

Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan , Harapan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Implikasinya Terhadap Kinerja Perusahaan Distributor Queen Logistics.

Saptono Kusdanu Waskito ^{1*}, Muji Rahayu ²

¹Prodi S2 Manajemen Logistik, Fakultas Logistik, Teknologi, dan Bisnis

², Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Stan Im

Abstract

Queen Distributor Bandung (QDB) merupakan perusahaan yang menjual barang kategori Fast Moving Consumer Goods (FMCG), Penjualannya menurun. Kinerja Perusahaan QDB menurun. Ada masalah kinerja perusahaan. Penulis melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Harga Barang, Kualitas Pelayanan, Terhadap Kepuasan Pelanggan serta Implikasinya Pada Kinerja Perusahaan dengan Transformasi Digital sebagai variable moderasi. Hasil penelitian membuktikan nilai T Statistic di atas 1,960 dan nilai p value yang di bawah 0,050. Artinya Pengaruh positif dan signifikan Harga Barang, Kualitas Pelayanan, Terhadap Kepuasan Pelanggan serta Implikasinya Pada Kinerja Perusahaan dengan Transformasi Digital sebagai variable moderasi. Penulis memberikan rekomendasi sebaiknya yang harus diperbaiki terlebih dahulu guna meningkatkan kepuasan pelanggan adalah memenuhi harapan pelanggan. Penulis menyarakna sebaiknya QDB memberikan harga yang barang yang murah, ada potongan harga, pelunasan dapat diangsur, kualitas barang yang bagus tidak mudah rusak, busuk.

Keywords: Harga, Kualitas Pelayanan, Harapan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

Copyright (c) 2024 Ricky Cahyo Wibowo

✉ Corresponding author:

Email Address: b300200284@student.ums.ac.id

PENDAHULUAN

Kinerja perusahaan Distributor Queen Logistics (DQL) Bandung pada bulan Mei 2024 Rp 400.000.000 menurun jika dibandingkan dengan pendapatan DBQ bulan April 2024 sebesar Rp 500.000.000. Informasi ini menjelaskan bahwa ada masalah kinerja perusahaan pada DBQ. Kinerja Perusahaan menurut Sudarmanto (2023) kinerja perusahaan adalah hasil kerja perusahaan pada suatu waktu yang sesuai dengan hasil kerja yang ditargetkan. Dimensi dari kinerja perusahaan menurut Sudarmanto (2023) terdiri dari kinerja produksi, kinerja pemasaran, kinerja logistic dan kinerja keuangan.

Tedjakusuma (2020) menjelaskan bahwa Kepuasan Pelanggan mempenbgaruhi kinerja perusahaan-perusahaan yang tergabung dalam Real Estate Indonesia Cabang Surabaya. Nazari (2020) menjelaskan bahwa Kepuasan Pelanggan mempengaruhi Kinerja Hotel-Hotel kelas Kecil dan Medium di kota Kuala Lumpur. Metarini (2020) menjelaskan bahwa Kepuasan Pelanggan mempengaruhi kinerja Hotel Kartika Chandra Kirana di Jakarta. Memperhatikan pendapat Tedjakusuma, Nazari, Metarini, penulis melakukan penelitian tentang Kepuasan Pelanggan. Kepuasan Pelanggan menurut Metarini (2020) adalah keadaan perasaan

pelanggan ketika menerima pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Dimensi Kepuasan Pelanggan menurut Metarini (2020:4) terdiri dari puas atas kualitas produk, puas atas harga, puas atas pelayanan.

Metarini (2020) menjelaskan bahwa Harga Sewa Kamar di Hotel Kartika Chandra Kirana mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Nuryadin (2023) menjelaskan bahwa harga satu gelas kopi pada Bandung City Coffee Shop mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Simanullang (2024) menjelaskan bahwa Harga barang yang dijual pada toko-toko PT Indomaret mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Memperhatikan pendapat Metarini, Nuryadin, Simanullang, penulis melakukan penelitian tentang Harga Barang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Harga menurut Nuryadin (2023) merupakan uang yang harus dibayar pelanggan dan dibelikan kepada pembeli sebagai ganti atas produk yang dibeli pelanggan atau sebagai ganti atas jasa yang diberikan oleh pelanggan. Nuryadin (2023) menjelaskan dimensi Harga Barang adalah Murah, Bernilai.

Wibowo (2022) menjelaskan bahwa Kualitas Pelayanan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Nuryadin (2023) menjelaskan bahwa Kualitas Pelayanan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Bandung City Coffee Shop. Simanullang (2024) menjelaskan Kualitas Pelayanan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Toko-Toko Indomaret. Simanullang (2024) menjelaskan Kualitas Pelayanan adalah kegiatan menyerahkan barang atau jasa kepada pelanggan yang sesuai dengan persyaratan yang dijanjikan. Dimensi dari Kualitas Pelayanan menurut Simanullang (2024) adalah cepat, tepat, aman.

Tukiran (2021) menjelaskan bahwa Harapan Pelanggan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Mahasiswa Cambridge Institute. Australia. Intani (2024) menjelaskan bahwa Harapan Pelanggan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pembeli Hijab di Jakarta. Iskandar (2024) menjelaskan bahwa terdapat pengaruh Harapan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Video.Com Streaming Service. Penulis melakukan penelitian tentang Harapan Pelanggan. Harapan Pelanggan menurut Tukiran (2021) adalah kriteria standar yang ada di dalam diri pelanggan yang digunakan untuk menilai realisasi kualitas produk/ kualitas pelayanan yang diberikan oleh penjual. Dimensi dari Harapan Pelanggan adalah lamanya proses, lengkap, zero defect.

Chen (2023) menjelaskan Transformasi Digital mempengaruhi Kinerja Perusahaan - Perusahaan di China yang terdaftar dalam Bursa Efek China, Sidabutar (2024) menjelaskan bahwa Transformasi Digital mempengaruhi Kinerja UMKM Makanan dan Minuman di Indonesia. Weber (2024) menjelaskan Transformasi Digital mempengaruhi Kinerja Perusahaan di Jerman. Toni (2024) menjelaskan bahwa Transformasi Digital mempengaruhi Kinerja Perusahaan Usaha Mikro Kecil Menengah di Medan. Suhari (2024) membuktikan bahwa Transformasi Digital mempengaruhi Kinerja Organisasi Perusahaan-Perusahaan di Surabaya. Pada penelitian ini, penulis menetapkan Transformasi Digital sebagai variabel moderasi yang memoderasi Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Kinerja Perusahaan. Transformasi digital menurut Chen (2023) adalah proses adopsi dan implementasi teknologi digital oleh suatu organisasi untuk menciptakan produk, layanan, dan operasi baru atau memodifikasi yang sudah ada dengan cara menerjemahkan proses

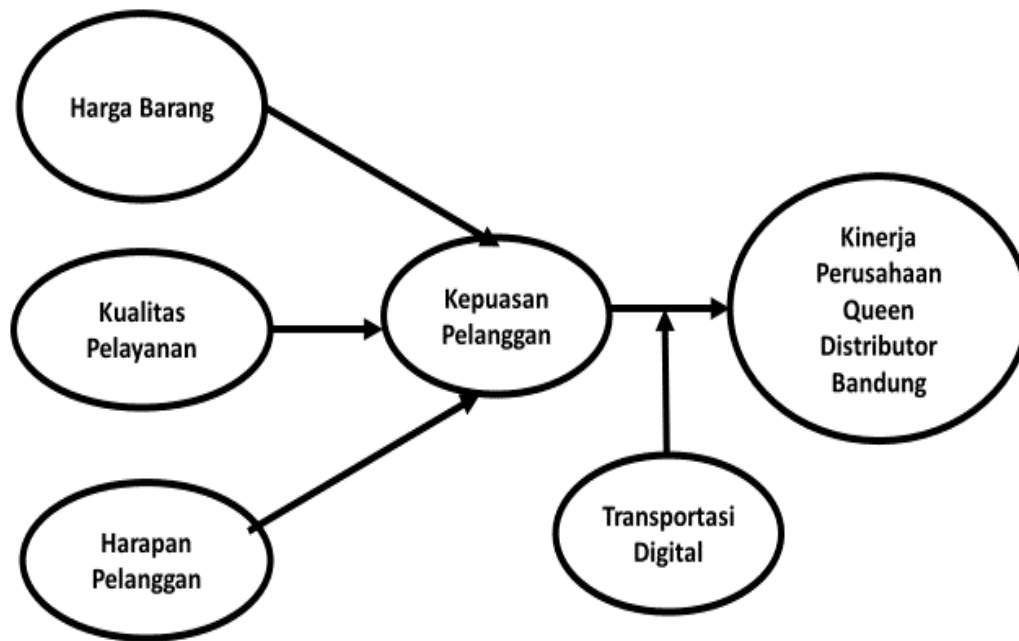
bisnis ke dalam format digital. Dimensi Tranformasi Digital terdiri dari Digital Selling, Digital Order, Digital Payment, , Digital Engagement.

Metode Penelitian.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, deskriptif dan verifikatif. Menurut Waskito (2023) metode penelitian kuantitatif adalah metode untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dimana datanya setelah dikumpulkan akan dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan statistik diskriptif dengan tujuan membuktikan hipotesis yang dirumuskan terbukti atau tidak. Penelitian kuantitatif disebut sebagai penelitian konfirmatori karena digunakan untuk membuktikan (konfirmasi) apakah hipotesis yang dirumuskan terbukti atau tidak. Metode deskriptif menurut Waskito (2023) merupakan metode penelitian yang mempunyai tujuan memperoleh diskripsi atau gambaran tentang karakteristik tertentu dari variabel yang sedang diteliti. Metode penelitian deskriptif pada penelitian ini digunakan untuk menjelaskan rumusan masalah: bagaimana Harga Barang, Kualitas Pelayanan, Harapan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Tranformasi Digital, Kinerja Perusahaan. Waskito (2023) menjelaskan nilai rata-rata suatu variabel yang layak diteliti jika nilai rata-rata suatu variabel dikelompokkan dengan nilai belum baik sekali. Artinya peneliti memiliki peluang untuk melakukan perbaikan atas variabel yang belum baik sekali. Waskito (2023) menjelaskan bahwa penelitian verifikatif merupakan penelitian untuk menguji kebenaran pengetahuan dalam penelitian yang telah diteliti sebelumnya.

Penelitian verifikatif untuk membuktikan pendapat para ahli tentang terdapatnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Metode verikatif pada penelitian untuk menjawab rumusan masalah :Seberapa besar pengaruh Harga Barang, Kualitas Pelayanan, Harapan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan. Seberapa besar pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Kinerja Perusahaan dengan Transformasi Digital sebagai Variabel Moderasi.

Model penelitian pada penelitian ini disajikan pada Gambar 2.1.



Gambar 2. 1. Model Penelitian.

Jumlah populasi 225 pelanggan QDB .Jumlah sampel sebanyak 144 responden ditetapkan dengan menggunakan metode Slovin.

I. 2.1.2.HIPOTESIS :

Penulis menetapkan hipotesis sebagai berikut :

No Hipotesis

1. H_1 : Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan Harga Barang Terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. H_2 : Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. H_3 : Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan Harapan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan.
4. H_4 : Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan Harga Barang, Kualitas Pelanggan, Harapan pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan.
5. H_5 : Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan Kepuasan pelanggan Terhadap Kinerja Perusahaan Menggunakan Transformasi Digital sebagai variabel moderasi

HASIL PENELITIAN .

A. 2.2.1. Uji Deskriptif Indikator-Indikator Tiap Variabel.

Hasil penelitian membuktikan bahwa nilai rata-rata tiap indikator dari semua variabel yang diteliti antara 2,736 sampai dengan 3,412 dan dikelompokkan sebagai indikator yang cukup baik sampai dengan indikator yang baik . Maknanya penulis mempunyai peluang untuk memperbaiki, jadi indikator-indikator yang menjadi bagian dari variabel-variabel dalam penelitian ini memenuhi syarat untuk dteliti.

B. 2.2.2. Uji Validitas

Tabel 2. 1. Uji Validitas Harga Barang

Indikator	Variabel	Nilai <i>Factor</i>	<i>Loading</i>	Nilai <i>Factor</i> Valid	<i>Loading</i> disebut	Keputusan
HB1	Harga Barang	0,930		>0,700		Valid
HB2	Harga Barang	0,928		>0,700		Valid
HB3	Harga Barang	0,812		>0,700		Valid
HB4	Harga Barang	0,767		>0,700		Valid

Sumber : Kuesioner.Data diolah menggunakan PLS 3 (2024)

Nilai *Loading Factor* dari tiap-tiap indikator variabel Harga Barang antara 0,767 sampai dengan 0,930 atau lebih besar dari 0,700. Hasnita (2021) menjelaskan jika nilai *Loading factor* lebih dari 0,700 maka data dinyatakan valid. Memperhatikan nilai *Loading Factor* dari semua indikator variabel berada di atas 0,700, maka semua data pada indikator dinyatakan valid.

Tabel 2. 2. Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Indikator	Variabel	Nilai <i>Loading</i> <i>Factor</i>	Nilai <i>Loading</i> <i>Factor</i> Valid	<i>Loading</i> disebut	Keputusan
QS1	Kualitas Pelayanan	0,793	>0,700		Valid
QS2	Kualitas Pelayanan	0,772	>0,700		Valid
QS3	Kualitas Pelayanan	0,782	>0,700		Valid
QS4	Kualitas Pelayanan	0,870	>0,700		Valid
QS5	Kualitas Pelayanan	0,856	>0,700		Valid
QS6	Kualitas Pelayanan	0,786	>0,700		Valid

Sumber : Kuesioner .Data diolah dengan PLS3 (2024).

Informasi pada Tabel 2.2. menjelaskan nilai *Loading Factor* dari indikator-indikator dari variable Kualitas Pelayanan di atas 0,700 dan dinyatakan valid.

Tabel 2. 3. Uji Validitas Harapan Pelanggan

Indikator	Variabel	Nilai <i>Loading Factor</i>	Nilai <i>Loading Factor</i> disebut Valid	Keputusan
HP1	Harapan Pelanggan	0,802	>0,700	Valid
HP2	Harapan Pelanggan	0,779	>0,700	Valid
HP3	Harapan Pelanggan	0,863	>0,700	Valid
HP4	Harapan Pelanggan	0,857	>0,700	Valid
HP5	Harapan Pelanggan	0,812	>0,700	Valid

Sumber : Kuesioner. Data diolah dengan PLS3 (2024).

Informasi pada Tabel 2.3 menjelaskan bahwa nilai *Loading Factor* dari semua indikator variabel harapan Pelanggan di atas 0,700 dan dinyatakan valid.

Tabel 2. 4. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Indikator	Variabel	Nilai <i>Loading Factor</i>	Nilai <i>Loading Factor</i> disebut Valid	Keputusan
KP1	Kepuasan Pelanggan	0,825	>0,700	Valid
KP2	Kepuasan Pelanggan	0,846	>0,700	Valid
KP3	Kepuasan Pelanggan	0,922	>0,700	Valid
KP4	Kepuasan Pelanggan	0,927	>0,700	Valid
KP5	Kepuasan Pelanggan	0,919	>0,700	Valid
KP6	Kepuasan Pelanggan	0,921	>0,700	Valid

Sumber : Kuesioner. Data diolah dengan PLS3 (2024).

Informasi pada Tabel 2.4. menjelaskan bahwa semua indikator dari variabel Kepuasan Pelanggan dinyatakan valid, karena nilai *Loading Factor* nya berada di atas 0,700.

Tabel 2. 5.Uji Validitas Kinerja Perusahaan.

Indikator	Variabel	Nilai <i>Factor</i>	<i>Loading</i>	Nilai <i>Factor</i> Valid	<i>Loading</i> disebut	Keputusan
QDBP1	Kinerja Perusahaan	0,793		>0,700		Valid
QDBP2	Kinerja Perusahaan	0,772		>0,700		Valid
QDBP3	Kinerja Perusahaan	0,782		>0,700		Valid
QDBP4	Kinerja Perusahaan	0,870		>0,700		Valid
QDBP5	Kinerja Perusahaan	0,856		>0,700		Valid
QDBP6	Kinerja Perusahaan	0,786		>0,700		Valid
QDBP7	Kinerja Perusahaan	0,793		>0,700		Valid
QDBP8	Kinerja Perusahaan	0,772		>0,700		Valid

Sumber : Kuesioner. Data diolah dengan PLS 3 (2024)

Informasi pada Tabel 2.5 menjelaskan bahwa nilai *Loading Factor* dari semua indikator variabel Kinerja Perusahaan berada di atas 0,700, jadi variabel Kinerja Perusahaan dinyatakan valid.

Tabel 2. 6. Uji Validitas Transformasi Digital

Indikator	Variabel	Nilai <i>Factor</i>	<i>Loading</i>	Nilai <i>Loading Factor</i> disebut Valid	Keputusan
TD1	Transformasi Digital	0,815		>0,700	Valid
TD2	Transformasi Digital	0,821		>0,700	Valid
TD3	Transformasi Digital	0,905		>0,700	Valid
TD4	Transformasi Digital	0,908		>0,700	Valid
TD5	Transformasi Digital	0,905		>0,700	Valid
TD6	Transformasi Digital	0,878		>0,700	Valid

Sumber: Kuesioner. Data diolah dengan PLS3. (2024).

Informasi pada Tabel 2.6. menjelaskan bahwa nilai *Loading Factor* dari semua indikator variabel Transformasi Digital berada di atas 0,700 jadi dinyatakan valid.

C. 2.2.3. Uji Reliabilitas

Hasnita (2021) menjelaskan bahwa Uji Reliabilitas dilakukan dengan cara melakukan penghitungan nilai Cronbach's Alpha, nilai RhoA, nilai Composite Reliability, dan nilai

Average Variance. Hasnita (2021) menjelaskan bahwa suatu variabel dinyatakan reliabel jika masing-masing variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dengan 0,700, nilai RhoA, lebih besar dari 0,700, nilai Composite Reliability lebih besar dari 0,600, dan nilai Average Variance lebih besar dari 0,500.

Tabel 2. 7. Hasil Uji Reliabilitas.

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Harapan Pelanggan	0,881	0,881	0,913	0,678
Harga Barang	0,883	0,891	0,920	0,744
Kepuasan Pelanggan	0,949	0,951	0,960	0,800
Kinerja Perusahaan	0,943	0,955	0,953	0,717
Kualitas Pelayanan	0,895	0,897	0,920	0,657
Moderating Effect 1	1,000	1,000	1,000	1,000
Harapan Pelanggan	0,881	0,881	0,913	0,678

Sumber :Kuesioner.Data dengan PLS3 (2024)

Informasi pada Tabel 2.7 menjelaskan bahwa bahwa s masing-masing variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dengan 0,700, nilai RhoA, lebih besar dari 0,700, nilai Composite Reliability lebih besar dari 0,600, dan nilai Average Variance lebih besar dari 0,500. Jadi semua variabel dinyatakan reliabel.

Jika variabel dinyatakan valid dan reliabel maka kuesioner dinyatakan memenuhi syarat untuk mengumpulkan data. Karena kuesioner memenuhi syarat untuk mengumpulkan data maka data yang dikumpulkan oleh kuesioner memenuhi syarat untuk diolah dengan Structural Equation Model yang menggunakan Aplikasi PLS3.

2.2.4. Uji Verifikatif.

Tabel 2. 8. Hasil Uji Verifikatif Parsial

	Original Sample (O)	T (O/STDEV)	Statistics P Values
Harapan Pelanggan -> Kepuasan Pelanggan	0,222	1,994	0,009
Harga Barang -> Kepuasan Pelanggan	0,307	3,573	0,000
Kepuasan Pelanggan -> Kinerja Perusahaan	0,492	5,230	0,000
Kualitas Pelayanan -> Kepuasan Pelanggan	0,301	2,560	0,011
Moderating Effect 1 -> Kinerja Perusahaan	0,117	2,453	0,015
Transformasi Digital -> Kinerja Perusahaan	0,403	4,194	0,000

Sumber : Kuesioner.Data diolah PLS3 (2024).

Informasi pada Tabel 2.8. menjelaskan bahwa nilai T Statistic di atas 1,960. Hasnita (2021) menjelaskan nilai T Statistic di atas 1,96 membuktikan bahwa variabel yang mempengaruhi memberikan pengaruh positif kepada variabel yang dipengaruhi. Hasnita (2021) menjelaskan bahwa nilai p value yang di bawah 0,050 membuktikan bahwa variabel yang mempengaruhi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel yang dipengaruhi. Sehubungan informasi pada Tabel 2.8 menjelaskan bahwa nilai T Statistic di atas 1,96 dan nilai p Value lebih kecil dari 0,05, maka dibuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan :

Harga Barang Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Harapan Pelanggan Terhadap kepuasan Pelanggan.

Kepuasan Pelanggan Terhadap Kinerja Perusahaan.

Transformasi Digital Terhadap Kinerja Perusahaan.

Kepuasan Pelanggan Terhadap Kinerja Perusahaan dengan Variabel Transformasi Digital Sebagai Variabel Moderasi.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 2. 9.Hasil Uji Koefisien Determinasi

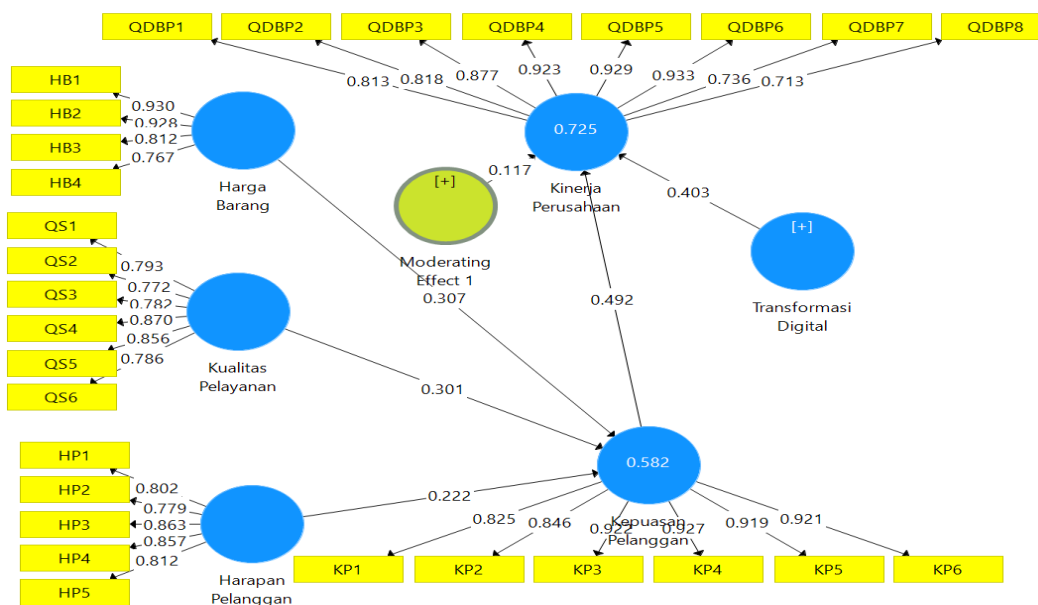
	R Square
Kepuasan Pelanggan	0,582
Kinerja Perusahaan	0,725

Sumber : Kuesioner.Data diolah PLS3 (2024).

Nilai Koefisien Determinasi Kepuasan Pelanggan sebesar 0,582 artinya Harga Barang, Kualitas Pelayanan, Harapan Pelanggan memberikan kontribusi mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,582 atau 58,20 %. Sisanya sebesar 100 %- 58,20 % dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti. Misalnya Transformasi Digital, Kompetensi logistik Pegawai.

Nilai Koefisien Determinasi sebesar 0,725 artinya Kepuasan Pelanggan dengan moderasi Transformasi Digital memberikan kontribusi mempengaruhi Kinerja Perusahaan sebesar 0,725 atau 72,50 %. Sisanya sebesar 100 %- 72,50 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Misalnya : Kompetensi Digital Pegawainya, Lokasi, promosi penjualan.

Model penelitian secara keseluruhan dapat dijelaskan pada di bawah ini ;



Gambar 2. 2.Hasil Penelitian

Penulis telah membuktikan bahwa Harga Barang, Kualitas Pelayanan, Harapan Pelanggan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dengan nilai t Statistic masing-masing sebesar 3,573, 2,560 dan 1,994, Sehubungan yang memperoleh nilai T Statistic yang paling kecil adalah Harapan Pelanggan, maka yang harus diperbaiki lebih dahulu adalah harapan pelanggan, caranya meningkat usaha perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang terjadwal.

Penulis telah membuktikan bahwa Kepuasan Pelanggan mempengaruhi Kinerja Perusahaan, maka yang harus diperbaiki lebih dahulu adalah Kepuasan pelanggan. Cara meningkatkan Kepuasan Pelanggan adalah memberikan harga yang barang yang murah, ada potongan harga, pelunasan dapat diangsur, kualitas barang yang bagus tidak mudah rusak, busuk.

SIMPULAN DAN SARAN.

Penulis telah membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Harga Barang, Kualitas Pelayanan, Harapan Pelanggan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Penulis telah membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Kepuasan Pelanggan mempengaruhi Kinerja Perusahaan, Penulis memberikan rekomendasi sebaiknya yang harus diperbaiki terlebih dahulu guna meningkatkan kepuasan pelanggan adalah memenuhi harapan pelanggan. Penulis menyarankan sebaiknya QDB memberikan harga yang barang yang murah, ada potongan harga, pelunasan dapat diangsur, kualitas barang yang bagus tidak mudah rusak, busuk.

Referensi :

- CHEN. (2023). DIGITAL TRANSFORMATION AND FIRM PERFORMANCE . *DIGITAL ECONOMY AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT VOL 1 NO 1*, 1-18.
- Hasnita. (2021). *Modul Praktik Partial Least Square*. Palangkaraya: IAIN Palangkaraya.
- Intani, Rojuannah. (2024). The Effect Of Customer Expectation and Experience On Satisfaction and Repurchase Intention On Hijab Products. *Journal Of Management Science (JMAS) 2024 Vol 7 No 1* , 487-495.
- Iskandar. (2024). The Influence Of Customer Expectation, Perceived Enjoyment, Perceive Ease Of Use and Customer satisfaction On Repurchase Intention Of Vidio.Com Streaming Services Provide. *SDG.Journal Of Law and Sustainable Development*, 1-9.
- Metarini. (2020). Effect Of Service Quality and Price On Customer Satisfaction at Kartika Candra Kirana In Jakarta . *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik. Vol 10 No 3*, 112-122.
- Nazari. (2020). The Of Customer Satisfaction On The Performance Of The Small and Medium Sized Hotels . *Tourism and Hospitality Management. Vol 26 No 1 pp .*, 69-96.
- Nuryadin. (2023). Quality Of Service and Price On Customer Satisfaction Coffee Shop In Bandung City. *Sean Institute. Jurnal Ekonomi . Vol 11 No 02*, 1223-1231.
- Ramzani. (2024). The Effect Of Digital Transformation On Organizational Performance : A Meta Analysis. *DIE. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 50-61.
- Sidabutar. (2024). The Impact Of Digital Transformation In Food and Beverage Sector SMES : The Role Of Leadership and Organizational Agility. *E3S*, 18-29.
- Simanullang. (2024). Impact Of Service Quality and Price On Consumer Satisfaction at Indomart. *Moneter.Jurnal Keuangan dan Perbankan. Vol 12 No 1* , 8-13.
- Tedjakusuma. (2020). Pengaruh Logistic Service Quality Terhadap Customer Satisfacton dan customer Loyalty Pada Industri Ritel di Indonesia. *Jurnal Sosial dan Humaniora. Vol 1 No 1*, 21-29.
- Toni. (2024). Role Of Digital marketing and Digital Transformation In The SME's Financial Performance. *Jurnal Manajemen Industri dan logistik 2024 Vol 8 No 1 01-06*, 01-06.

- Tukiran. (2023). Obtaining Customer Satisfaction By Managing Customer Expectation, Customer Perceived Quality and Perceived Value. *Uncertain Supply Chain Management*. Vol 9, 441-455.
- Waskito. (2023). *Terampil Mengolah Data Regresi, Path Analysis, Structural Equation Model*. Bandung: Alfabeta.
- Weber. (2024). Impact Of Digital Transformation On Firm Performance : A Comparative Study Of Germany. *European Journal Of Business and Strategic Management (EJBSM)*. Vol 9.No 1, 34-45.
- Wibowo. (2022). Literature Review Customer Satisfaction Determination and Level Of Complaint : Product Quality, and Service Quality. *Dinasti International Journal Of Digital Business Management*. Vol 3.No 4, 683-694.