 Uji t (Parsial)	97
4.7.2 Uji F (Simultan).....	99
4.8 Koefisien Determinasi.....	100
4.9 Pembahasan	101
4.9.1 Pengaruh Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Banjar Setia Group Medan	101
4.9.2 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Banjar Setia Group Medan	101

4.9.3	Pengaruh Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Banjar Setia Group Medan	102
4.9.4	Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Banjar Setia Group Medan	102
4.9.5	Pengaruh Orang Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Banjar Setia Group Medan	103
4.9.7	Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Banjar Setia Group Medan.....	104
4.9.8	Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Banjar Setia Group Medan.....	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		105
5.1	Kesimpulan	105
5.2	Saran	106
DAFTAR PUSTAKA.....		106



Tabel	Nama Tabel	Hal
1.1	Data Penjualan Jasa pada Tahun 2021-2023	7
3.1	Operasional Variabel	36
3.2	Skala Likert	38
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52

4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
4.3	Lama Pemakaian Produk pada PT. Banjar Setia Group Medan	52
4.4	Data Instrumen Produk	53
4.5	Data Instrumen Harga	55
4.6	Data Instrumen Saluran Distribusi	56
4.7	Data Instrumen Promosi	58
4.8	Data Instrumen Orang	59
4.9	Data Instrumen Proses	61
4.10	Data Instrumen Bukti Fisik	62
4.11	Data Instrumen Kepuasan Konsumen	63
4.12	Case Processing Summary	65
4.13	Reliability Statistics	65
4.14	Item-Total Statistics	65
4.15	Case Processing Summary	66
4.16	Reliability Statistics	66
4.17	Item-Total Statistics	66
4.18	Case Processing Summary	67
4.19	Reliability Statistics	67
4.20	Item-Total Statistics	67
4.21	Case Processing Summary	68
4.22	Reliability Statistics	68
4.23	Item-Total Statistics	68
4.24	Case Processing Summary	69
4.25	Reliability Statistics	69
4.26	Item-Total Statistics	69
4.27	Case Processing Summary	70
4.28	Reliability Statistics	70
4.29	Item-Total Statistics	70

4.30	Case Processing Summary	71
4.31	Reliability Statistics	71
4.32	Item-Total Statistics	71
4.33	Case Processing Summary	72
4.34	Reliability Statistics	72
4.35	Item-Total Statistics	72
4.36	Case Processing Summary	73
4.37	Reliability Statistics	73
4.38	Item-Total Statistics	73
4.39	Hasil Analisa Regresi Linear Berganda	75
4.40	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	77
4.41	Hasil Uji Multikolinearitas	79
4.42	Hasil Uji Autokorelasi	81
4.43	Hasil Uji t	82
4.44	Hasil Uji F	84
4.45	Hasil Koefisien Determinasi	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Nama Gambar	Hal
2.1	Kerangka Berpikir	32
4.1	Logo Perusahaan	48
4.2	Struktur Perusahaan	49

4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)	80
-----	---	----



DAFTAR LAMPIRAN

No	Nama Lampiran
1	Kuesioner
2	Bobot Jawaban Responden
3	Hasil Pengolahan Data

- Aditama, R.A. (2020). *Pengantar Manajemen: Teori dan Aplikasi*. AE Publishing.
- Assauri, S. (2020). *MANAJEMEN PEMASARAN (14th ed.)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ghozali, Imam. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gronroos, C. (2018). *Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach*. Chichester: John Wiley and Sons, Ltd.
- Hurriyati, Ratih. (2020). *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2019). *Prinsip – Prinsip Pemasaran, Edisi 12. Jilid 1*, Terjemahan Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran, Edisi ke Tigabelas Jilid 1*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management (15th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Lovelock. (2018). *Pemasaran Jasa, Jilid 1 dan 2 edisi ketujuh*. Penerbit Erlangga. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori Dan Praktik*, Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. dan Hamdani, A. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori Dan Praktik*, Jakarta: Salemba Empat.
- Manap, Abdul. (2020). *Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Mitra.
- Mursid, M. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Nazir. (2019). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Priyatno, D. (2019). *SPSS Panduan Mudah Olah Data bagi Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta: ANDI (Anggota IKAPI).

- Priyatno, D. (2019). *Buku 5 Jam Belajar Olah Data Dengan Spss 17*. Yogyakarta: Bukukita.Andi Publisher.
- Schiffman, L.G. dan Kanuk, L.L. (2019). *Perilaku Konsumen. Edisi. Ke-12*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Pemasaran Jasa Edisi Terbaru*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Umar, Husein. (2019). *Metode Riset Manajemen Perusahaan*. Jakarta: Gramedia. Pustaka Utama.

JURNAL

- Amilia, Suri dan Novianti, Ayu. (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Kanasha di Kota Langsa*. Jurnal Manajemen dan Keuangan. Vol. 5 No. 1.
- Astono, A.D. dan Susilo, B.W. (2023). *Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Kualitas Pelayanan sebagai Variabel Pemoderasi*. Jurnal Bingkai Ekonomi (JBE). Vol. 8 No. 2
- Haryoko, U.B. Pasaribu, V.L.D dan Ardiyansyah. (2020). *Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer)*. Jurnal Ekonomi Dan Mnajemen. Vol. 2 No.1
- Iffan, M., Santy, R.D dan Radaswara, R. (2018). *Pengaruh Proses dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Santika Bandung*. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen. Vol. VIII No. 2
- Meilda, Y., Hamdani, I dan Triwoelandari, R. (2022). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan PelangganStudi Kasus Al-Amin Islamic Store Laladon Bogor*. Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam. Vol. 3 No.

- Meiliana, C dan Yani, M. (2021). *Pengaruh Saluran Distribusi, Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Batu Mandi di Sampit*. Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan. Vol.6 No. 2
- Kurniawan S. B. (2022). *Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Proses Dan Orang Dalam Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Mustep.Id. PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* Volume 7, Nomor 2, April 2022
- Rifa, L. Ardini dan Harmon, C. (2023). *Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Nanostore: Studi pada Kota Cimahi*. Jurnal Riset Bisnis dan Investasi. Vol. 9. No. 2
- Setianto, G. dan Wartini, S. (2017). *Pengaruh Bukti Fisik dan Empati Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen*. Managment Analysis Journal. Vol. 6 No. 4
- Tanjaya, V dan Wijaya, W. (2019). *Pengaruh saluran distribusi dan personal selling terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Bilah Baja Makmur Abadi*. Jurnal Manajemen. Vol 5 No. 2
- Yafie, A.S. Suharyono dan Abdillah, Y. (2019). *Pengaruh kualitas produk dan kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan (StudiapadaPelanggan Food and Beverage 8 Oz Coffee Studio Malang*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 35 No. 2
- Yanuar, M.M. Qomariyah, N dan Santosa, B. (2019). *Dampak Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Lepuasan Pelanggan Optik Marlin Cabang Jember*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia. Vol. 3 No. 1
- Yudho, S.K.S dan Agustin, S. (2022). *PENGARUH MARKETING MIX (7P) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ONLINE DAPURDEP*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol. 11 No. 8