

---

# Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan *Service* pada Dealer Honda PT. Kembang Dwi Lestari di Mengwi, Badung

Ni Putu Cening Ayu Puspa Yanti <sup>(1)</sup>

I Wayan Suartina <sup>(2)</sup>

Putu Atim Purwaningrat <sup>(3)</sup>

<sup>(1)(2)(3)</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia  
e-mail: [ceningspuspa@gmail.com](mailto:ceningspuspa@gmail.com)

## ABSTRACT

*The purpose of this study is to determine the effect of product quality, service quality and price on customer service satisfaction at Honda Dealer PT. Kembang Dwi Lestari in Mengwi. The number of subscribers in this study is 1,377 subscribers in 2022, so the number of respondents can be determined by the Slovin formula, so there are no less than 93 respondents. Sampling method with purposive sampling method and data collection method with observation, interview, literature and questionnaire distribution. The data analysis techniques used are multiple linear regression analysis, determination coefficient analysis, F test and t test. The results of the analysis show that product quality has a partial positive and significant effect on consumer satisfaction, so hypothesis 1 is accepted. Service quality partially has a positive and significant effect on customer satisfaction, so hypothesis 2 is accepted. Price partially has a positive and significant effect on customer satisfaction, so hypothesis 3 is accepted, and product quality, service quality and price have a significant effect on customer satisfaction simultaneously, so hypothesis 4 is accepted.*

**Keywords:** *Product Quality ; Quality of Service; Price; Customer Satisfaction*

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan *service* pada Dealer Honda PT. Kembang Dwi Lestari di Mengwi. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 1.377 orang pelanggan pada tahun 2022, maka dengan rumus slovin dapat ditentukan jumlah responden yaitu sebanyak 93 responden. Metode penentuan sampel dengan menggunakan metode purposive sampling serta metode pengumpulan data dengan observasi, wawancara, studi pustaka dan penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda, analisis koefisien determinasi, uji F dan uji t. Hasil analisis didapatkan bahwa Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial maka hipotesis 1 diterima, Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial maka hipotesis 2 diterima, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial maka hipotesis 3 diterima dan Kualitas produk, Kualitas pelayanan dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan secara simultan maka Hipotesis 4 diterima.

**Kata kunci:** *Kualitas Produk ; Kualitas Pelayanan ; Harga ; Kepuasan Pelanggan*

---

## Pendahuluan

Salah satu perkembangan teknologi yang paling cepat berkembang adalah sepeda motor. Pemilik sepeda motor selalu berharap agar kendaraannya selalu dalam kondisi prima selama digunakan. Oleh karena itu, diperlukan perawatan atau perbaikan berkala pada bagian yang rusak. Bengkel perawatan dan perbaikan diperlukan untuk perawatan dan perbaikan sepeda motor. Pesatnya perkembangan jumlah sepeda motor membuka peluang berdirinya bengkel-bengkel perawatan. Hal ini semakin memperketat persaingan untuk mendapatkan pelanggan, karena hidup matinya tempat kerja ini sangat ditentukan oleh evaluasi atau respon terhadap pelayanan yang diberikan. Aulia (2017), perusahaan yang memuaskan sebagian besar kebutuhan pelanggannya dari waktu ke waktu disebut perusahaan berkualitas, tetapi kita harus membedakan antara pemenuhan kualitas dan kinerja (atau tingkat kualitas). Menurut Kotler dan Armstrong (2012:299) menyatakan: “Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk kemudahan penggunaan, keandalan, kemudahan penggunaan dan perbaikan, dan nilai-nilai lain dari produk tersebut.”

Di era perdagangan bebas seperti sekarang ini, dimana persaingan produk semakin marak, maka sangat penting untuk mengedepankan kualitas produk dan jasa, karena jika tidak menekankan hal tersebut maka konsekuensi logisnya adalah kualitas produk ; dan layanan menurun Produk dan layanan yang ditawarkan dapat menggantikan kualitas produk dan layanan, hal serupa lainnya yang meyakinkan pelanggan. Penelitian dari Lesmana & Ratnasari (2017), dan Suryatama (2017), dinyatakan juga bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, jika kualitas produk yang baik adalah harapan pelanggan yang harus dipenuhi oleh perusahaan, karena kualitas produk yang baik adalah kunci untuk mengembangkan produktivitas perusahaan dan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, hasil yang berbeda disampaikan Izzuddin & Muhsin (2020), menyebutkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti terdapat *research gap* yang berbeda dari beberapa hasil penelitian terdahulu.

Harga adalah nilai total dari segala sesuatu yang ditawarkan produsen kepada pelanggan mereka untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan produk atau layanan. Tjipton (2015:154) menyatakan bahwa penetapan harga adalah keputusan perusahaan atas tingkat harga umum yang berlaku untuk produk tertentu relatif terhadap harga pesaing. Penelitian Rasjid dan Lakson (2019), Rembang et al. (2021) dan Doni Putra dkk. (2017) menemukan dalam penelitiannya bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, menurut penelitian tersebut. Pertama oleh Budiyanto (2018), dan Zakaria juga menjelaskan bahwa

pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain pelayanan dan kualitas produk, harga juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Iran (2002:38) Untuk pelanggan yang sensitif, harga murah biasanya merupakan faktor kepuasan yang penting karena mereka mendapatkan nilai uang. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga, sedangkan hasil yang berbeda penting oleh Izzuddin & Muhsin (2020), menyebutkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini bahwa terdapat *research gap* yang berbeda dari beberapa hasil penelitian terdahulu.

Persaingan dalam penjualan mobil telah mendorong peritel sepeda motor untuk secara konsisten menjadi peritel favorit pelanggannya dan mempertahankan pelanggannya. Setiap perusahaan harus menyusun strategi bersaing yang baik dan terpadu, karena persaingan merupakan kunci sukses tidaknya perusahaan. Persaingan yang semakin ketat dari pesaing berarti perusahaan selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan serta berusaha untuk memenuhi harapan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dari pada pesaing. Oleh karena itu, hanya perusahaan berkualitas tinggi yang dapat bersaing dan menguasai pasar.

Penelitian ini berfokus pada kepuasan pelanggan dalam hal *service* dengan menganalisis pengaruh dari kualitas produk *spare part*. Banyaknya keluhan dan komplain terkait kualitas produk pada PT. Kembang Dwi Lestari menjadikan kepuasan pelanggan menurun, salah satunya produk pelengkap kendaraan sering memiliki kualitas yang kurang bagus terutama setelah melakukan *service* kendaraan atau penggantian alat-alat pelengkap kendaraan dimana setelah pemakaian beberapa hari setelah *service* masih dalam keadaan yang tidak maksimal, sehingga pelanggan harus datang ketempat *service* kendaraan lagi ditempat lainnya.

**Tabel 1. Jumlah Kunjungan Pelanggan yang Melakukan *Service* Kendaraan Tahun 2022**

No	Bulan	Jumlah (org)	Jenis Service
1	Januari	108	• Ganti Oli Mesin
2	Pebruari	110	• Ganti Oli Gardan
3	Maret	112	• <i>Service Tune Up</i>
4	April	110	• Ganti busi
5	Mei	115	• Ganti kampas rem
6	Juni	125	• Ganti filter udara
7	Juli	114	• Perawatan Aki
8	Agustus	115	
9	September	123	
10	Oktober	117	
11	November	121	
12	Desember	107	
	<b>Total</b>	<b>1.377</b>	
	<b>Rata-rata</b>	<b>114,75</b>	

Sumber : Data diolah (2023)

---

Tabel 1 memperlihatkan bahwa jumlah pelanggan yang melakukan *service* kendaraan mengalami fluktuasi yang cukup signifikan, dimana jumlah pelanggan yang *service* tertinggi pada bulan Juni yaitu sebanyak 125 orang, sedangkan terendah terjadi pada bulan desember yaitu 107 orang. Adanya fluktuasi pada jumlah pelanggan yang melakukan *service* dikarenakan adanya keluhan dan komplain yang dirasakan oleh konsumen seperti hasil *service* yang tidak bagus.

Pada PT. Kembang Dwi Lestari di Mengwi harga yang ditawarkan untuk *spare part* yang tidak diberikan secara detail rincian harganya membuat pelanggan tidak mengetahui harga asli dan detail lainnya terkait *spare part* yang akan dibeli, selain itu harga kendaraan saat melakukan *service* juga diakumulasikan saja tanpa diperjelas dengan rincian produk-produk *service* atau *spare part* yang digunakan dan harga untuk jasa *service* lebih mahal dibandingkan kompetitornya. Perbandingan harga untuk jasa *service* kendaraan pada PT. Kembang Dwi Lestari dengan kompetitor atau perusahaan lainnya yang menjual jasa *service* kendaraan sepeda motor, adanya perbedaan harga untuk jasa *service* sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena harga merupakan tolak ukur bagi pelanggan untuk membeli atau menggunakan jasa dalam perusahaan.

Berdasarkan fenomena dan *research gap* yang didapatkan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan *Service* Pada Dealer Honda PT. Kembang Dwi Lestari di Mengwi, Badung”. Sehingga dapat disusun hipotesis penelitian sebagai berikut : H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan *Service* pada PT. Kembang Dwi Lestari di Mengwi. H2 : Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan *Service* pada PT. Kembang Dwi Lestari di Mengwi. H3 : Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan *Service* pada PT. Kembang Dwi Lestari di Mengwi. H4 : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan *Service* pada PT. Kembang Dwi Lestari di Mengwi.

## Metode Penelitian

Obyek yang diteliti pada penelitian ini adalah Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan *Service*. Data primer pada penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuisisioner kepada pelanggan yang melakukan *service* di PT. Kembang Dwi Lestari di Mengwi. Kuisisioner tersebut berisi sejumlah pernyataan dan pertanyaan yang terkait dengan penelitian yang sedang dilakukan mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Kembang Dwi Lestari di Mengwi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang menggunakan jasa *service* pada tahun 2022, jadi

dengan rumus slovin total yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 93 orang responden. teknik pengambilan sampel ditentukan dengan metode *purposive sampling* merupakan metode pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Teknik uji menggunakan analisis regresi linear berganda melalui aplikasi SPSS versi 23. Penelitian ini termasuk sebagai penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

## Hasil Penelitian dan Pembahasan

**Tabel 1. Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	1.694	.980		1.729	.087
kualitas produk	.175	.085	.236	2.074	.041
kualitas pelayanan	.276	.068	.477	4.042	.000
harga	.157	.065	.222	2.421	.018

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan program SPSS *version 23.0 for window* pada Tabel 4.16 di atas diketahui  $a = 1,694$   $b_1 = 0,175$ ,  $b_2 = 0,276$   $b_3 = 0,157$  sehingga diperoleh persamaan regresi linier berganda adalah :  $Y = 1,694 + 0,175X_1 + 0,276X_2 + 0,157X_3$ .

**Tabel 2. Hasil Uji R<sup>2</sup> dengan Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.896 <sup>a</sup>	.802	.796	1.796

a. Predictors: (Constant), harga, kualitas produk, kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 2 hasil SPSS "*Model Summary*" dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi yang dilihat melalui *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,796. Besarnya angka koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah 0,796 sama dengan 79,6%. Hal ini menunjukkan bahwa variasi variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga dalam menjelaskan variasi variabel kepuasan pelanggan sebesar 79,6%, sedangkan sisanya sebesar 20,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel independen yang diteliti seperti loyalitas pelanggan, citra merek, *word of mouth*, bauran pemasaran dan variabel lainnya.

---

## Hasil Uji Hipotesis

Pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan *Service* (Y) berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa nilai  $t_{1\text{-hitung}}$  diperoleh sebesar 2,074 sedangkan nilai  $t_{\text{-tabel}}$  sebesar 1,986. Ternyata nilai  $t_{1\text{-hitung}}$  lebih besar dari pada nilai  $t_{\text{-tabel}}$  atau  $t_{1\text{-hitung}} = 2,074 > t_{\text{-tabel}} = 1,986$ . Maka kesimpulannya bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan *service* pada PT. Kembang Dwi Lestari di Mengwi, Badung sehingga Hipotesis 1 diterima. Hasil ini didukung penelitian dari Fabiana (2019), Mardianti *et al.*, (2020), Ghani *et al.*, (2022), serta penelitian dari Pratana dan Abadi, (2018) yang menyebutkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa kualitas produk yang baik akan memberikan dampak positif terciptanya komitmen seseorang dalam melakukan pekerjaannya, dalam penelitian ini berarti meningkatnya kepuasan pelanggan karyawan pada PT. Kembang Dwi Lestari di Mengwi, Badung.

Pengaruh Kualitas pelayanan ( $X_2$ ) Terhadap Kepuasan pelanggan *Service* (Y), berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa  $t_{2\text{-hitung}}$  diperoleh sebesar 4,042 dan  $t_{\text{-tabel}}$  sebesar 1,986. Ternyata nilai  $t_{2\text{-hitung}}$  4,042 > dari pada  $t_{\text{-tabel}}$  1,986 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *service* pada PT. Kembang Dwi Lestari di Mengwi, Badung sehingga Hipotesis 2 diterima. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Utarayana dan Adnyani (2020), Oupen *et al.*, (2021) dan Gunawan dan Ardana (2020), menyebutkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Wibawa dan Putra (2018), meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan, maka ini berarti untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan *service*, karyawan haruslah memperhatikan betul kualitas pelayanan pada PT. Kembang Dwi Lestari di Mengwi, Badung.

Pengaruh Harga ( $X_3$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan *Service* (Y), berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa  $t_{3\text{-hitung}}$  diperoleh sebesar 2,421 dan  $t_{\text{-tabel}}$  sebesar 1,986. Ternyata nilai  $t_{3\text{-hitung}}$  2,421 > dari pada  $t_{\text{-tabel}}$  1,986, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan *service* pada PT. Kembang Dwi Lestari di Mengwi, Badung sehingga Hipotesis 3 diterima. Hasil ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Mardianingsih (2021), Ananda (2020), Darmawan *et al.* (2021), menyebutkan dalam penelitiannya bahwa harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jadi jika harga yang diberikan dalam mendukung pekerjaan sesuai dengan harapan karyawan maka karyawan akan semakin komitmen terhadap organisasi dimana

tempat mereka bekerja untuk mencapai tujuan perusahaan sesuai dengan visi dan misi perusahaan. Harga mampu memberikan dukungan bagi pelakunya dalam melaksanakan pekerjaan akan memberikan kenyamanan dan menimbulkan rasa komitmen yang tinggi terhadap PT. Kembang Dwi Lestari di Mengwi, Badung.

Pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ) dan harga ( $X_3$ ) secara simultan terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan *service* ( $Y$ ). Hasil analisis uji F menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  adalah sebesar 120,533 lebih besar dari pada nilai  $F_{tabel} = 2,71$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan *service* pada PT. Kembang Dwi Lestari di Mengwi, Badung.

### Simpulan

Hasil kesimpulan dalam penelitian ini yaitu 1) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial. 2) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial. 3) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial. 4) Kualitas produk, Kualitas pelayanan dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan secara simultan. Saran bagi PT. Kembang Dwi Lestari di Mengwi, Badung mengecek secara berkala kualitas *spare part* yang tersedia pada tempat penyimpanan, mengecek barang sebelum di pasang pada kendaraan pelanggan dan melakukan tes uji coba kelayakan *spare part* yang akan dipasang sehingga tidak ada kerusakan baik saat pemasangan atau saat diberikan kepada pelanggan. Memberikan pelatihan bagi karyawan yang bertugas pada bidang *service* kendaraan agar mampu menambah kemampuan dan membuat brosur jenis produk *spare part*, list *service* kendaraan yang berisikan rincian harga lengkap sehingga sebelum melakukan *service* atau pergantian sparepart pada kendaraan calon pelanggan mengetahui jumlah biaya yang akan dikeluarkan.

### Daftar Pustaka

- Agiesta, W., Sajidin, A., & Perwito. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan KA Lokal Bandung Raya. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(1), 1653.
- Ananda, G. C. (2020). Pengaruh lingkungan kerja, kepuasan kerja, dan stres kerja terhadap komitmen organisasi guru TK dan SD pada sekolah yayasan Perguruan Hidayatul Islamiyah di Kota Pematang Siantar. *Jurnal Abdi Ilmu*, 13(1), 142–151.
- Andriani, N. W. T., Suartina, I. W., & Mahayasa, I. G. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota dengan Kepuasan Anggota Sebagai Variabel Intervening. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(7), 1424-1436.
- Aulia, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen E-ISSN : 2461-0593*, 6(5).

- 
- Darmawan, A., Syakuro, A., & Bagis, F. (2021). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan dengan Komitmen Organisasi sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(02), 1937–1948.
- Ghani, A., Susita, D., & Suherman. (2022). Pengaruh Etos Kerja dan Iklim Organisasi Terhadap Komitmen Organisasi Karyawan Divisi Sortation Perusahaan. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(1), 71–86.
- Gunawan, I. K. A. P., & Ardana, I. K. (2020). Pengaruh Job Insecurity, Budaya Organisasi, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Komitmen Organisasional. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(5), 1858. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i05.p11>
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72–78. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v6i1.3536>
- Krismantara, K. H., Suartina, I. W., & Mahayasa, I. G. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di UD. Paon Kembar Desa Peguyangan Kangin Denpasar. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(4), 790-798.
- Lesmana, R., & Ratnasari. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran : Manajemen Pemasaran ISSN NO. (PRINT) 2598-0823, (ONLINE) 2598-2893*, 2(2), 115–129.
- Mardianti, W., Yasmin, D., & Supriadi, F. (2020). Pengaruh Etos Kerja Terhadap Komitmen Organisasional Pegawai Negeri Sipil DI Dinas Sosial Provinsi Kalimantan Barat. *Jurnal Produktivitas*, 7(1), 62–69.
- Marsalia, I. (2013). Pengaruh Etos Kerja Islam dan Gaya Kepemimpinan Transformasional Terhadap Komitmen Organisasional dan Kinerja Karyawan. *Jurnal Brawijaya*, 1.
- Oupen, S. M., Agung, A. A. G., & Yudana, I. M. (2021). Kontribusi Kepemimpinan Transformasional, Budaya Organisasi, Disiplin Kerja dan Motivasi Keracja Terhadap Komitmen Organisasional Guru SD. *Jurnal Administrastrasi Pendidikan*, 27(2), 32–41.
- Pratana, A., & Abadi, F. (2018). Analisis pengaruh etos kerja, hubungan kerja dan pengembangan karir terhadap komitmen organisasional berdampak pada kinerja karyawan. *Ikraith-Ekonomika*, 1(2), 84–92.
- Putra, A. R., & Mardikaningsih, R. (2021). Kompensasi Dan Lingkungan Kerja Serta Pengaruhnya Terhadap Komitmen Organisasi. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(1), 44. <https://doi.org/10.29040/jie.v6i1.3738>
- Suryatama, V. J. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen Mc Donald's Slamet Riyadi Surakarta). *Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Utarayana, I. G., & Dewi Adnyani, I. G. A. (2020). Pengaruh Budaya Organisasi, Motivasi Kerja, Dan Kepemimpinan Transformasional Terhadap Komitmen Organisasional. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(1), 344. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i01.p18>
- Wibawa, I. W. S., & Putra, M. S. (2018). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Komitmen Organisasional Dimediasi Kepuasan Kerja (Studi Pada Pt. Bening Badung-Bali). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(6), 3027–3058.