

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN  
(Studi Pada Ekspedisi Wahana *Express*)**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai  
Derajat Sarjana Manajemen



Disusun Oleh:

**Syaifullah Fattah Perdana**

**201810160311688**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN  
(Studi Pada Ekspedisi Wahana Express)

Oleh:

Syaifullah Fattah Perdana  
201810160311688

Malang, 4 Agustus 2023

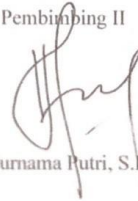
Telah disetujui oleh:

Pembimbing I



Dr. Ratih Julianti, M.Si

Pembimbing II



Viajeng Purnama Putri, S.E., M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
(Studi pada Ekspedisi Wahana Express)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Syaifullah Fattah Perdana  
NIM : 201810160311688  
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 45248 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.  
Penguji II : Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.BA.  
Penguji III : Viajeng Purnama Putri, S.E., M.M.  
Penguji IV : Dr. Dra. Ratih Juliati, M.Si.

1.....  
2.....  
3.....  
4.....

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
(Studi pada Ekspedisi Wahana Express)**

Oleh :

**Syaifullah Fattah Perdana**

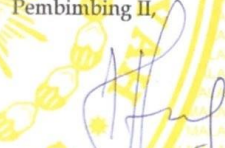
201810160311688

Diterima dan disetujui  
pada tanggal 4/5/2018

Pembimbing I,

  
Dr. Dra. Ratih Juliati, M.Si.


Pembimbing II,

  
Viajeng Purnama Putri, S.E., M.M.

Dean Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

  
Prof. Dr. Idah Zahroh, M.M.

Chairman of Department,

  
Dr. Nurul Asfiah, M.M.

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Syaifullah Fattah Perdana  
NIM : 201810160311688  
Program Studi : Manajemen  
Email : [Syaifullahfattah10@gmail.com](mailto:Syaifullahfattah10@gmail.com)

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar asli dan hasil karya sendiri, baik Sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (plagiarism) dari hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan atau sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar Pustaka. Sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebesar-besarnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 4 Agustus 2023



Syaifullah Fattah Perdana  
201810160311688

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN  
(Studi Pada Ekspedisi Wahana Express)**

Syaifullah Fattah Perdana

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Malang  
Jln. Raya Tlogomas No. 246 Malang  
Email : [Syaifullahfattah10@gmail.com](mailto:Syaifullahfattah10@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan terhadap pelanggan Ekspedisi Wahana Express di Kota Malang, dengan tujuan penelitian untuk mengetahui: (1) pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, (2) pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan, dan (3) variabel dominan yang memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif, melalui analisis rentang skala dan analisis regresi linier berganda menggunakan alat bantu Program SPSS 25, serta menggunakan sebanyak 140 responden. Penelitian ini menggunakan Teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Dari hasil penelitian tersebut diperoleh hasil: (1) kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (2) harga memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan (3) kualitas layanan adalah variabel dominan yang memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci** – Kualitas Layanan, Harga, Kepuasan Pelanggan

# ***IMPACT OF SERVICE QUALITY AND PRICE ON CUSTOMER***

## ***SATISFACTION***

***(Study at Wahana Express Expedition)***

Syaifullah Fattah Perdana

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Malang  
Jln. Raya Tlogomas No. 246 Malang  
Email : [Syiaifullahfattah10@gmail.com](mailto:Syiaifullahfattah10@gmail.com)

### ***ABSTRACT***

*This research was conducted on customers of the company, with the aim of researching to know: (1) the impact of the quality of service on customer satisfaction, (2) the influence of the price in terms of customer satisfying, and (3) the dominant variables that affect the satisfaction of the customer. The study used a quantitative method approach, through scale range analysis and double linear regression analysis using the help of the SPSS 25 Program, and used as many as 140 respondents. This research uses non-probability sampling techniques with a purposive sampler approach. The results of the research resulted: (1) the quality of the service has a positive and significant impact on customer satisfaction, (2) the price has a negative and significant effect on client satisfaction and (3) the service quality is the dominant variable that affects customers satisfaction.*

**Kata Kunci** – *Service Quality, Price, Customer Satisfaction*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji dan Syukur kita panjatkan kepada Allah Subhanahu Wata'ala. Dzat yang hanya kepada-Nya memohon pertolongan. Alhamdulillah atas segala pertolongan, rahmat, dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Ekspedisi Wahana Express)”. Shalawat dan salam kepada Rasulullah Shallallahu Alaihi Wasallam yang senantiasa menjadi sumber inspirasi dan teladan terbaik untuk umat manusia.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Fauzan, M.Pd Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Ibu Dr. Idah Zuhro, M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Ibu Dr. Nurul Asfiah, M.M. Selaku Ketua Prodi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Ibu Dr. Ratih Julianti, M. Si. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah berbaik hati meluangkan waktu serta membimbing dan memberi arahan terhadap penulis.
5. Ibu Viajeng Purnama Putri, S.E., M.M Selaku Dosen Pembimbing II yang telah berbaik hati meluangkan waktu serta memberikan arahan dan motivasi terhadap penulis.



6. Terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu saya, Ibunda Ma'rufah yang telah banyak memberikan doa, ridho dan dukungan yang tidak pernah putus dan juga pengorbanan baik secara moral maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
7. Terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Ayah saya, Djoko yang telah banyak memberikan doa, ridho dan dukungan yang tidak pernah putus dan juga pengorbanan baik secara moral maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
8. Sahabat-sahabat saya yang telah memberikan semangat serta menemani penulis untuk selalu mengerjakan skripsi ini.
9. Teman-teman kelas M 2018 yang selalu kompak dan menyemangati penulis.

Terima kasih penulis juga ucapkan untuk semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Akhir kata penulis menyadari bahwa tidak ada yang sempurna, penulis masih melakukan kesalahan dalam penyusunan skripsi. Oleh karena itu, penulis meminta maaf yang sedalam-dalamnya atas kesalahan yang dilakukan penulis.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan referensi demi pengembangan ke arah yang lebih baik. Kebenaran datangnya dari Allah dan kesalahan datangnya dari diri penulis. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan Rahmat dan Ridho-Nya kepada kita semua.

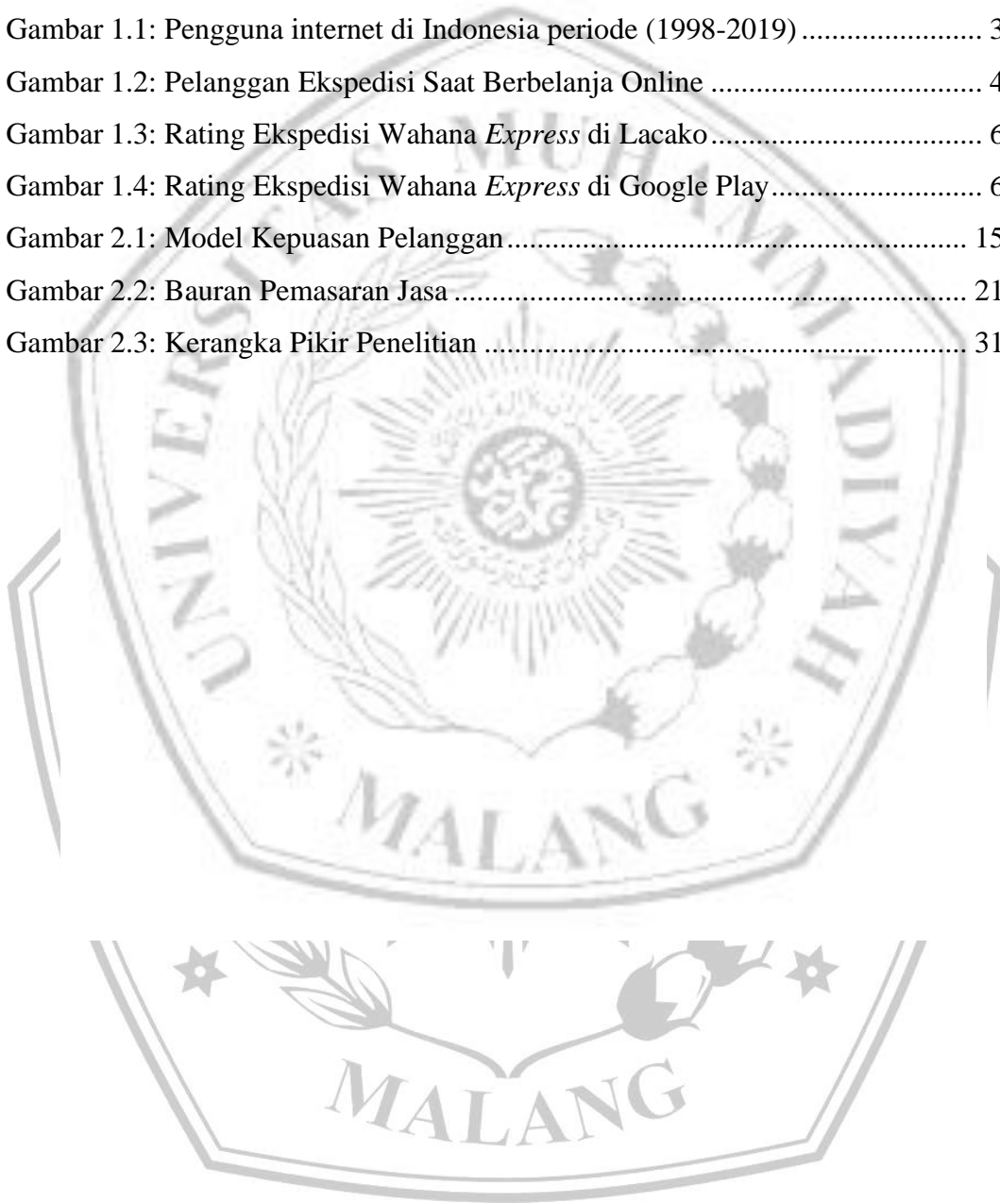
## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	I
LEMBAR PENGESAHAN .....	II
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	IV
ABSTRAK.....	V
<i>ABSTRACT</i> .....	VI
KATA PENGANTAR .....	VII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR .....	XI
DAFTAR TABEL.....	XII
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	12
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian .....	13
D. Manfaat Penelitian .....	14
BAB II.....	14
LANDASAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS.....	14
A. Penelitian Terdahulu .....	14
B. Landasan Teori.....	31
C. Kerangka Berpikir.....	31
D. Hipotesis .....	31
BAB III .....	34
METODE PENELITIAN.....	34
A. Lokasi Penelitian.....	34
B. Jenis Penelitian.....	34
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	34
D. Definisi Operasional Variabel.....	36
E. Data dan Sumber Data .....	39
F. Teknik Pengumpulan Data.....	39
G. Teknik Pengukuran Data.....	41
H. Uji Instrumen .....	42

I. Uji Asumsi Klasik.....	44
J. Teknik Analisis Data.....	45
K. Uji Hipotesis .....	47
BAB IV .....	49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	49
L. Hasil Uji Instrumen.....	53
M. Hasil Analisis Data .....	57
N. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	67
O. Analisis Regresi Linier Berganda .....	69
P. Hasil Uji Hipotesis.....	71
Q. Pembahasan Hasil Penelitian .....	73
BAB V .....	77
PENUTUP .....	77
A. Kesimpulan .....	77
B. Keterbatasan.....	78
C. Saran .....	78
DAFTAR PUSTAKA .....	82
LAMPIRAN.....	87

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Pengguna internet di Indonesia periode (1998-2019).....	3
Gambar 1.2: Pelanggan Ekspedisi Saat Berbelanja Online .....	4
Gambar 1.3: Rating Ekspedisi Wahana <i>Express</i> di Lacako.....	6
Gambar 1.4: Rating Ekspedisi Wahana <i>Express</i> di Google Play.....	6
Gambar 2.1: Model Kepuasan Pelanggan.....	15
Gambar 2.2: Bauran Pemasaran Jasa .....	21
Gambar 2.3: Kerangka Pikir Penelitian .....	31



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Daftar Harga dan Estimasi Hari (Surabaya-Jakarta).....	5
Tabel 1.2: Peringkat ekspedisi terbaik di indonesia tahun 2021 .....	5
Tabel 1.3: Data Total Jenis Keluhan Pelanggan .....	7
Tabel 3.1: Definisi Operasional Variabel.....	37
Tabel 3.2: Skala Likert Lima Poin .....	41
Tabel 3.3: Rentang Skala Penelitian .....	46
Tabel 4.1: Distribusi Frekuensi Usia Responden .....	50
Tabel 4.2: Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden .....	51
Tabel 4.3: Distribusi Frekuensi Pekerjaan Responden .....	52
Tabel 4.4: Distribusi Frekuensi Pendapatan Responden.....	52
Tabel 4.5: Rekapitulasi Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 4.6: Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4.7: Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan.....	57
Tabel 4.8: Distribusi Frekuensi Kualitas Layanan .....	59
Tabel 4.9: Distribusi Frekuensi Harga .....	66
Tabel 4.10: Rekapitulasi Hasil Uji Normalitas .....	67
Tabel 4.11: Rekapitulasi Hasil Uji Multikolinieritas .....	68
Tabel 4.12: Rekapitulasi Nilai Unstandardized B.....	69
Tabel 4.13: Rekapitulasi Hasil Nilai Signifikansi.....	71
Tabel 4.14: Rekapitulasi Nilai Standardized Coefficient Beta .....	72

## DAFTAR PUSTAKA

- Agesti, N., Mohammad, Ridwan, S., & Budiarti, E. (n.d.). *Comparative Study of Post-Marriage Nationality of Women in Legal Systems of Different Countries International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding the Effect of Viral Marketing, Online Customer Review, Price Perception, Trust on Purchase Decisions with Lifestyle as Intervening Variables in the Marketplace Shopee in Surabaya City.* <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v8i3.2526>
- Alma, Buchari. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Adisaputro, G. 2010. *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: STIM YKPN.
- Ramadhini (2022). "Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume6. No 5. hlm 2461-0593.
- Muksin. (2020). "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadapKepuasan Konsumen", *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume 5. Nomor 3.
- Augusty, Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Amstrong, Kotler. (2016). *Marketing an Introduction*, Edisi 13, USA: Perason Education
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Amstrong, Kotler. (2003). *Prinsip - Prinsip pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks
- Andreas Priyono. (2008). *Bahan Ajar Penelitian Tindakan Kelas*. Program sertifikasi guru jalur Pendidikan. Unnes.
- Andryusalfikri, Wahab, Z., & Widiyanti, M. (2019). *Effect of Trust, Quality of Products and Quality Services on Purchase Decisions on E-Commerce Shopee in Palembang City*. *International Journal of Management and Humanities*, 3(12), 1–6. <https://doi.org/10.35940/ijmh.L0313.0831219>
- Ahmad Tanzeh. (2011). *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.

- Arisqa, Anna dan Viola De Yusa. (2019). Pengaruh Kepercayaan (*Trust*) Menggunakan *E-Commerce* Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Bisnis Darmajaya* Vol.05 No. 01.
- Assauri, S. (2004). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Edisi Revisi. Lembaga Penerbit FE-UI, Jakarta.
- Bitner, Zeithaml. (2003). *Reasessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implication for Further Research*. *Journal of Marketing*. January (58) 111-124.
- Chin, W. W. (1998). *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling*. *Modern Methods for Business Research*, 295, 336.
- Cristina Widya Utami, (2006). *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel Modern)*; Jakarta: Salemba Empat.
- Donni, Junni Priansa. (2017). *Perilaku Pelanggan dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Esa Indra Mustika, & Antoni Ludfi Arifin. (2021). *The Influence of Trust and Information Quality on Online Purchase Decision in The Shopee Application (A Case Study on PT Sri Bogor's Employee)*. *International Journal of Social Science*, 1(2), 37-42-  
<https://doi.org/10.53625/ijss.v1i2.134>
- Fataron, Z. A., & Rohmah, H. (2020). *Effect Analysis of Trust, Ease, Information Quality, Halal Product on Online Purchase Decision of 2016-2018 Batch Students of Islamic Economics Study Program in UIN Walisongo at Shopee Marketplace*. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 1(1), 1.  
<https://doi.org/10.21580/jdmhi.2019.1.1.4772>
- Ferrinadewi, E. (2005). Pengaruh Tipe Keterlibatan Pelanggan Terhadap Kepercayaan Merek dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol.17, No. 1.
- Freddy Rangkuti. (2002). *Creating Effective Marketing Plan*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gronroos, C. (1984). *A Service Quality Model and its Marketing Implications*. European Journal of Marketing, 18(4), 36-44.
- Jasfar, Farida. (2009). *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, Bogor: Ghalia Indonesia
- James, F.Engel et. al. (1968). *Consumer Behavior*. Illinois: The Dryden Press.100 hal.
- Kothari, K. H. (2004). *Research Methodology: Method & Techniques*. New Delhi: New Age International (P) Ltd.
- Kotler dan Keller. (2012), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Mbete, G. S., & Tanamal, R. (2020). *Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of Quality of Information, and Brand Image of Consumer Purchase Decision on Shopee Online Purchase*. Jurnal Informatika Universitas Pamulang, 5(2), 100. <https://doi.org/10.32493/informatika.v5i2.4946>
- McKnight, et al. (2002). *The Impact of Initial Consumer Trust on Intentions to Transact with Website: A Trust Building Model*. Journal of Strategic Information System, 297-323
- Moorman, Christine, Rohit Deshpande, dan Gerald Zaltman. (1993). *Factors Affecting Trust in Market Research Relationships*. Journal of Marketing. Vol 57. pp 81-101.
- Monroe, K. B. (1990). *Pricing: Making Profitable Decisions*. New York: McGraw-Hill.
- Mowen, John C dan Michael Minor. (2002). *Perilaku Pelanggan*. Jilid Satu Edisi Kelima. Alih Bahasa Lina Salim. Jakarta: Erlangga.
- Mudrajad, Kuncoro. (2013). *Mudah Memahami dan Menganalisis Indikator Ekonomi*". Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Mukarom Zaenal dan Laksana Muhibudin. (2015). *Manajemen Public Relation*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Nita, L., Pasi, K., & Sudaryanto, B. (2021). *Analisis Pengaruh Online Customer Reviews dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Shopee di Kota Semarang)*. Diponegoro Journal of Management, 10(3). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Nurmanah, Ima, and Edi Suswardji Nugroho. (2021). *Pengaruh Kepercayaan (Trust) dan Kualitas layanan Online (E-Service Quality) Terhadap*



Keputusan Pembelian *Online Shop* Bukalapak. At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen 5(1):11. [doi: 10.31602/atd.v5i1.3384](https://doi.org/10.31602/atd.v5i1.3384).

Octa Melani, D., & Kunci, K. (n.d.). *MMS Marketing Management Studies The Influence of E-Service Quality, E-Trust and E-Satisfaction Toward E-Loyalty on Shopee Online Shopping Application Users*. <https://doi.org/10.24036/jkmp.v1i1>.

Peter, J. Paul and Jerry, C. Olson. (2013). *Perilaku Pelanggan dan Strategi Pemasaran* Terjemahan oleh Diah Tantri Dwiandani Edisi Kesembilan Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Peter, J. Paul dan Jerry, C. Olson. (2000). *Consumer Behavior* Jilid II diterjemahkan oleh Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.

Putranto, A. T. (2022). *Influence Of Service Quality and Promotion on Purchase Decisions in PT. Ace Hardware Indonesia Tbk Cabang Lipo Karawaci*. 2(1). <https://doi.org/10.53067/ije3.v2i1>

Retnowati, E., & Mardikaningsih, R. (2021). *Study on Online Shopping Interest Based on Consumer Trust and Shopping Experience*. *Journal of Marketing and Business Research* (Vol. 1, Issue 1).

Salim, Syahrudin. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Cipta Pustaka

Sangadji & Sopiah. (2013). *Perilaku Pelanggan: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.

Schiffman dan Kanuk. (2007). *Perilaku Pelanggan*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.

Schiffman & Kanuk. (2004). *Perilaku Pelanggan* (edisi 7). Jakarta: Prentice Hall.

Sekaran, Uma dan Roger Bougie. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (Edisi 6). Buku 1. Cetakan kedua. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D - MPKK*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.

Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sumarwan, Ujang. (2011). *Riset Pemasaran dan Pelanggan*. Bogor: IPB Press

- Sumadi Suryabrata, (1988), “Metodologi Penelitian”, CV. Rajawali, Jakarta.
- Tjiptono, F. (2012). *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Trisnawati, W., & Wulandari, D. (2022). *The Effect of Product Quality, Trust, and Electronic Word of Mouth (E-Wom) on Purchase Intention and Purchase Decisions for Fashion Products on the Shopee Marketplace*. 24(9), 70–74. <https://doi.org/10.9790/487X-2409027074>.
- Vierdwiyani, D., & Syafarudin, A. (2020). *Analysis of Service Quality and Brand Image on Customer Satisfaction Through Purchase Decisions as Intervening Variable (Case Study E-Commerce Shopee at Villa Galaxy Housing RT 002*. 1(6). <https://doi.org/10.31933/DIJMS>
- Wilistyorini, V., & Sussanto, H. (2022). *The Effect of Product Quality, Service Quality, Price, and Trust on Purchase Decisions (Case Study on Shopeefood Users)*. IJME Journal (Vol. 1, Issue 3).
- Yuliani, S. D., & Setyaningsih, N. D. (2020). Faktor Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak dengan Kesadaran Perpajakan sebagai Variabel *Moderating*. El Muhasaba Jurnal Akuntansi, 11(1), 1.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). *The Behavioral Consequences of Service Quality*. Journal of Marketing, 60(2), 31-46.

# PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Ekspedisi Ekspedisi Wahana Express)

## ORIGINALITY REPORT

<b>3%</b> SIMILARITY INDEX	<b>2%</b> INTERNET SOURCES	<b>0%</b> PUBLICATIONS	<b>3%</b> STUDENT PAPERS
-------------------------------	-------------------------------	---------------------------	-----------------------------

## PRIMARY SOURCES

<b>1</b> Submitted to Ajou University Graduate School Student Paper	<b>2%</b>
<b>2</b> konsultasiskripsi.com Internet Source	<b>2%</b>

Exclude quotes  On  
Exclude bibliography  On

Exclude matches  < 2%