

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Richeese Factory Cabang Pahlawan Revolusi Daerah Jakarta Timur

Ulyani Nur Aisyah ¹, Daniel ²
Universitas Bina Sarana Informatika^{1,2}

*Email 64221227@bsi.ac.id; daniel.del@bsi.ac.id

Sejarah Artikel:

Diterima	20-09-2026
Disetujui	25-09-2026
Diterbitkan	27-09-2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of price and service quality on customer satisfaction at the Richeese Factory Pahlawan Revolusi branch in East Jakarta. The study employs a quantitative approach using purposive sampling with 85 respondents. Data were collected via questionnaires and analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination, utilizing IBM SPSS Statistics version 27. The results indicate that price has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a calculated t-value of 10.176 and a significance level of <0.001 . Service quality also has a positive and significant effect, with a calculated t-value of 3.002 and a significance level of 0.004. Simultaneously, price and service quality significantly influence customer satisfaction, with a calculated F-value of 114.358 and a significance level of <0.001 . The R-square value of 0.736 indicates that price and service quality explain 73.6% of the variation in customer satisfaction. Thus, it can be concluded that price and service quality—both individually and simultaneously—play a significant role in enhancing customer satisfaction.

Keywords: Service Quality; Customer Satisfaction.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Richeese Factory Cabang Pahlawan Revolusi Jakarta Timur. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling terhadap 85 responden. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi dengan bantuan IBM SPSS Statistics versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung 10,176 dan signifikansi $<0,001$. Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai t hitung 3,002 dan signifikansi 0,004. Secara simultan, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai F hitung 114,358 dan signifikansi $<0,001$. Nilai R Square sebesar 0,736 menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan 73,6% variasi kepuasan pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan berperan signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Katakunci: Harga; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Pelanggan.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Aisyah, U. N., & Daniel , D. . (2026). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Richeese Factory Cabang Pahlawan Revolusi Daerah Jakarta Timur. Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2(5), 10937-10946. <https://doi.org/10.63822/w6tszd26>

PENDAHULUAN

Persaingan industri restoran cepat saji mendorong perusahaan untuk menjaga kepuasan pelanggan melalui penetapan harga yang sesuai dan kualitas pelayanan yang mampu memenuhi harapan konsumen. Richeese Factory menjadi salah satu restoran cepat saji yang menghadapi persaingan tersebut. Dalam penelitian ini, Richeese Factory Cabang Pahlawan Revolusi Jakarta Timur dipilih sebagai objek untuk menguji faktor yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.

Data awal dalam skripsi menunjukkan bahwa Richeese Factory memperoleh rating 4,4 dengan 2.832 ulasan pada perbandingan restoran cepat saji di Jakarta Timur. Angka tersebut digunakan sebagai gambaran awal posisi objek penelitian, bukan sebagai ukuran langsung kepuasan seluruh pelanggan. Oleh karena itu, persepsi pelanggan perlu diuji melalui pengumpulan data secara langsung.

Harga menjadi salah satu aspek yang dinilai pelanggan karena konsumen tidak hanya mempertimbangkan nominal yang dibayarkan, tetapi juga kesesuaian harga dengan kualitas produk, manfaat yang diperoleh, kemampuan membayar, serta harga produk pesaing. Penelitian terdahulu dalam skripsi menunjukkan bahwa Fadilla et al. (2024) menemukan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Richeese Factory Pekanbaru.

Selain harga, kualitas pelayanan juga berperan dalam pengalaman pelanggan. Ulasan pelanggan yang digunakan sebagai data pendukung awal dalam skripsi memuat keluhan mengenai lamanya proses pemesanan, pesanan yang belum segera diproses, serta sikap sebagian karyawan yang dinilai kurang responsif. Ulasan tersebut tidak digunakan untuk menyimpulkan bahwa seluruh pelayanan buruk, tetapi menjadi dasar untuk menguji kualitas pelayanan secara empiris.

Temuan penelitian terdahulu belum sepenuhnya konsisten. Racmandani dan Ahyani (2025) serta Chandra dan Alexander (2024) menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan harga serta kualitas pelayanan terhadap kepuasan, sedangkan Giawa dan Yossi (2022) melaporkan hasil yang tidak signifikan pada objek penelitiannya. Perbedaan hasil tersebut menjadi celah penelitian untuk menguji hubungan variabel pada Richeese Factory Cabang Pahlawan Revolusi Jakarta Timur.

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, serta pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Richeese Factory Cabang Pahlawan Revolusi Jakarta Timur.

TINJAUAN PUSTAKA

Harga

Harga merupakan sejumlah nilai atau uang yang harus dibayarkan konsumen untuk memperoleh produk atau jasa. Harga juga mencerminkan nilai, manfaat, dan pengorbanan yang dirasakan konsumen. Dalam penelitian ini, indikator harga mengacu pada keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, serta kesesuaian harga dengan kemampuan konsumen atau daya saing harga (Putra et al., 2025).

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan penilaian konsumen terhadap tingkat keunggulan pelayanan yang diharapkan dan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan (Tjiptono dalam Masili et al., 2022). Dimensi yang digunakan meliputi reliability, responsiveness, assurance,

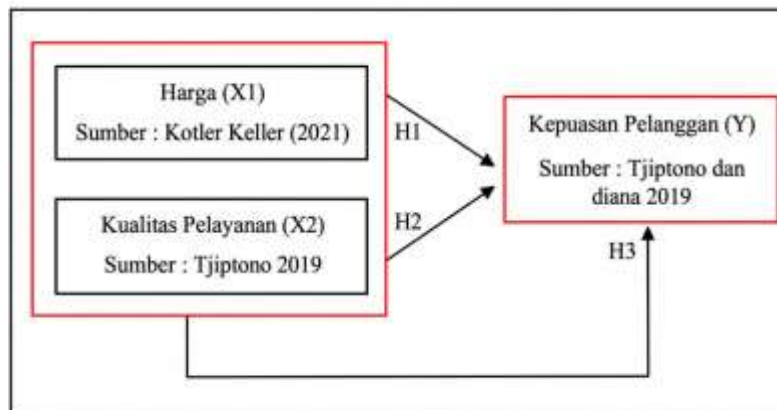
empathy, dan tangible. Indikatornya mencakup ketepatan dan konsistensi layanan, kesediaan membantu dan kecepatan pelayanan, kompetensi serta rasa aman, perhatian dan komunikasi, serta fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan petugas.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan keadaan ketika kebutuhan dan keinginan konsumen terpenuhi sesuai harapan. Dalam penelitian ini, kepuasan diukur melalui kinerja, harapan, dan word of mouth, yang tercermin dalam kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan (Febrianawati et al., 2023).

Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian menempatkan Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) sebagai variabel independen yang diuji terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), baik secara parsial maupun simultan.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Hipotesis Penelitian

1. H1: Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Richeese Factory Cabang Pahlawan Revolusi Jakarta Timur.
2. H2: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Richeese Factory Cabang Pahlawan Revolusi Jakarta Timur.
3. H3: Harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Richeese Factory Cabang Pahlawan Revolusi Jakarta Timur.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) merupakan variabel independen, sedangkan kepuasan pelanggan (Y) merupakan variabel dependen.

Populasi penelitian adalah pelanggan Richeese Factory Cabang Pahlawan Revolusi Jakarta Timur. Sampel penelitian berjumlah 85 responden yang dipilih berdasarkan kriteria telah melakukan pembelian dan mengonsumsi produk di gerai tersebut minimal satu kali. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan studi dokumentasi dengan skala Likert lima poin.

Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 27 melalui uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Pada uji validitas digunakan Pearson Product Moment dengan r tabel 0,213. Instrumen dinyatakan valid apabila r hitung lebih besar daripada r tabel. Model regresi yang digunakan adalah $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian melibatkan 85 responden pelanggan Richeese Factory Pahlawan Revolusi. Karakteristik responden dianalisis berdasarkan jenis kelamin, usia, status pekerjaan, frekuensi penggunaan, dan tujuan perjalanan. Profil responden diperlukan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik pengguna yang menjadi sumber data penelitian.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki – Laki	35	41,2 %
	Perempuan	50	58,8 %
Usia	< 20 Tahun	9	10,6 %
	21 – 25 Tahun	28	32,9 %
	26 – 30 Tahun	28	32,9 %
	31 - 35 Tahun	10	11,8%
	>35 Tahun	10	11,8%
Pendidikan	SMA/Sederajat	61	71,8%
	Diploma 3	2	2,4%
	Sarjana (S1)	12	14,1%
	Lainnya	10	11,8%
Status Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	32	33,3%
	Karyawan Swasta	40	41,7%
	Wiraswasta/Wirausaha	15	15,6%
	Lainnya	6	6,3%

Sumber: Data primer oleh peneliti (2026)

Responden didominasi perempuan sebanyak 50 orang (58,8%). Kelompok usia 21–25 tahun dan 26–30 tahun masing-masing berjumlah 28 orang (32,9%). Berdasarkan pendidikan, mayoritas responden berpendidikan SMA/Sederajat sebanyak 61 orang (71,8%), sedangkan berdasarkan pekerjaan mayoritas merupakan karyawan swasta sebanyak 41 orang (48,2%).

Uji Kualitas Data

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Item	R-Hitung	R-Tabel
Harga (X1)	X1.1 – X1.6	0,718 – 0,797	0,213
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1 – X2.8	0,471 – 0,752	0,213
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1 – Y.8	0,647 – 0,759	0,213

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Uji validitas dilakukan pada 85 responden dengan $df = 83$ sehingga r tabel sebesar 0,213. Seluruh item pada variabel harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Tabel 3. Uji Reliabilita

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas	Keterangan
Harga (X1)	0,854	0,70	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,798	0,70	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,859	0,70	Reliabel

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa Cronbach's Alpha harga sebesar 0,854, kualitas pelayanan sebesar 0,798, dan kepuasan pelanggan sebesar 0,859. Seluruh nilai lebih besar dari 0,70 sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan memiliki konsistensi internal yang memadai.

Uji Hipotesis

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.946	1.760		3.947	<0.001
	Harga	0.842	0.083	0.716	10.176	<0.001
	Kualitas Pelayanan	0.163	0.054	0.211	3.002	0.004
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Gambar 2. Uji T/Parsial (Coefficients)

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan $\alpha = 0,05$ dengan t tabel sebesar 1,989 pada $df = 82$. Harga memperoleh t hitung 10,176 yang lebih besar daripada 1,989 dengan signifikansi $<0,001 < 0,05$. Dengan

demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Kualitas pelayanan memperoleh t hitung 3,002 yang juga lebih besar daripada 1,989 dengan signifikansi $0,004 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_2 diterima, sehingga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.

ANOVA						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	875.050	2	437.525	114.358	<.001 ^b
	Residual	313.726	82	3.826		
	Total	1188.776	84			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan						

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Gambar 3. Uji F/Simultan (ANOVA)

Hasil uji F menunjukkan F hitung sebesar 114,358 lebih besar daripada F tabel sebesar 3,11 dengan signifikansi $<0,001 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya, harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Richeese Factory cabang Pahlawan Revolusi.

Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil pengujian asumsi klasik, Uji normalitas Kolmogorov–Smirnov menghasilkan Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$ sehingga residual dinyatakan berdistribusi normal. Uji Glejser menghasilkan signifikansi 0,177 untuk Harga dan 0,699 untuk Kualitas Pelayanan, sehingga tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Uji multikolinearitas menunjukkan nilai Tolerance 0,650 dan VIF 1,538 pada kedua variabel independen, sehingga tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Uji linearitas pada skripsi menunjukkan nilai Linearity $<0,001$ dan Deviation from Linearity $<0,001$ untuk hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil ini dicatat dalam penelitian sebagai temuan pengujian prasyarat; analisis regresi linear berganda tetap dilanjutkan sebagaimana prosedur analisis yang digunakan dalam skripsi.

Regresi Linear Berganda

$$Y = 6,946 + 0,842 X_1 + 0,163 X_2 + e$$

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah serta besarnya pengaruh variabel. berdasarkan nilai Unstandardized Coefficients pada Gambar 2, dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) sebesar 6,946 menunjukkan bahwa apabila variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) dianggap konstan atau bernilai nol, maka nilai Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 6,946
2. Nilai Koefisien regresi variabel X1 sebesar 0,842 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada Harga, maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,842 satuan. Koefisien positif berarti semakin baik penentuan harga, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.
3. Nilai Koefisien regresi variabel X2 sebesar 0,163 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada Kualitas Pelayanan, maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,163 satuan. Koefisien bernilai positif yang berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.858 ^a	.736	.730	1.956

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Gambar 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa pengaruh harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara simultan memiliki nilai R Square sebesar 0,736. Artinya, kedua variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan 73,6% variasi dalam kepuasan pelanggan (Y). Sisanya, yaitu 26,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam model penelitian.

Pembahasan

1. Pengaruh Harga (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil uji t menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan t hitung 10,176 dan signifikansi <0,001. Koefisien regresi sebesar 0,842 menunjukkan bahwa peningkatan penilaian pelanggan terhadap harga dalam model diikuti peningkatan kepuasan. Temuan ini sejalan dengan Syahidin dan Adnan (2022), Widyaningsih Putri Ariyanti et al. (2022), Abadi (2022), Suhardi et al. (2022), Maharani dan Alam (2022), serta Fadilla et al. (2024). Secara khusus, Fadilla et al. (2024) juga meneliti Richeese Factory dan menemukan pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan t hitung 3,002 dan signifikansi 0,004. Koefisien regresi sebesar 0,163 menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dalam model diikuti peningkatan kepuasan. Temuan ini sejalan dengan Kurniawan dan Adialita (2024), Ardista (2021), Zaini (2022), Mahira et al. (2021), Ayunani et al. (2023), serta Fadilla et al. (2024). Hasil tersebut menunjukkan bahwa kecepatan, ketepatan, keramahan, responsivitas, dan aspek fisik

pelayanan menjadi bagian yang relevan dalam pembentukan kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Uji F menghasilkan F hitung 114,358 dengan signifikansi $<0,001$, sehingga Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Nilai R Square 0,736 menunjukkan kemampuan kedua variabel dalam menjelaskan 73,6% variasi kepuasan. Temuan ini sejalan dengan Fadilla et al. (2024), Chandra dan Alexander (2024), Astrawan et al. (2023), Riyani et al. (2021), serta Racmandani dan Ahyani (2025), yang dalam skripsi dilaporkan menemukan pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Richeese Factory Cabang Pahlawan Revolusi Jakarta Timur. Kualitas Pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Secara simultan, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Nilai R Square sebesar 0,736 menunjukkan bahwa kedua variabel independen mampu menjelaskan 73,6% variasi Kepuasan Pelanggan, sedangkan 26,4% dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

Implikasi praktis yang dirumuskan dalam skripsi adalah mempertahankan kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat produk, melakukan evaluasi harga serta paket promosi sesuai kebutuhan pelanggan, meningkatkan kecepatan, ketepatan, keramahan dan daya tanggap pelayanan, serta menjaga kebersihan dan kenyamanan area makan, meja, kursi, toilet, dan area pemesanan. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel lain seperti kualitas produk, promosi, lokasi, citra merek, suasana restoran, atau pengalaman pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Chandra, M., & Alexander. (2024). Pengaruh kualitas layanan, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan di McDonald's Shinta Kota Tangerang. *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, 4(2).
- Fadilla, S., Sulistyandari, & Khusnul, F. (2024). Analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan Richeese Factory Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Merdeka EMBA*, 3(1), 335–354.
- Febrianawati, W., Wibowo, W. I., Hidayat, N., Reswari, R. A., & Niswan, E. (2023). Pengaruh brand experience terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan KFC di Kota Pontianak. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 6, 166–173.
- Giawa, A., & Yossi, H. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Bunaken. *Jurnal Rekaman*, 6(2), 151–160.
- Hair, J. F. J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.

-
- Masili, V., Lumanauw, B., & Tielung, M. V. (2022). Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada usaha toko bahan bangunan Mentari. *Jurnal EMBA*, 10(4), 44–51.
- Putra, R. D. Y. P., Budiasih, Y., & Husnayetti. (2025). Pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk sepatu Specs di kalangan mahasiswa ITB Ahmad Dahlan Jakarta. *Media Riset Bisnis Ekonomi Sains dan Terapan*, 3(1), 100–112.
- Racmandani, D., & Ahyani. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada McDonald's Cengkareng Pondok Aren. *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen*, 5(1), 1–12.
- Riyani, D., et al. (2021). Penelitian mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. [Rujukan sebagaimana tercantum dalam skripsi].
- Syahidin, & Adnan. (2022). Analisis pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. [Rujukan sebagaimana tercantum dalam skripsi].
- Tjiptono, F. (2019). Konsep kualitas pelayanan sebagaimana digunakan dalam skripsi.
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan penelitian pendidikan: Metode penelitian kualitatif, metode penelitian kuantitatif dan metode penelitian kombinasi (mixed method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.