

Pengaruh Harga Kualitas Pelayanan Paket Data Indosat Ooredoo Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Multi Media Selular Jakarta Timur

Catharina Frisca Apriliana Aini¹, Abdul Gofur, SH., MM²

¹Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta

²Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta

Abstract.

This study was conducted with the aim to determine (1) the effect of price on customer satisfaction, (2) the effect of service quality on customer satisfaction, and (3) the effect of price and service quality on customer satisfaction. The study was carried out using a quantitative approach through surveys and questionnaires in accordance with statistical procedures. The data obtained were analyzed using multiple linear regression techniques with the help of the SPSS 25 program.

The population in this study are customers who use the Indosat Ooredoo data plans of PT Multi Media Selular in the East Jakarta area, with a sample of 95 respondents selected through simple random sampling technique.

From the results of the study it can be concluded that the price has an effect on customer satisfaction with PT Multi Media Selular products in Jakarta Timur. This means that when the price is not too high, then customer satisfaction with the products of PT Multi Media Selular in East Jakarta will increase. In addition, the service quality factor also significantly affects customer satisfaction with PT Multi Media Selular products in East Jakarta. This means that there is a unidirectional relationship between price and service quality variables and customer satisfaction variable for PT Multi Media Selular products in East Jakarta.

Keywords: price, service quality, customer Satisfaction

Cronicle of Article: Received (19,10,2022); Revised (19,10,2022); and Published (, , 2022).

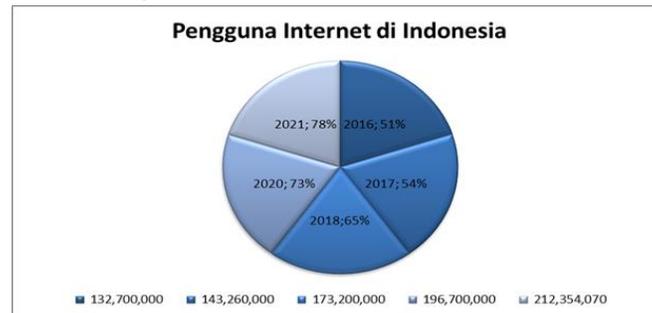
©2022 Jurnal Administrasi Bisnis, Program Studi Adminitrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

Profile and corresponding author: Catharina Frisca Apriliana Aini adalah Alumni Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jl.TB Simatupang No.21, RT 12/RW 11, Gedong, Kec. Pasar Rebo, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta,13760,Indonesia. *Corresponding Author:* fcatharinaaini@gmail.com; govhoer@gmail.com

How to cite this article : Catharina Frisca Apriliana Aini, Abdul Ghofur., (2022) 'PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN PAKET DATA INDOSAT OOREDOO TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT.MULTI MEDIA SELULAR JAKARTA TIMUR, Jurnal Mahasiswa Administrasi Bisnis, 2(5), pp. 724-733. Available at: <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI>

PENDAHULUAN

Perubahan komunikasi saat ini mengalami perkembangan yang pesat, sehingga perubahan industri komunikasi ini sering disebut *cyber physical system* atau revolusi industri 4.0. *Cyber physical* sistem merupakan fenomena terjadinya kolaborasi antara teknologi siber dengan teknologi otomatis. Menurut data dari Internet world stats juga memperlihatkan peningkatan drastis pengguna internet di Asia khususnya Indonesia periode Maret 2021, yaitu sebanyak 212,35 juta dengan estimasi total populasi 276,3 juta jiwa. Berikut grafik pengguna internet selama 5 tahun belakangan.



Gambar I.1

JUMLAH PENGGUNA INTERNET DI INDONESIA PERIODE 2016-2021

Sumber: Internet world stats, 2021

Selain data dari Internet world stats berikut data dari top brand Index kategori telekomunikasi/IT (Informasi Teknologi) dengan simcard berbayar sebagai berikut;

Tabel I.1
SIMCARD PRABAYAR
Kategori Online dan Offline

BRAND	TBI	2021
Simpaty	36.40%	TOP
IM3	13.50%	TOP
XL Prabayar	10.70%	TOP

Sumber : (AWARD, 2021)

Dari provider tersebut menunjukkan bahwa provider simpaty menduduki urutan nomor satu. Untuk IM3 menduduki urutan nomor dua, dan di urutan ketiga diduduki oleh provider XL Prabayar.

PT Indosat Satellite Corporation Tbk (Indosat) didirikan pada tahun 1967 sebagai suatu badan usaha asing yang menyediakan layanan telekomunikasi Internasional di Indonesia. Menjalankan bisnisnya Indosat Ooredoo tercatat telah mengoperasikan 68.759 Base Transceiver Station (BTS) 4G pada kuartal II/2021. Infrastruktur telekomunikasi yang memfasilitasi komunikasi nirkabel antara peranti komunikasi dan jaringan operator disebut juga dengan Base Transceiver Station. PT Indosat salah satu penyedia jasa telekomunikasi yang berfokus pada seluler sangat menyadari pentingnya harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggannya. PT Indosat adalah Perusahaan Terbatas yang menyediakan layanan seluler, seperti paket data dan layanan broadband nirkabel serta layanan suara. PT Indosat juga menyediakan layanan SLI (Scalable Link Interface) teknologi dengan penggunaan kartu grafis atau VGA hingga dua bahkan lebih dengan satu output pada sebuah sistem motherboard.

PT Indosat dalam menjalankan bisnisnya berupaya bekerjasama dengan distributornya, untuk menyalurkan dan menawarkan bisnis dengan sistem waralaba. Dalam langkah sistem waralaba membuka peluang dengan berperan lebih aktif secara nasional untuk meningkatkan

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Paket Data Indosat Ooredoo Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Multi Media Selular Jakarta Timur

penjualan PT Indosat. Pembagian ke distributor diberi nama baru sebagai Mitra Pengelola Cluster (MPC) sebagai pengakuan atas peran penting mitra pengelola dan pemberian keleluasaan lebih besar untuk menentukan penjualan di wilayah kluster masing-masing. Para penyalur bertanggung jawab terhadap penjualan, layanan pelanggan, pembayaran tagihan, dan layanan informasi kepada para pelanggan di wilayah kluster masing-masing. Penyalur atau Mitra Pengelola Cluster yang diberi peran penting dan pemberian keleluasaan salah satunya adalah PT Multi Media Selular yang berada di Jakarta Timur.

PT Multi Media Selular bertanggung jawab atas penjualan salah satunya paket data yang didistribusikan ke pelanggan dengan harga yang terjangkau, serta layanan pelanggan dan layanan informasi. Fenomena belakangan ini, pengguna paket data Indosat mengalami penurunan sehingga penjualan di PT Multi Media Selular juga mengalami penurunan. Berikut perbandingan harga dengan kompetitor provider Telkomsel;

Tabel I.2
QUOTA PACKAGE TELKOMSEL DAN INDOSAT OOREDOO

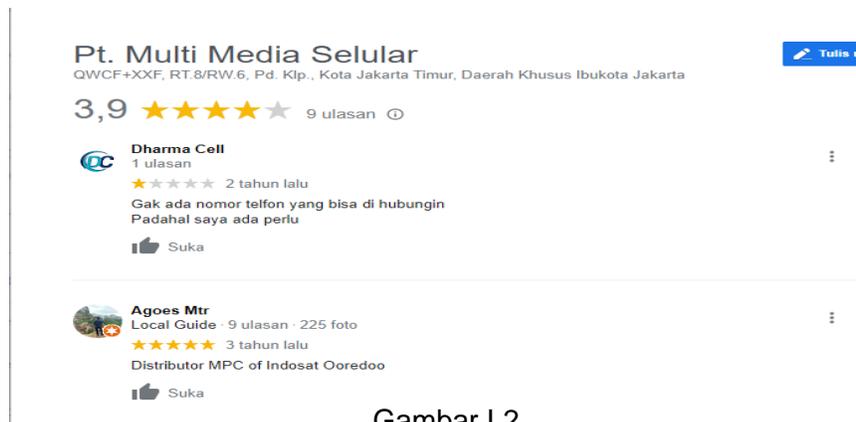
QUOTA PACKAGE TELKOMSEL		QUOTA PACKAGE INDOSAT OOREDOO	
Nama Paket	Harga	Nama Paket	Harga
Paket Bundling Zoom Pro 14 GB 30 Days	Rp 126,000	Freedom Internet 50 GB 30 Days	Rp 100,000
Paket Bundling Zoom Pro 52 GB 30 Days	Rp 208,000	Freedom Internet 100 GB 30 Days	Rp 150,000
Paket Bundling Zoom Pro 5 GB 30 Days	Rp 55,000	Internet 2 GB Days	Rp 6,600
Paket Bundling Zoom Pro 20 GB 30 Days	Rp 126,000	Internet 3 GB 3 Days	Rp 10,000
Internet OMG! 7 GB 30 Days	Rp 67,000	Internet 5 GB 3 Days	Rp 15,000
Paket Bundling CloudMAX 15 GB 30 Days	Rp 110,000	Internet 8 GB 5 Days	Rp 20,000
Combo OMG! 6.5 GB 30 Days	Rp 67,000	Internet 13 GB 5 Days	Rp 25,000
Internet OMG! 4 GB 30 Days	Rp 43,000	Internet 15 GB 5 Days	Rp 30,000

Sumber: My Telkomsel 2021,

Sumber: My Im3 2021

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa harga Indosat lebih murah dibandingkan dengan kompetitor lainnya seperti tabel di atas yaitu telkomsel menunjukkan ketimpangan kemungkinan pelanggan beralih ke provider lain apabila provider mengalami perubahan dari segi kualitas layanan dan kualitas signal, melalui Mitra Pengelola Cluster PT Multi Media Selular wilayah Jakarta Timur. Sehingga penjualan di PT Multi Media Selular Jakarta Timur mengalami penurunan omset. Perubahan kualitas layanan juga sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan untuk kembali lagi ke Gerai Indosat. Hal ini di alami beberapa pelanggan dengan menuliskan ulasannya di review google maps yang diakses pada tahun 2021. Menyebabkan kualitas pelayanan pada PT Multi Media Selular di Jakarta Timur perlu di evaluasi.

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Paket Data Indosat Ooredoo Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Multi Media Selular Jakarta Timur



Gambar 1.2
ULASAN MENURUT PARA PELANGGAN
Sumber: Google Maps, 2021

LITERATUR REVIUW

Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan

Harga memiliki hubungan dengan kepuasan pelanggan, dengan adanya nilai suatu barang yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Menurut (Assauri, 2017) bahwa konsep pemasaran adalah suatu falsafah manajemen dalam bidang pemasaran yang berorientasi kepada kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan memasarkan harga kepada keinginan konsumen akan memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut (Tjiptono, 2012) harga ialah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi. Harga dapat diartikan sebagai jumlah (satuan moneter) dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung kegunaan tertentu untuk mendapatkan suatu produk.

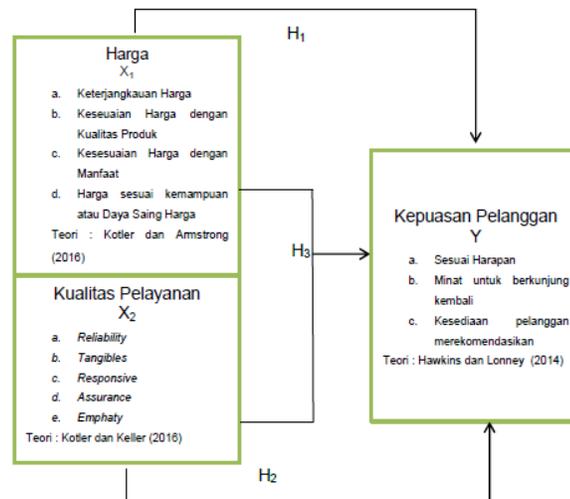
Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Kualitas pelayanan memiliki hubungan dengan kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan merupakan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil). Sedangkan, kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan Konsumen. Menurut (Arli & Tjiptono, 2017) juga mengemukakan bahwa kualitas layanan bisa diartikan sebagai tolak ukur seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi atau harapan dari pelanggan.

Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Pada penelitian yang dilakukan oleh Gofur 2019, menunjukkan hasil penelitian kualitas pelayanan (X1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dan harga (X2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil lainnya, bahwa secara bersama-sama kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Paket Data Indosat Ooredoo Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Multi Media Selular Jakarta Timur



Berdasarkan tinjauan teoritis dan kerangka konseptual yang diuraikan sebelumnya:

H_1 : Variabel Harga (X_1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

H_2 : Variabel Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

H_3 : Variabel Harga (X_1) dan Kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh positif secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2013) “Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Dalam penelitian ini terdapat ribuan pengguna paket data indosat ooredoo khususnya di wilayah Jakarta Timur Micro Pengelola Cluster atau distributor resmi dari Indosat Ooredoo pada PT Multi Media Selular. Dengan jumlah pelanggan tetap selama bulan Oktober 2021 sebanyak 1.961 pelanggan. Teknik Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah simpel random sampling. Penentuan sampel ditentukan dengan menggunakan rumus berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Batas toleransi kesalahan (error tolerance)

1=Konstanta

Perhitungan dari pengambilan sampel ini, didapat nilai sebesar 95,14. Maka didapat pembulatan kebawah menjadi 95 responden pelanggan pengguna paket data Indosat Ooredoo di Wilayah Jakarta Timur.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.260	0.952		3.424	0.001
	Variabel Harga	0.219	0.060	0.390	3.636	0.000
	Variabel Kualitas Pelayanan	0.152	0.047	0.344	3.205	0.002

a. Dependent Variable: Variabel Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2021

Data di atas menunjukkan bahwa persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 3.260 + 0,219 (X_1) + 0,152 (X_2) + e$$

Persamaan diatas mengandung makna :

- Konstanta sebesar 3,260 menunjukkan jika variable harga dan variabel Kualitas Pelayanan sama dengan nol, maka variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 3,260.
- Koefisien X1 sebesar 0,219 menunjukkan jika variable harga mengalami kenaikan satu tingkat, sementara variabel Kualitas Pelayanan dianggap tetap maka akan menyebabkan kenaikan pada variable Kepuasan Pelanggan sebesar 0.219.
- Koefisien X2 sebesar 0,152 menunjukkan jika variabel Kualitas Pelayanan mengalami kenaikan sebesar satu tingkat, sementara variabel harga dianggap tetap maka akan menyebabkan kenaikan pada variable Kepuasan Pelanggan sebesar 0,152.

2. Uji T

Untuk melihat pengaruh masing-masing variabel bebas (independen) secara parsial terhadap variabel terikat (dependen).

Tabel IV.15

Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.260	0.952		3.424	0.001
	Variabel Harga	0.219	0.060	0.390	3.636	0.000
	Variabel Kualitas Pelayanan	0.152	0.047	0.344	3.205	0.002

a. Dependent Variable: Variabel Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Diolah SPSS 25, 2021

- Pengujian Hipotesis Pertama (H1) Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1 terhadap Y sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,636 > t$ tabel 1,988, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y dan signifikan.
- Pengujian Hipotesis Kedua (H2) Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X2 terhadap Y sebesar $0,002 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,205 > t$ tabel 1,988 sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh X2 terhadap Y dan signifikan.

3. Uji F

Bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) dan variabel dependent mempunyai pengaruh timbal balik.

Tabel IV.16
Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	122.179	2	61.089	38.693	.000 ^b
	Residual	145.253	92	1.579		
	Total	267.432	94			

a. Dependent Variable: Variabel Kepuasan Pelanggan
b. Predictors: (Constant), Variabel Kualitas Pelayanan, Variabel Harga

Sumber: Data Diolah SPSS 25, 2021

Pengujian Hipotesis ketiga (H3) Berdasarkan output di atas diketahui nilai N = 95. Signifikansi untuk pengaruh K = X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $38,693 > F$ tabel 3,09 sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima, yang berarti terdapat pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y secara signifikan.

4. Uji Koefisien Korelasi

Tabel IV.18
Hasil Uji Koefisien Korelasi

Correlations				
		Variabel Harga	Variabel Kualitas Pelayanan	Variabel Kepuasan Pelanggan
Variabel Harga	Pearson Correlation	1	.697**	.629**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000
	N	95	95	95
Variabel Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.697**	1	.615**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000
	N	95	95	95
Variabel Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.629**	.615**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	
	N	95	95	95

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2021

- Nilai 0,629 pada variabel Harga mempunyai hubungan kuat dan positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Artinya variabel harga diterima.
- Nilai 0,615 pada variabel Kualitas Pelayanan mempunyai hubungan yang kuat dan positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Artinya kualitas pelayanan diterima. Keterangan cukup kuat berdasarkan Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi pada tabel III.3. Menurut Sugiyono dalam (Yuliantari & Ulfa, 2016)

Tabel III.3

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Cukup
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

5. Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung besar kecilnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Hasil analisa koefisien determinasi adalah pengaruh variabel

harga dan kualitas pelayanan terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan yang dilihat melalui R Square dari perhitungan SPSS , sebagai berikut:

Tabel IV.19

Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel X1 Terhadap Y

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.629 ^a	0.396	0.390	1.318
a. Predictors: (Constant), Variabel Harga				
b. Dependent Variable: Variabel Kepuasan Pelanggan				

Sumber: Data di Olah SPSS 25:2021

Berdasarkan hasil SPSS di atas dapat diartikan nilai R Square sebesar 0,396, yang berarti bahwa pengaruh X1 secara parsial terhadap variable Y adalah sebesar 39,6%.

Tabel IV.20

Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel X2 Terhadap Y

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.615 ^a	0.379	0.372	1.337
a. Predictors: (Constant), Variabel Kualitas Pelayanan				
b. Dependent Variable: Variabel Kepuasan Pelanggan				

Sumber: Data Diolah SPSS 25,2021

Berdasarkan hasil SPSS di atas dapat diartikan nilai R Square sebesar 0,379, yang berarti bahwa pengaruh X1 secara parsial terhadap variable Y adalah sebesar 37,9%.

Tabel IV.21

Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel X1 dan Variabel X2 Terhadap Y

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.676 ^a	0.457	0.445	1.257
a. Predictors: (Constant), Variabel Kualitas Pelayanan, Variabel Harga				
b. Dependent Variable: Variabel Kepuasan Pelanggan				

Sumber : Data Diolah SPSS 25, 2021

Berdasarkan hasil SPSS di atas dapat diartikan nilai R Square sebesar 0,457, yang berarti bahwa pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap variable Y adalah sebesar 45,7 dan 54,3% faktor lainnya.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisa data pada penelitian skripsi ini dapat kesimpulan sebagai berikut:

- a. Hasil penelitian pada variabel Harga (X1) terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) PT. Multi Media Selular Jakarta Timur sebesar 39,6%.

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Paket Data Indosat Ooredoo Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Multi Media Selular Jakarta Timur

- b. Hasil penelitian pada Variabel kualitas pelayanan (X2) terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) PT. Multi Media Selular Jakarta Timur sebesar 37,9%.
- c. Hasil penelitian pada Variabel harga (X1) dan variabel kualitas pelayanan (X2) terdapat pengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) PT. Multi Media Selular Jakarta Timur sebesar 45,7%.

Melalui penelitian di PT. Multi Media Selular tentang Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Jakarta Timur, maka diperoleh saran terkait harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebagai berikut :

1. PT. Multi Media Selular harus mampu menerapkan harga sesuai ketentuan yang diberlakukan dari indosat.
2. PT. Multi Media Selular harus lebih memperhatikan tingkat kebersihan ruangan, toilet maupun lahan parkir, sehingga pelanggan merasakan kualitas tempat dan layanan baik.
3. Sales PT. Multi Media Selular harus mampu membuat pelanggan tertarik dengan produk-produk yang ditawarkan dari segi harga , dan memberitahu tentang manfaat dari produk yang ditawarkan sehingga pelanggan merasakan kualitas dari produk tersebut dan pelanggan merasa puas.
4. PT. Multi Media Selular harus mampu menjaga nama baik sebagai distributor paket data indosat dengan membuat perjanjian semenarik mungkin untuk pelanggan baru sehingga meningkatkan omset penjualan.
5. PT. Multi Media Selular harus memperhatikan kinerja sales dalam mendistribusikan paket data ke pelanggan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Arli, D., & Tjiptono, F. (2017). God and green: Investigating the impact of religiousness on green marketing. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 22(3), 1–11. https://www.researchgate.net/profile/Denni-Arli/publication/318147201_God_and_green_Investigating_the_impact_of_religiousness_on_green_marketing/links/59bb3bdf458515e9cfc36e37/God-and-green-Investigating-the-impact-of-religiousness-on-green-marketing.pdf
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. PT. RajaGrafindo Persada.
- AWARD, T. B. (2021). *SIMCARD PRABAYAR*. https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2021
- Harjati, L., & Venesia, Y. (2015). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MASKAPAI PENERBANGAN TIGER AIR MANDALA. Vol 1*. <https://e-journal.jurwidyakop3.com/index.php/ekonomika/article/view/231>
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent Teori dan Praktik*. RajaGrafindo Persada.
- Kotler, & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing, 12th Edition Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management. 15th edition*. Pearson Education, Inc.
- Malik, F., Yaqoob, S., & Aslam, A. S. (2012). *THE IMPACT OF PRICE The Impact Of Price*

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Paket Data Indosat Ooredoo Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Multi Media Selular Jakarta Timur

Perception, Service Quality, And Brand Image On Customer Loyalty (Study of Hospitality Industry In Pakistan). *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*, Vol 4, No, 114–126.

Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. CV. Andi Offset.

Schiffman, L., & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behavior, 11th Edition*. Pearson Education Limited.

Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi. 2*. CV. Andi Offset.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran (4th ed.)*. CV. Andi Offset.

Yuliantari, K., & Ulfa, S. N. (2016). *Disiplin Kerja Mempengaruhi Kinerja Karyawan Pada PT . Megah Bangun Baja Semesta Jakarta*. 4(2), 354–373.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *What Are Services? (7th ed.)*. Mc Graw Hi Education.