

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PENGGUNA JASA
TRANSPORTASI PUBLIK TRANS JATIM**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya sebagai bagian
dari persyaratan untuk menyelesaikan program Strata Satu (S1)



Amilia Faradhina Al-Hanany

11040121133

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2025

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Transportasi Publik Trans Jatim”**. Karya ini diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Sepanjang pengetahuan saya, tidak ada karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain, kecuali yang telah saya cantumkan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.



Surabaya, 21 Februari 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Amilia", written over a light blue horizontal line.

Amilia Faradhina Al-Hanany

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PENGGUNA TRANSPORTASI PUBLIK TRANS JATIM

Oleh :

Amilia Faradhina Al-Hanany

11040121133

Telah disetujui untuk diajukan pada Sidang Skripsi

Surabaya, 21 Februari 2025

Dosen Pembimbing



Soffy Balgies, M.Psi, Psikolog

NIP. 1976092220091220

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PENGGUNA JASA
TRANSPORTASI PUBLIK TRANS JATIM**

Yang disusun oleh :

Amilia Faradhina Al-Hanany

11040121133

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
pada Tanggal 13 Maret 2025



Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan

Dr. Philip Khoirun Niam
NIP. 197007251996031004

Susunan Tim Penguji

Penguji I

Soffy Balgics, M.Psi, Psikolog
NIP. 197609220009122001

Penguji II

Lucky Abrorry, M.Psi
NIP. 197910012006041005

Penguji III

Syafruddin Faisal Thohar, M.Psi, Psikolog
NIP. 198505092020121008

Penguji IV

Nova Lusiana, M. Keb
NIP. 198111022014032001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Amilia Faradhina Al-Hanany.....
NIM : 11040121133.....
Fakultas/Jurusan : Psikologi dan Kesehatan / Psikologi.....
E-mail address : amiliafaradhinaa@gmail.com.....

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul : **PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP**

KEPUASAN PELANGGAN PADA PENGGUNA JASA TRANSPORTASI PUBLIK TRANS

JATIM

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 23 April 2025

Penulis

(Amilia Faradhina Al-Hanany)

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN.....	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR DAN LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Keaslian Penelitian.....	9
BAB II.....	12
KAJIAN PUSTAKA.....	12
A. Kepuasan Pelanggan	12
a. Pengertian	12
b. Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan	14
c. Indikator Kepuasan Pelanggan	17
B. Kualitas layanan.....	19
a. Pengertian.....	19
b. Aspek-Aspek Kualitas Layanan	20
C. Persepsi Harga	21
a. Pengertian	21
b. Aspek-Aspek Persepsi Harga	23
D. Kerangka Teoritik	24
E. Hipotesis Penelitian	26
BAB III	27
METODE PENELITIAN.....	27
A. Identifikasi Variabel.....	27
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	27
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	28
D. Teknik Pengumpulan Data	30
E. Instrumen Penelitian.....	32
F. Analisis Data	41
BAB IV	48
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
A. Hasil Penelitian	48
B. Pengujian Hipotesis.....	92
C. Pembahasan.....	101
BAB V.....	109
PENUTUP	109

A. Kesimpulan	109
B. Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA :	112
LAMPIRAN	125

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Blueprint Kepuasan Pelanggan	33
Tabel 3.2 Uji Validitas Skala Kepuasan Pelanggan.....	34
Tabel 3. 3 Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan.....	35
Tabel 3.4 Blueprint Skala Kualitas Layanan.....	36
Tabel 3.5 Uji Validitas Skala Kualitas Layanan	37
Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Skala Kualitas Layanan	38
Tabel 3.7 Blueprint Skala Kualitas Layanan setelah Uji Coba Terpakai.....	38
Tabel 3.8 Blueprint Skala Persepsi Harga.....	39
Tabel 3.9 Uji Validitas Skala Persepsi harga	40
Tabel 3.10 Uji Reliabilitas Skala Persepsi Harga	40
Tabel 3.11 Uji Normalitas.....	42
Tabel 3.12 Uji Asumsi Heteroskedastisitas	43
Tabel 3.13 Uji Autokorelasi Durbin Watson	44
Tabel 3.14 Uji Asumsi Multikolinieritas	45
Tabel 4. 1 Jadwal Penelitian Skripsi	49
Tabel 4. 2 Demografi Subjek berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4. 3 Demografi Subjek berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4. 4 Demografi Subjek berdasarkan Domisili.....	52
Tabel 4.5 Demografi Subjek berdasarkan Koridor yang Pernah Digunakan.....	53
Tabel 4.6 Demografi Subjek berdasarkan Frekuensi Penggunaan.....	55
Tabel 4.7 Demografi Subjek berdasarkan Status	55
Tabel 4.8 Demografi Subjek berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Aspek Tangibles	57
Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Aspek Reliability	59
Tabel 4. 11 Distribusi Frekuensi Aspek Responsiveness	61
Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi Aspek Assurance	64
Tabel 4. 13 Distribusi Frekuensi Aspek Empathy	67
Tabel 4. 14 Distribusi Frekuensi Aspek Keterjangkauan Harga Produk	69
Tabel 4. 15 Distribusi Frekuensi Aspek Kesesuaian Harga dengan Kualitas	71
Tabel 4. 16 Distribusi Frekuensi Aspek Daya Saing Harga.....	73
Tabel 4. 17 Distribusi Frekuensi Aspek Kesesuaian Harapan	75
Tabel 4. 18 Distribusi Frekuensi Aspek Minat Menggunakan Kembali.....	77
Tabel 4. 19 Distribusi Frekuensi Aspek Kediaan Merekomendasikan.....	79
Tabel 4.20 Kategorisasi dan Skor Interval	81
Tabel 4. 21 Kategorisasi dan Skor Interval Kualitas Layanan.....	81

Tabel 4.22 Kategorisasi dan Skor Interval Persepsi Harga.....	81
Tabel 4.23 Kategorisasi dan Skor Interval Kepuasan pelanggan.....	82
Tabel 4.24 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Kepuasan Pelanggan (Y)	83
Tabel 4.25 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Kualitas Layanan (X1).....	83
Tabel 4.26 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Persepsi Harga (X2).....	84
Tabel 4.27 Tabulasi Silang Usia dengan Kepuasan Pelanggan (Y).....	84
Tabel 4.28 Tabulasi Silang Usia dengan Kualitas Layanan (X1)	85
Tabel 4.29 Tabulasi Silang Usia dengan Persepsi Harga (X2)	85
Tabel 4.30 Tabulasi Silang Status dengan Kepuasan Pelanggan (Y)	86
Tabel 4.31 Tabulasi Silang Status dengan Kualitas Layanan (X1).....	86
Tabel 4.32 Tabulasi Silang Status dengan Persepsi Harga (X2).....	86
Tabel 4.33 Tabulasi Silang Frekuensi dengan Kepuasan Pelanggan (Y)	87
Tabel 4.34 Tabulasi Silang Frekuensi dengan Kualitas Layanan (X2).....	88
Tabel 4.35 Tabulasi Silang Frekuensi dengan Kepuasan Pelanggan (Y)	88
Tabel 4.36 Tabulasi Silang Pekerjaan dengan Kepuasan Pelanggan (Y)	89
Tabel 4.37 Tabulasi Silang Pekerjaan dengan Kualitas Layanan (X1).....	90
Tabel 4.38 Tabulasi Silang Pekerjaan dengan Persepsi Harga (X2).....	90
Tabel 4.39 Tabulasi Silang Pekerjaan dengan Kepuasan Pelanggan (Y)	91
Tabel 4.40 Tabulasi Silang Pekerjaan dengan Kualitas Layanan (X1).....	92
Tabel 4.41 Tabulasi Silang Pekerjaan dengan Persepsi Harga (X2).....	92
Tabel 4. 42 Tabel Uji T Tangible terhadap Kepuasan Pelanggan.....	94
Tabel 4. 43 Tabel Uji T Reliability terhadap Kepuasan Pelanggan	94
Tabel 4. 44 Tabel Uji T Responsiveness terhadap Kepuasan Pelanggan	95
Tabel 4. 45 Tabel Uji T Assurance terhadap Kepuasan Pelanggan	95
Tabel 4. 46 Tabel Uji T Empathy terhadap Kepuasan Pelanggan	96
Tabel 4. 47 Tabel Uji T Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	96
Tabel 4. 48 Hasil Uji F	98
Tabel 4. 49 Tabel Regresi Linier Berganda	98
Tabel 4. 50 Hasil Koefisien Determinasi	100

DAFTAR GAMBAR DAN LAMPIRAN

Gambar 2. 1 Kerangka Teori.....	25
Lampiran 1. 1 Instrumen Kualitas Layanan.....	128
Lampiran 1. 2 Instrumen Persepsi Harga.....	129
Lampiran 1. 3 Instrumen Kepuasan Pelanggan.....	131
Lampiran 1. 4 Surat Tanggapan Penelitian BAKESBANGPOL	131
Lampiran 1. 5 Surat Tanggapan Penelitian Dinas Perhubungan Provinsi	132
Lampiran 1. 6 Surat Izin Penelitian CCROOM Trans Jatim	133
Lampiran 1. 7 Surat Izin Penelitian Dinas Perhubungan Provinsi.....	134
Lampiran 1. 8 Poster Sebar Kuesioner.....	135
Lampiran 1. 9 Distribusi Kuesioner Platform Facebook	135
Lampiran 1. 10 Distribusi Kuesioner Direct Message Instagram	135
Lampiran 1. 11 Distribusi Kuesioner Direct Message TikTok	135
Lampiran 1. 12 Distribusi Kuesioner Direct Message Twitter	136



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

ABSTRAK

Transportasi publik di Jawa Timur, seperti Trans Jatim, berperan penting dalam meningkatkan mobilitas masyarakat. Meskipun telah berkembang dengan penambahan koridor dan armada, aspek dari segi kepuasan pelanggan juga perlu diperhatikan, diantaranya yakni kualitas layanan dan persepsi harga yang menjadi faktor kepuasan pengguna. Melibatkan 437 pengguna Trans Jatim dari Koridor I hingga Koridor V, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan. Skala yang digunakan mengacu pada teori Kotler & Keller (2016) untuk kepuasan pelanggan ($\alpha=.971$), teori Servqual Parasuraman dkk. (1998) untuk kualitas layanan ($\alpha=.962$), dan teori Kotler & Armstrong (2010) untuk persepsi harga ($\alpha=.907$). Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner google form. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin kualitas layanan berpengaruh positif dan persepsi harga juga memiliki pengaruh yang positif, Secara simultan, kualitas layanan dan persepsi harga terbukti sebagai prediktor kepuasan pelanggan dengan nilai sebesar 71%. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam pengembangan sistem transportasi yang lebih efisien, nyaman, dan terjangkau. Disarankan untuk penelitian berikutnya agar menambah jumlah variabel dan sampel, guna memperluas wawasan, menghasilkan temuan yang lebih baru, serta meningkatkan tingkat akurasi hasil penelitian.

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, Persepsi Harga

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

ABSTRACT

Public transportation in East Java, such as Trans Jatim, plays an important role in improving community mobility. Although it has developed with the addition of corridors and fleets, aspects of customer satisfaction, including service quality and price perception, also need to be considered as key factors affecting user satisfaction. Involving 437 Trans Jatim users from Corridor I to Corridor V, this study aims to test the impact of service quality and price perception on customer satisfaction.. The scales used refer to Kotler & Keller's (2016) theory for customer satisfaction ($\alpha = .971$), Parasuraman et al.'s (1998) SERVQUAL theory for service quality ($\alpha = .962$), and Kotler & Armstrong's (2010) theory for price perception ($\alpha = .907$). Data was collected using a Google Forms questionnaire. Data analysis in this study used multiple linear regression to determine the influence between variables. The results showed that service quality has a positive impact, and price perception also has a positive influence. Simultaneously, service quality and price perception were proven to be predictors of customer satisfaction with a value of 71%. This study is expected to serve as a reference for developing a more efficient, comfortable, and affordable transportation system. It is recommended that future research add more variables and samples to broaden the perspective, generate newer findings, and improve the accuracy of the research results.

Keywords : Customer Satisfaction, Service Quality, Price Perception

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA :

- Absari, R., Thrifty Harianja, & Nawang Kalbuana. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan Pada Bandar Udara: Faktor Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga Tiket. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(4), 692–701. <https://doi.org/10.59407/jmie.v1i4.902>
- Afikhah, W. M. (2024). *Pengaruh Harga, Fasilitas, dan Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Penumpang Bus Trans Jatim)*. 1.
- Afthanorhan, A., Awang, Z., Rashid, N., Foziah, H., & Ghazali, P. L. (2019). Assessing the effects of service quality on customer satisfaction. *Management Science Letters*, 13–24. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2018.11.004>
- Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehmann, D. R. (1994). Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58(3), 53–66. <https://doi.org/10.1177/002224299405800304>
- Anggraini, F. D. P., Aprianti, A., Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6491–6504. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3206>
- Angkouw, B. W. (2021). Purchase Decision at PT. Bosowa Berlian Motor Manado During the COVID-19 Pandemic and the Factors That Affect It. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3).
- Anshari, M. I., Nasution, R., Irsyad, M., Alifa, A. Z., & Zuhriyah, I. A. (2024). Analisis Validitas dan Reliabilitas Butir Soal Sumatif Akhir Semester Ganjil Mata Pelajaran PAI. *EDUKATIF : JURNAL ILMU PENDIDIKAN*, 6(1), 964–975. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v6i1.5931>
- Apriasty, I., & Simbolon, M. E. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan: Kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga (literature strategic marketing management). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1). <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1>
- Aprileny, I., Rochim, A., & Emarawati, J. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 60–77. <https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.545>
- Arisandi, D., Shar, A., & Hariyadi, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Faktor Emosional, Biaya dan Kemudahan terhadap Kepuasan Belanja Busana Secara Daring. *KOMPLEKSITAS: JURNAL ILMIAH MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS*, 10(2), 92–102. <https://doi.org/10.56486/kompleksitas.vol10no2.163>

- Ariyandi, R., Dahmiri, D., & Sari, N. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi Gojek di Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 8(2), 73–84. <https://doi.org/10.22437/jdm.v8i2.16869>
- Aziz, A., & Mohamad, J. (2020). Public Transport Planning: Local Bus Service Integration and Improvements in Penang, Malaysia. *PLANNING MALAYSIA*, 18(13). <https://doi.org/10.21837/pm.v18i13.784>
- Burton, S., Lichtenstein, D. R., Netemeyer, R. G., & Garretson, J. A. (1998). A Scale for Measuring Attitude toward Private Label Products and an Examination of its Psychological and Behavioral Correlates. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 26(4), 293–306. <https://doi.org/10.1177/0092070398264003>
- Butarbutar, M., Efendi, E., Simatupang, S., Butarbutar, N., & Sinurat, D. N. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pininta Coffee Pematangsiantar. *Maker: Jurnal Manajemen*, 7(2), 200–207. <https://doi.org/10.37403/mjm.v7i2.395>
- Chan, W. C., Wan Ibrahim, W. H., Lo, M. C., Suaidi, M. K., & Ha, S. T. (2021). Determinants of Customer Satisfaction and Loyalty in Public Transport: A PLS-SEM Approach. *Studies of Applied Economics*, 39(8). <https://doi.org/10.25115/eea.v39i8.4507>
- Dai, K. E. P., Kalangi, J. A. F., & Rogahang, J. J. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Service PT. Kumala Cemerlang Abadi (Wuling Motors) Malalayang. 3(2).
- Darmawan, R., Diposumarto, N. S., & Muharam. (2024). Peningkatan Loyalitas Pelanggan Pengguna Biskita Trans Pakuan Melalui Kepuasan Pelanggan dengan Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga di Kota Bogor. *Journal of Social and Economics Research*, 6(1), 1351–1372. <https://doi.org/10.54783/jsr.v6i1.427>
- Daryanto, Setiabudi, I., & Bintoro. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima* (Vol. 9). Gava Media.
- Dishub. (2023, Desember 24). *Kadishub Jatim: 5000 Warga Naik Bus Trans Jatim Setiap Harinya*. <https://dishub.jatimprov.go.id/kadishub-jatim-5000-warga-naik-bus-trans-jatim-setiap-harinya/>
- Duli, N. (2019). *Metodologi penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Deepublish.
- Febriyanti, D. A. A., Mustofa, A., & Fatah, Z. (2023). Kualitas Pelayanan Publik Pada Bus Trans Jatim. *Soetomo Administrasi Publik*, 381–394.
- Fernandus, T., & Reza, T. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Produk terhadap Kepuasan Konsumen (Pada Toko Top Jaya Motor Bekasi). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(6), 483–495.

- Firmansyah, D. & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8 ed.). Universitas Diponegoro Press.
- Gibson, J. L., Ivancevich, J. M., & Donnelly, J. H. (1996). *Organisasi: Perilaku, Struktur, Proses* (8 ed.). Bianrupa AKsara.
- Goleman, D. (2001). *Kecerdasan emosional*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Grace, E., Girsang, R. M., Simatupang, S., Candra, V., & Sidabutar, N. (2021). Product Quality and Customer Satisfaction and Their Effect on Consumer Loyalty. *International Journal of Social Science*, 1(2), 69–78. <https://doi.org/10.53625/ijss.v1i2.138>
- Grüner, A., Postel, L., & Schumann, J. H. (2024). Sharing is caring? The effect of negative peer-to-peer experiences on loyalty intentions in the sharing economy. *Journal of Business Research*, 181, 114757. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114757>
- Gunawan, C. (2018). *Mahir Menguasai SPSS: (Mudah mengolah Data Dengan IBM SPSS Statistic 25)*. Deepublish.
- Hajjid, I., Soetomo, H., Kristaung, R., & Susanto, A. (2022). Pengujian Empiris Brand Satisfaction terhadap Brand Loyalty yang di Moderasi oleh Emotional Brand Attachment dan Brand Love. *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business*, 3(2), 49–59. <https://doi.org/10.52238/ideb.v3i2.84>
- Halizah, S. N., Retnowati, E., Darmawan, D., Khayru, R. K., & Issalillah, F. (2022). Determinants of Customer Trust: A Study on Safety, Ease-of-use, and Perceived usefulness of Herbal Products of Kuku Bima Ener-G. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 2(4), 86–92. <https://doi.org/10.47065/jtear.v2i4.266>
- Handayani, J. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah. *Perwira Journal of Economics & Business*, 3(2), 1–10. <https://doi.org/10.54199/pjeb.v3i2.212>
- Handyana, S. W., Waloejo, H. D., & Hidayat, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Peacockoffie Gombel Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 43–50. <https://doi.org/10.14710/jiab.2023.36803>
- Haryanto, E. (2013). Kualitas Layanan, Fasilitas dan Harga pengaruhnya terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan pada Kantor Samsat Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3), 722–840. <https://doi.org/10.35794/emba.1.3.2013.2212>

- Herlynawati, V., Agusdini, T. M. C., & Putra, K. H. (2024). *Analisis Tingkat Kepuasan Pelayanan Pengguna Bus Trans Jatim “Tribuana Tungga Dewi” Koridor II Rute Surabaya – Mojokerto*.
- Hikmah, S. A., Ihsan, M., & Hadi, P. (2022). Pengaruh Kecerdasan Emosional Terhadap Perkembangan Sosial Siswa Kelas IX A SMPN 6 Pujut. *Jurnal Penelitian Tarbawi: Pendidikan Islam dan Isu-Isu Sosial*, 7(2), 42–52. <https://doi.org/10.37216/tarbawi.v7i2.646>
- Howard, J. A., & Sheth, J. N. (1969). *The theory of buyer behavior*. Wiley.
- Hulud, S., Arifin, R., & Athia, I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Mahasiswa Unisma Pengguna GrabBike di Kota Malang). *e – Jurnal Riset Manajemen*.
- Ikhtiarini, E. I., & Rodiyah, I. (2023). *The Service of Trans Jatim Bus Transportation by means of Public Value Approach [Pelayanan Transportasi Bus Trans Jatim dengan Pendekatan Public Value]*.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (1 ed.). Unitomo Press.
- Irawan, H. (2003). *Indonesian customer satisfaction: Membedah strategi kepuasan pelanggan merek pemenang ICSA*. Elex Media Komputindo.
- Ismail, F. (2018). *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-Ilmu Sosial* (1 ed.). Kencana.
- Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). *Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis*. 7.
- Jazuli, M., Samanhudi, D., & Handoyo. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan dengan Servqual dan Importance Performance Analysis di PT. XYZ. *Juminten: Jurnal Manajemen Industri dan Teknologi*, 1(1), 67–75.
- Julitriarsa, D. (2021). *Pengaruh Pengalaman Konsumen Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang Pada Pembelian Produk skincare Di E-Commerce Shopee*. 2.
- Juniantari, N. L. P., Anggraini, N. P. N., & Hendrawan, I. G. Y. (2020). Pengaruh Service Quality dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Transportasi Melalui Kepuasan Pelanggan pada Ganesa Transport. *JUIMA : Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2). <https://doi.org/10.36733/juima.v10i2.1389>
- Kamila, N. C., & Khasanah, I. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakan Ikan dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening (Studi pada PT. Central Proteina Prima Cabang Tegal). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 11(6).

- Karundeng, M. E., Tamengkel, L. F., & Punuindoong, A. Y. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Benteng Resort Batu Putih*. 2(6).
- Kasiani, S., & Widiyarta, A. (2023a). *Persepsi Kualitas Pelayanan Bus Trans Jatim Koridor I (Sidoarjo-Surabaya-Gresik) Sebagai Transportasi Publik Di Jawa Timur*. 02.
- Kasiani, S., & Widiyarta, A. (2023b). *Persepsi Kualitas Pelayanan Bus Trans Jatim Koridor I (Sidoarjo-Surabaya-Gresik) sebagai Transportasi Publik di Jawa Timur*. 02.
- Kawengian, G., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. C. (2021). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartfren di IT Center Manado*. 2(5).
- Kharisma, D., Simatupang, S., & Hutagalung, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD. Restu Mulia Pandan. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 5(1), 32–42. <https://doi.org/10.47709/jumansi.v5i1.2210>
- Khuzaifah, H., Hendrati, I. M., & Purwanto, S. (2023). The Effect Of Service Quality And Price Perception On Repurchase Intention Through Customer Satisfaction Citilink Juanda Airport Surabaya. *Jurnal Pamator : Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo*, 16(1), 49–63. <https://doi.org/10.21107/pamator.v16i1.19061>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of marketing* (13. ed., global ed). Pearson Education.
- Kotler, P., Benyamin Molan, Bambang Sarwiji, & Kevin Lane. (2009). *Manajemen pemasaran* (Cet. 4). Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (1985). *Marketing management* (4 ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th [ed.]). Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15. ed). Pearson.
- Kudus, N. R., Nasrul, N., & Juharsah, J. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Grab-Car di Kota Kendari. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(2). <https://doi.org/10.55598/jmk.v12i2.14022>
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk, dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5). <https://doi.org/VickyBhttps://doi.org/10.31933/jimt.v2i5rama> Kumbara
- Kunaini, K. (2022). *Analisis Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen pada PT Astra International Daihatsu Banjarmasin*.

- Kusuma, W. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek di Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Negara (JPTN)*, 9(2).
- Kusumawardani, R., & Yenita, Y. (2023). Pengaruh Kualitas dan Kepuasan Layanan terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Pengguna Bus TransJakarta. *Jurnal Penelitian Sekolah Tinggi Transportasi Darat*, 14(1), 57–69. <https://doi.org/10.55511/jpsttd.v14i1.649>
- Langkamau, Y. C. D., Lay, E., Messakh, A. B., & Isliko, T. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Kupang). *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 16(1), 431–241.
- Lee, S., Lillia, A., Lawson, B., & Assion. (2011). Perceived Price Fairness of Dynamic Pricing. *Industrial Management & Data Systems*, 111(4), 531–551.
- Le-Klähn, D.-T., & Hall, C. M. (2015). Tourist use of public transport at destinations – a review. *Current Issues in Tourism*, 18(8), 785–803. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.948812>
- Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1997). *Besar sampel dalam penelitian kesehatan*. Gadjah Mada University Press.
- Liébana-Cabanillas, F., Molinillo, S., & Ruiz-Montañez, M. (2019). To use or not to use, that is the question: Analysis of the determining factors for using NFC mobile payment systems in public transportation. *Technological Forecasting and Social Change*, 139, 266–276. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.11.012>
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Salemba Empat.
- Magdalena, E. (2023). Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Perkembangan Usaha Telur Asin di Desa Kutaampel. *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 2(1).
- Manope, C. W., Tambuan, W., & Mandagie, Y. (2019). The Effect of Quality and Market Price Toward Purchase Decision of Nutmeg in Collecting Trader of Agricultural Products in the Island Siau. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(4), 4514–4523.
- Mardiatmoko, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Mentang, J. J. J., Ogi, I. W. J., & Samadi, R. L. (2021). *The Influence of Product Quality and Service Quality Toward Consumer Satisfaction at Marina Hash in Manado Restaurant The Covid-19 Pandemic*. 9(4).

- Muhid, A. (2019). *Analisis Statistik 5 Langkah Praktis Analisis Statistik dengan SPSS for Windows* (2 ed.). Zifatama Jawa.
- Mujaddid, A., & Ismanto, H. (2020). Persepsi Mahasiswa tentang Islamic Entrepreneurship. *JRE: Jurnal Riset Entrepreneurship*, 3(2), 31–38.
- Mujadilla, A. S., & Suryatman, A. G. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi ‘Si Benteng’ terhadap Kepuasan Masyarakat di Kota Tangerang. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 10(2). <https://doi.org/10.25157/moderat.v10i2.3330>
- Mukuan, K., Mandey, S. L., & Tampenawas, J. L. A. (2023). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Makanan di Rumah Makan Maji Ayam Geprek Cabang Jalan Bethesda Sario. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(4), 642–652. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i4.51433>
- Mumtaza, F. A., & Millanyani, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Urbans Travel. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1645–1661. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3242>
- Nastiti, A. (2019a). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Taksi New Atlas di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 8(1).
- Nastiti, A. (2019b). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan Taksi New Atlas Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 8(1), 126–136.
- Nasution, M. A. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Alat Kesehatan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. Dyza Sejahtera Medan. *Jurnal Warta Edisi*.
- Nasution, S. M. A., & Nasution, A. E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional, Biaya Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Jasa Gojek Di Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1). <https://doi.org/2714-8785>
- Nisa, A. H., Hasna, H., & Yarni, L. (2023). Persepsi. *KOLONI: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(4). <https://doi.org/10.31004/koloni.v2i4.568>
- Niswara, A. A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Implikasinya Pada Loyalitas Pelanggan Kosambi Maternal and Children Center. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Manajemen Kewirausahaan dan Bisnis*, 1(1), 372–386. <https://doi.org/10.61132/prosemnasimkb.v1i1.29>

- Novita, D. (2022). Analisis Permasalahan Transportasi Berkelanjutan di Kota Metropolitan Surabaya: Studi Kasus Perkotaan Padat Penduduk. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi dan Logistik*, 8(1), 53. <https://doi.org/10.54324/j.mbt.v8i1.1251>
- Nur, N. K., Rangan, P. R., Mahyuddin, Halim, H., Sugiyanto, G., Radjawane, L. E., Nurjanah, S., & Rosyida, E. E. (2021). *Sistem Transportasi*. Yayasan Kita Menulis.
- Nurazizah, D., Yusuf, R., & Nurhasan, R. (2023). Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Top Nine Travel di Kota Garut. *JURNAL EKONOMI PERJUANGAN*, 5(1), 13–22. <https://doi.org/10.36423/jumper.v5i1.1266>
- Octarini, N. (2021). Pengaruh Customer Perceived Value (Persepsi Nilai oleh Pelanggan) dan Customer Perceived Quality (Persepsi Mutu Oleh Pelanggan) terhadap Loyalitas Pelanggan pada CV. Qyta Dental Persada Laboratory Palembang. *Jurnal Manajemen*, 8(1), 43–56. <https://doi.org/10.36546/jm.v8i1.448>
- Pambudi, F. C., & Yulianto, A. E. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Counter Dam Cell*. 13.
- Pandowo, A., Pandowo, M., & Sumakul, G. C. (2023). Emosi konsumen dan ikatan merek sebagai mediasi antara nilai hedonik dan harga premium pada pelanggan makanan siap saji. *MBR (Management and Business Review)*, 7(2), 151–168. <https://doi.org/10.21067/mbr.v7i2.9124>
- Pangaribuan, N. S. & Yenita. (2023). Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Perusahaan Transportasi Umum. *PAPATUNG: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan dan Politik*, 6(1), 1–15. <https://doi.org/10.54783/japp.v6i1.652>
- Parasuraman, A. P., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1998). SERVQUAL A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1).
- Parida, I., & Cahyana, Y. (2020). Penerapan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada UMKM Dodol Ibu Rohmah Kediri. *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 2(2).
- Podengge, R. K. (2023). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Kemudahan Akses Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang*.
- Purnama, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan Dan Nilai Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada PO. Titian Mas

Cabang Bima. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 4(2).
<http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>

- Putri, S. L. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan di Café Tins Pangkalpinang. *JURNAL PROGRESIP MANAJEMEN BISNIS (JPMB)*, 11(2).
- Putri, T. D., Sugeng, W., & Ramdani, F. (2021). Sistem Pembayaran Elektronik pada Transportasi Angkutan Kota menggunakan Rotary Encoder. *MIND Journal*, 6(1), 1–15. <https://doi.org/10.26760/mindjournal.v6i1.1-15>
- Putro, S. W., Samuel, H., Karina, R., & Brahmana. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1–9.
- Rachmalia, M. (2024, Oktober 14). *Rute Bus Trans Jatim Lengkap Koridor 1-5*. <https://www.detik.com/jatim/berita/d-7587500/rute-bus-trans-jatim-lengkap-koridor-1-5>
- Rahman, M. A., & Arusita, D. R. (2024). Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk (Studi Kasus Pada Toko Batik Benang Raja Surabaya). *Jurnal Baruna Horizon*, 7(1), 32–41. <https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v7i1.143>
- Rahmawati, D. D. (2020). Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Travel. *Bongaya Journal for Research in Management (BJRM)*, 3(2), 21–27. <https://doi.org/10.37888/bjrm.v3i2.239>
- Rahmawati, S., & Pratama, I. N. (2023). *Pengaruh Penggunaan Transportasi Berkelanjutan terhadap Kualitas Udara dan Kesejahteraan Masyarakat*. 1(2).
- Rangkuti, F. (2011). *Riset Pemasaran*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rasjid, A., & Laksono, A. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Kasus Pelanggan Grab di Kota Palembang). *Jurnal Manajemen*, 9(4), 1–16. <https://doi.org/10.36546/jm.v9i4.499>
- Reinhard, E., Carrino, L., Courtin, E., Van Lenthe, F. J., & Avendano, M. (2019). Public Transportation Use and Cognitive Function in Older Age: A Quasiexperimental Evaluation of the Free Bus Pass Policy in the United Kingdom. *American Journal of Epidemiology*, 188(10), 1774–1783. <https://doi.org/10.1093/aje/kwz149>
- Riadi, M., Kamase, J., & Mapparenta. (2021). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Toyota (Studi Kasus Pada PT. Hadji Kalla Cabang Alauddin). *Journal of Management Science (JMS)*, 2(1).

- Rifa'i, B., Mitariani, N. wayan E., & Imbayani, I. G. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet di Gallery Smartfren Denpasar. *VALUES*, 1(4).
- Rifa'i, K. (2023). *Kepuasan Konsumen* (12 ed.). UIN KHAS Press.
- Rijal, F. (2024). Harga Dan Kualitas Produk Mainan Jakarta Toys Kota Meulaboh: Penetapan Harga dan Kualitas Produk Mainan Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Islam. *J-SEN: JURNAL EKONOMI SYARIAH DAN BISNIS ISLAM*, 3(2).
- Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Heliyon*, 5(10), e02690. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02690>
- Rochma, F., Sholichah, A., Safia, A. R. D., Vernandia, A. L., Islamiyah, I., & Maulidiya, M. A. (2024). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Geprek John HK*.
- Rooroh, A. R., & Manengkey, J. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mobil Terios Pada PT Astra Internasional Tbk Cabang Malalayang Manado. *ECOTAL: Economics and Digital Business Review*, 3(1), 158–171.
- Sa'diah, E. H., Aini, M., Mardiah, D., Hanifan, & Apriliani, A. (2024). Kualitas Pelayanan Transportasi Publik. *Karimah Tauhid*, 3(2), 2012–2021. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i2.12027>
- Saipuloh, Y. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Hotel The Westin Jakarta. *ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1).
- Saladin, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian* (3 ed.). CV Linda Karya.
- Salim, H. (2023). *Fenomena Urbanisasi Kota Surabaya (Studi Pertambahan Penduduk Berusia Muda)*.
- Sani, I., Karnawati, T. A., & Ruspitasari, W. D. (2024). The Impact of Service Quality on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction of PT Multicom Persada International Jakarta. *DINASTI INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT SCIENCE (DIJMS)*, 5(3). <https://doi.org/10.31933/dijms.v5i3>
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun). *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 16(01).
- Saraswati, M. T., Lestari, H., Rostyaningsih, D., & Soedarto, J. H. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Bus Rapid

Transit (BRT) di Kota Semarang. *Journal of Public Policy and Management Review*, 10(3).

- Sari, M. N. V. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, Pengalaman Dan Pendapatan Terhadap Minat Beli pada Platform E-Commerce Shopee (Studi Wali Murid dan Guru SDN 02 Jeru Tumpang). *Al-Iqtishod : Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1), 126–138. <https://doi.org/10.51339/iqtis.v6i1.2240>
- Sembiring, D. A. B., Sinaga, A. A. P., & Panjaitan, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kepercayaan, dan Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Umum (Studi Pada Pelanggan Bus Medan Jaya di Kota Medan). *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 9(2).
- Septiani, R. (2020). Pengaruh E-Service Quality, Persepsi Harga, dan Promosi Penjualan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Jasa Transportasi Online Gojek di Yogyakarta). *JIM : Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2). <http://dx.doi.org/10.21831/jim.v17i2.34781>
- Sianipar, G. J. M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan GrabBike Di Kota Medan). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 183–196. <https://doi.org/10.54367/jmb.v19i2.576>
- Sinollah, S., & Masruroh, M. (2019). Pengukuran Kualitas Pelayanan (Servqual “Parasuraman) Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada Toko Mayang Collection cabang Kepanjen. *DIALEKTIKA : Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 4(1), 45–64. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v4i1.285>
- Sugiyono, Prof. Dr. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1 ed.). Alfabeta.
- Suhardi, Y., Zulkarnaini, Burda, A., Darmawan, A., & Oktavia, L. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *LPMP Imperium*, 4(2), 583–594. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v4i1.381>
- Susanto, P. C., Arini, D. U., Yuntina, L., Soehaditama, J. P., & Nuraeni, N. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1.504>
- Susanto, R., Fanani, Z., Nuh, M., & Widagdo, S. (2020). A STRATEGY FOR RESILIENCE PUBLIC TRANSPORTATION DEVELOPMENT IN MALANG CITY. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 106(10), 229–239. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2020-10.25>
- Syahreza, I. P., & Nurmina, N. (2024). Pengaruh Psychological Comfort Terhadap Customer Satisfaction Coffee Shop di Kota Padang. *Observasi : Jurnal*

- Telagawathi, N. L. S. (2019). Nilai Yang Dipersepsikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan Industri Jasa Perbankan di Kota Denpasar. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(2). <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v7i2.17669>
- Tito, A. C. P., & Parahiyangan, P. (2022). Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan Melalui Aspek Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus pada PT Agronesia Saripetojo Bandung). *Journal of Accounting and Business Studies*, 07(1), 38–48.
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran* (1 ed.). Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran* (2 ed.). Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik* (2 ed.). Andy.
- Udo, G. J., Bagchi, K. K., & Kirs, P. J. (2010). An assessment of customers' e-service quality perception, satisfaction and intention. *International Journal of Information Management*, 30(6), 481–492. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2010.03.005>
- Ulfa, F., Zuraidah, S., & Akbardianysah. (2022). Analisis strategi pemasaran produk dendeng ikan di UMKM Belia Jaya Kabupaten Aceh Besar. *Jurnal Sosial Ekonomi Perikanan*, 8(2), 95–102.
- Vaniara, F. V., & Pramono, R. (2022). The Effect of Perceived Value, Customer Satisfaction and Trust on Customer Loyalty at the Dm Clinic in East Jakarta. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(3). <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Vivi, O., Widiastuti, T., & Suhaji, S. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ilmiah Aset*, 23(1), 53–62. <https://doi.org/10.37470/1.23.1.177>
- Wahyudianto, M. Z. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli BUTUHBAJU.COM. *PERFORMA*, 5(4), 311–319. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i4.1786>
- Wibowati, J. (2021a). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 15–31. <https://doi.org/10.36546/jm.v8i2.348>
- Wibowati, J. (2021b). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 15–31. <https://doi.org/10.36546/jm.v8i2.348>
- Wibowo, P. A., Ngaijan, N., Sumantri, A. S., & Supriyanto, S. (2023). Analisis Faktor Pengaruh Pemilihan Kereta Api Sebagai Moda Transportasi. *Jurnal*

Ekonomi, Bisnis dan Manajemen, 2(3), 361–378.
<https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i3.1914>

Wijaya, C. (2019). Pelanggan dan Kepuasan. *SABILARRASYAD: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Kependidikan*, 4(2).
<https://doi.org/10.46576/jsa.v4i2.726>

Wiyase, I. G. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Moderating. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN, EKONOMI BISNIS, KEWIRAUSAHAAN*, 10(1).

Wulandari, O. A. D., Suroso, A., & Setyanto, R. P. (2019). Pengaruh Citra Destinasi dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pengunjung di Owabong melalui Kepuasan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*, 21(2). <https://doi.org/10.32424/jeba.v21i2.1319>

Zai, K. S., & Lase, N. K. (2022). The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction in CV. Golden Mart Gunungsitoli City. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 1290–1296.

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1988). Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality. *Journal of Marketing*, 52(2), 35–48. <https://doi.org/10.1177/002224298805200203>

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A