

Peran Kualitas Pelayanan dan Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Putu Erni Rismayanti¹, Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi², A.A.N. Yudha Martin Mahardika³

^{1,2,3} Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received 19 April 2018

Received in revised form
6 October 2018

Accepted 12 October 2018

Available online 20 October
2018 (DIEDIT EDITOR)

Kata Kunci:

Kata-kata: harga, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji peran kualitas pelayanan dan pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada UD Bala-Bala Karangasem. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan di UD Bala Bala Karangasem, sedangkan objek dalam penelitian ini adalah harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan UD Bala Bala Karangasem. Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Data dikumpulkan dengan metode kuesioner, serta dianalisis dengan analisis jalur (path analysis). Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada UD Bala Bala Karangasem, (2) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada UD Bala Bala Karangasem, (3) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan pada UD Bala Bala Karangasem, dan (4) harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan pada UD Bala Bala Karangasem.

ABSTRACT

This study aims to examine the role of service quality and the effect of price on customer satisfaction at UD Bala Bala Karangasem. The type of research used is quantitative. The subjects in this study were customers at UD Bala Bala Karangasem, while the objects in this study were price, service quality, and customer satisfaction. The population used in this study were customers of UD Bala Bala Karangasem. The number of samples used in this study were 100 respondents. Data were collected by questionnaire method, and analyzed by path analysis. The results showed that (1) price had a positive and significant effect on customer satisfaction at UD Bala Bala Karangasem, (2) service quality had a positive and significant effect on customer satisfaction at UD Bala Bala Karangasem, (3) price had a positive and significant effect on service quality at UD Bala Bala Karangasem, and (4) price has a positive effect on customer satisfaction through service quality at UD Bala Bala Karangasem.

Keywords: price, service quality, customer satisfaction

Pendahuluan

Banyaknya usaha dagang yang bermunculan saat ini mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis sehingga menyebabkan persaingan yang semakin kompetitif. Untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, perusahaan harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikannya dapat berjalan dengan lancar. Dalam mengambil keputusan, harga menjadi peran penting bagi setiap usaha dalam menjalankan usahanya. Biasanya keterjangkauan harga yang sesuai dibenak pelanggan serta pelayanan yang berkualitas baik dapat meningkatkan kepuasan tersendiri bagi pelanggan yang nantinya akan berdampak pada peningkatan penjualan. Untuk dapat bersaing di dunia bisnis perusahaan harus merancang beberapa strategi mulai dari memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, menciptakan produk

¹ Corresponding author.

E-mail: ernirismayanti2828@gmail.com

yang berbeda dari pesaing, menonjolkan keunggulan produk dan keunggulan perusahaan, mempelajari kelebihan dan kelemahan pesaing serta mampu memberikan harga yang sesuai.

UD Bala Bala berdiri sejak tahun 1987 dan sampai sekarang masih beroperasi dengan baik. Lokasi UD Bala Bala yaitu di Jalan Pantai Pasih Kelod, Desa Bug-Bug, Kecamatan Karangasem, Kabupaten Karangasem. UD Bala Bala merupakan perusahaan yang menjual pakan ternak sekaligus menjual kebutuhan pokok seperti telur, beras, gula dan jagung. Adapun produk pakan ternak yang dijual diantaranya adalah konsentrat, oron, empok, dedak, dan pollard. Selain menjual produk, perusahaan ini juga menyediakan layanan ekspedisi produk ke Lombok. Untuk mempermudah proses penjualan, perusahaan ini memiliki 9 truk yang setiap hari mampu mengirim produknya ke Lombok. Adapun jumlah karyawan yang ada di perusahaan ini yaitu 52 orang diantaranya 12 sopir, 20 kernet, 16 buruh dan 4 admin.

Dari hasil observasi lapangan yang peneliti lakukan di UD Bala Bala Karangasem, didapat hasil bahwa penjualan selama enam bulan terakhir yaitu dari bulan Januari sampai bulan Juni 2020 mengalami fluktuasi. Dimana pada bulan Januari mengalami penurunan penjualan sebesar 31%, pada bulan Februari mengalami penurunan penjualan sebesar 27.32%, dan pada bulan Maret mengalami penurunan penjualan sebesar 3.69%. Akan tetapi pada bulan April mengalami peningkatan sebesar 17.10% dan bulan Mei mengalami peningkatan penjualan sebesar 8.77%. Namun pada bulan Juni kembali mengalami penurunan sebesar 24.4%. Terjadinya fluktuasi penjualan di UD Bala Bala Karangasem dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti faktor kelangkaan bahan baku yang disebabkan oleh gagal panen, hama, dan bencana alam yang terjadi sehingga terjadi kenaikan harga produk. Selain itu kelangkaan bahan baku juga dipengaruhi oleh berakhirnya musim panen pada beras dan jagung dan salah satu produk pakan ternak yaitu dedak. Faktor yang paling berpengaruh terhadap pendapatan perusahaan adalah persaingan harga dengan perusahaan sejenis seperti UD Brata yang ada di Gianyar dan UD Aditya yang ada di Klungkung.

Untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan omset penjualan, perusahaan harus menjamin kepuasan pada setiap pelanggannya. Dengan memberikan keterjangkauan harga bagi pelanggan tentunya akan membuat kepuasan pelanggan meningkat, sehingga kemungkinan besar pelanggan akan loyal dan melakukan pembelian kembali. Kualitas pelayanan juga berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan berdampak terhadap kepuasan pelanggan. Cara meningkatkan kualitas pelayanan yang pertama yaitu menambah jumlah karyawan sehingga dapat memberikan pelayanan yang lebih cepat dan tanggap, serta dapat memberikan respon terhadap pelayanan yang diinginkan pelanggan sesuai standar yang berlaku. Kedua yaitu dengan cara meningkatkan fasilitas fisik menjadi lebih lengkap, dengan cara menambah jumlah transportasi/ truk dan menyimpan stok persediaan berbagai produk kebutuhan pokok maupun pakan ternak yang lebih memadai sehingga menunjang kenyamanan operasional UD Bala Bala dalam skala yang lebih besar ketika melayani pelanggan.

Menurut Kotler & Keller (2016), harga sebagai sejumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukarkan oleh pelanggan agar memperoleh keuntungan dari memiliki atau menggunakan produk dan jasa. Harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi (Aswad et al., 2018). Sejalan dengan pernyataan tersebut, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rahmandika et al., 2020), yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut didukung pula dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wijaya (2017) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun hasil penelitian tersebut berbeda dengan Rusdianto (2020) yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut juga dikemukakan oleh Purnomo (2017) yang menyatakan harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Hubungan antara harga dengan kepuasan pelanggan disampaikan oleh (Khairani, 2019) bahwa harga memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Kotler & Keller (2016) kualitas pelayanan adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman berbelanja dengan membandingkan pelayanan dari apa yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan. Sejalan dengan pernyataan tersebut, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Setia et al., 2018), yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun hal ini berbeda dengan hasil penelitian Dibyantoro (2012) mengemukakan bahwa dalam uji t terdapat tiga dimensi kualitas pelayanan yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yaitu kehandalan, daya tanggap dan jaminan. Hubungan

antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan disampaikan oleh Pasharibu et al., (2018) kualitas pelayanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kepuasan pelanggan senantiasa dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang baik serta harga jual yang sesuai. Biasanya harga yang relatif murah akan menciptakan kepuasan bagi pelanggan dan dengan adanya kualitas pelayanan yang baik maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Menurut Kotler & Keller (2016) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap hasil yang diharapkan. Hubungan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan disampaikan oleh Sukmawati (2018) bahwa ada pengaruh positif harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aswad et al., (2018) yang menyatakan bahwa harga dan kualitas layanan secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun hasil penelitian tersebut berbeda dengan Pasharibu et al., (2018) yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan akan tetapi harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah penelitian diatas, diasumsikan terdapat pengaruh antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dalam penelitian ini, penulis ingin menguji kembali tentang "Peran Kualitas Pelayanan dan Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan". Berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan diatas maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk: (1) Menguji pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada UD Bala-Bala Karangasem. (2) Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada UD Bala-Bala Karangasem. (3) Menguji pengaruh harga terhadap kualitas pelayanan pada UD Bala Bala Karangasem. (4) Menguji pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan pada UD Bala-Bala Karangasem.

Metode

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui peran kualitas pelayanan dan pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada UD Bala Bala Karangasem. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang diteliti, yaitu harga (X1), kualitas pelayanan (X2) sebagai variabel bebas dan kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel terikat. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan desain penelitian yang digunakan yaitu desain riset kausal. Tahapan dalam desain penelitian kuantitatif kausal terdiri dari a) rumusan masalah, b) mengkaji teori, c) merumuskan hipotesis, d) mengumpulkan data, e) mengolah data dan f) menarik kesimpulan. Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan di UD Bala Bala Karangasem dan objek dalam penelitian ini adalah harga dan kualitas pelayanan.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah pengumpulan informasi yang dilakukan secara langsung oleh peneliti. Adapun data primer yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu data kuesioner dengan jumlah 100 responden. Data sekunder merupakan pengumpulan informasi berdasarkan data yang sudah ada di perusahaan, seperti contohnya data penjualan dan data jumlah karyawan UD Bala Bala. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode insidental sampling. Insidental sampling merupakan metode penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel, bila di pandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Menurut Sugiyono (2017) banyaknya sampel dalam penelitian tergantung dari jumlah parameter yang estimasi. Pedomannya adalah 5 sampai 10 kali jumlah parameter yang di estimasi. Dalam penelitian ini menggunakan 14 indikator sehingga banyaknya responden yang diambil sebagai sampel adalah minimal sampel yang bisa diambil dalam penelitian ini adalah $14 \times 5 = 70$ dan maksimal sampel yang bisa diambil dalam penelitian ini adalah $14 \times 10 = 140$. Untuk mengefisienkan waktu, biaya, dan juga tenaga. Selain itu, karena adanya pandemi covid-19 menyebabkan pengambilan data yang dilakukan tidak begitu maksimal. Sehingga penelitian ini menggunakan sampel sejumlah 100 responden. Untuk dapat mengetahui bahwa jumlah responden dianggap mencukupi data maka dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada table 1 sebagai berikut:

Tabel 1

Hasil uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.09708980
	Absolute	.067
Most Extreme Differences	Positive	.067
	Negative	-.054
Kolmogorov-Smirnov Z		.669
Asymp. Sig. (2-tailed)		.762
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Berdasarkan Tabel 1. ditunjukkan bahwa nilai Sig. sebesar 0,762. Nilai Sig. tersebut lebih besar dari 0,05 untuk statistik One-Sample Kolmogorov-Smirnov. Berdasarkan kriteria uji normalitas, data terdistribusi normal jika nilai Sig. lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa sebaran data berdistribusi normal.

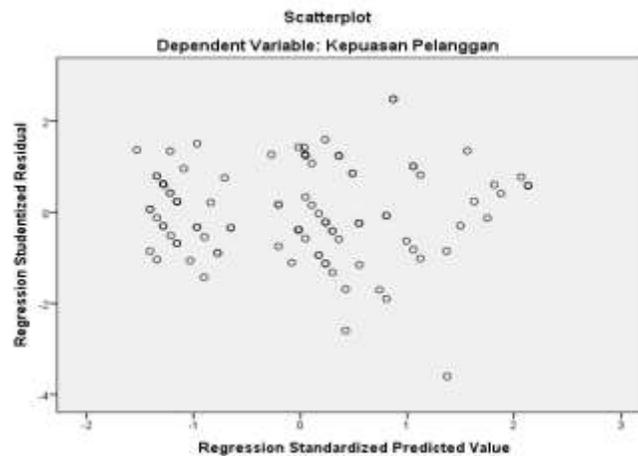
Tabel 2

Hasil uji multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Kualitas produk	0,728	1,373	Bebas multikolinieritas
Harga	0,728	1,373	Bebas multikolinieritas

Berdasarkan Tabel2. diketahui bahwa nilai VIF dari masing-masing variabel independen lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,10. Nilai korelasi di antara variabel bebas dapat dikatakan mempunyai korelasi yang lemah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa di antara variabel bebas tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Hasil uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar 1



Gambar 1. hasil uji Heteroskedastisitas

Bedasarkan gambar 1 ditunjukkan bahwa penyebaran titik-titik yang ditimbulkan terbentuk secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu serta arah penyebarannya berada di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian tidak terjadi gejala heteroskesdastisitas.

Pada penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode quesioner serta dianalisis dengan analisis jalur (*path analysis*). Proses pengolahan data dilakukan dengan program *Statistical Package for*

Social Science (SPSS) 23.0 for windows. Adapun pengukuran Variabel dalam penelitian ini dioperasionalkan sebagai berikut (1). Kepuasan Pelanggan (Y), Menurut Lupiyoadi (2006) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan antara kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap hasil yang diharapkan, diukur dengan indikator: a). Harga b). *Word of mounth* c). Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama, d). Kualitas produk e). *Re-Purchase* (pembelian ulang). (2) Harga (X_1) Harga adalah sejumlah uang dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa (Handoko, 2017) diukur dengan indikator: a). Keterjangkauan harga, b). Kesesuaian harga dengan kualitas produk, c). Daya saing harga, d). Kesesuaian harga dengan manfaat. (3) Kualitas Pelayanan (X_2), Menurut Kotler & Keller (2016), kualitas pelayanan adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman berbelanja dengan membandingkan pelayanan dari apa yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan, diukur dengan indikator: a). Bukti langsung (*tangible*), b). Keandalan (reliability), c). Daya Tanggap (*responsiveness*) d). Jaminan (*assurance*). e). Empati (*empathy*)

Hasil dan Pembahasan

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode insidental sampling. Adapun kriteria responden yang diambil sebagai sampel adalah sebagai berikut: (1) Pelanggan yang pernah melakukan pembelian produk di UD Bala Bala Karangasem, (2) Pelanggan yang berusia 20 sampai 60 tahun yang dipilih sebagai responden, pemilihan berdasarkan usia ini dianggap dapat menjawab pertanyaan lebih akurat yang diajukan oleh peneliti. Deskripsi data pelanggan yang pernah melakukan pembelian produk di UD Bala Bala Karangasem berdasarkan umur setiap pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan jumlah responden berdasarkan umur dapat dilihat pada Tabel 1 sebagai berikut.

Tabel 3
Karakteristik Responden Pelanggan UD Bala Bala Karangasem Berdasarkan Umur

No.	Umur	Frekuensi	Persentase
1.	20-30	34 orang	34%
2.	31-40	41 orang	41%
3.	41-50	15 orang	15%
4.	51-60	10 orang	10%
	Total	100 orang	100%

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat karakteristik responden produk UD Bala Bala Karangasem berdasarkan umur setiap pelanggan, yaitu kategori umur 20-30 sebanyak 34 orang dengan persentase sebesar 34%, kategori umur 31-40 sebanyak 41 orang dengan persentase 41%, kategori umur 41-50 sebanyak 15 orang dengan persentase 15%, dan kategori umur 51-60 sebanyak 10 orang dengan persentase 10%. Persentase umur responden didominasi usia diatas 30 tahun, hal ini disebabkan karena usia produktif dan tingkat kemampuan pelanggan perusahaan untuk bertransaksi kebutuhan pokok seperti beras dan jagung serta pakan ternak berada diatas 30 tahun.

Tabel 4
Karakteristik Responden Pelanggan UD Bala Bala Karangasem Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1.	Laki-Laki	81 orang	81%
2.	Perempuan	19 orang	19%
	Total	100 orang	100%

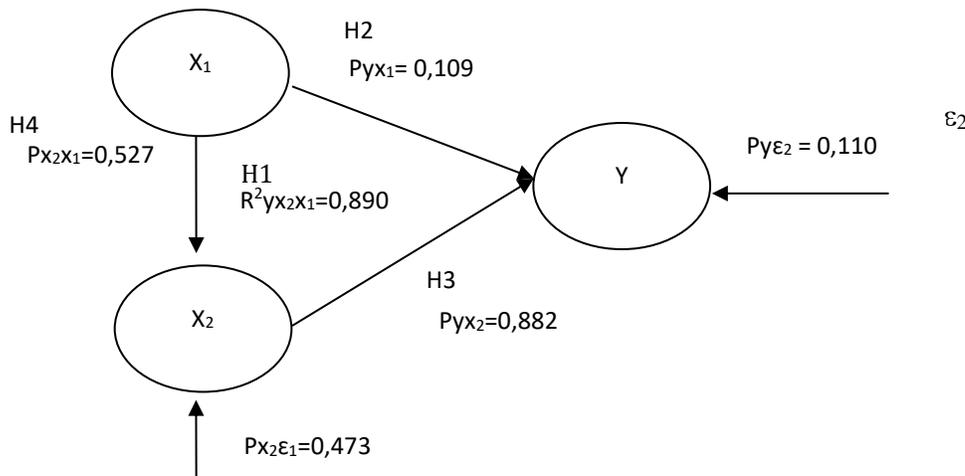
Berdasarkan Tabel 4.2 dapat dilihat karakteristik responden produk UD Bala Bala Karangasem berdasarkan jenis kelamin, yaitu sebanyak 81 orang laki-laki dengan persentase 81% dan sebanyak 19 orang perempuan dengan persentase 19%. Persentase responden perempuan berada jauh dibawah responden laki-laki, hal ini disebabkan karena produk yang dijual oleh perusahaan itu memiliki masa yang berat setiap satu

karung produknya. Jadi laki-laki lebih kuat mengangkut produk yang berat dibandingkan dengan perempuan. selain itu laki-laki juga yang lebih memahami tentang pakan ternak yang baik untuk dibeli.

Table 5
Output SPSS Analisis Jalur Peran Kualitas Pelayanan dan Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Parameter	Koefisien	P-value	Alpha (α)	Keputusan	Simpulan
$R^2_{YX_2X_1}$	0,890	0,000	0,05	Menolak Ho	Harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan besar sumbangan pengaruh 89%
P_{YX_1}	0,109	0,007	0,05	Menolak Ho	Harga (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan besar sumbangan pengaruh 10,9%
P_{YX_2}	0,882	0,000	0,05	Menolak Ho	Kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan besar sumbangan pengaruh 88,2%
$P_{X_2X_1}$	0,527	0,000	0,05	Menolak Ho	Harga (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan (X_2) dengan besar sumbangan pengaruh 52,7%
$P_{X_2\epsilon_1}$	0,473	-	-	-	Besar pengaruh faktor lain terhadap kualitas pelayanan (X_2)
$P_{Y\epsilon_2}$	0,110	-	-	-	Besar pengaruh faktor lain terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Hasil perhitungan statistik dilakukan dengan memasukkan angka pada masing-masing variabel yang terlebih dahulu data ordinal ditransformasi menjadi data interval. Berdasarkan hasil perhitungan uji statistik analisis jalur dengan menggunakan bantuan program *Statistical Package for Social Science (SPSS) 23.0 for windows*, maka diperoleh hasil perhitungan SPSS pada gambar 1 sebagai berikut. Adapun Pengaruh masing-masing variabel dapat dilihat pada gambar 1



Gambar 2 . Struktur Keseluruhan Peran Kualitas Pelayanan dan Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Adapun besar sumbangan pengaruh langsung dan tidak langsung dapat dilihat pada Tabel 4

Tabel 6

Sumbangan Peran Kualitas Pelayanan dan Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

No.	Keterangan	Besar	Persentase
1.	Besar pengaruh langsung X_1 terhadap Y	0,012	1,2%
2.	Besar pengaruh tidak langsung X_1 terhadap Y melalui X_2	0,465	46,5%
3.	Besar pengaruh total X_1 terhadap Y	0,477	47,7%
4.	Besar pengaruh langsung X_2 terhadap Y	0,778	77,8%
5.	Besar pengaruh total X_1 dan X_2 terhadap Y	0,890	89%
6.	Besar pengaruh lain terhadap Y	0,110	11%
7.	Total	1,000	100%

Hipotesis penelitian pertama “Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada UD Bala Bala Karangasem” Berdasarkan hasil perhitungan uji statistik analisis jalur dengan bantuan program SPSS 23.0 for windows, pada Tabel 4.3 diperoleh hasil $P_{yx_1} = 0,109$ dengan $p\text{-value} = 0,007 < \alpha 0,05$ sehingga keputusannya adalah menolak H_0 . Ini artinya harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di UD Bala Bala Karangasem. Besar sumbangan pengaruh langsung harga terhadap kepuasan pelanggan 0,012 atau 1,2%, sehingga besar sumbangan pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan secara total yaitu 0,477 atau 47,7%. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa harga berperan signifikan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan di UD Bala Bala Karangasem.

Hipotesis penelitian kedua “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada UD Bala Bala Karangasem” Berdasarkan hasil perhitungan uji statistik analisis jalur dengan bantuan program SPSS 23.0 for windows, pada Tabel 4.3 diperoleh hasil $P_{yx_2} = 0,882$ dengan $p\text{-value} = 0,000 < \alpha 0,05$ sehingga keputusannya adalah menolak H_0 . Ini artinya kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di UD Bala Bala Karangasem. Besar sumbangan pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,778 atau 77,8%. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berperan signifikan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan di UD Bala Bala Karangasem.

Hipotesis penelitian ketiga “Pengaruh Harga terhadap Kualitas Pelayanan pada UD Bala Bala Karangasem” Berdasarkan hasil perhitungan uji statistik analisis jalur dengan bantuan program SPSS 23.0 for windows, pada Tabel 4.3 diperoleh hasil $P_{x_2x_1} = 0,527$ dengan $p\text{-value} = 0,000 < \alpha 0,05$ sehingga keputusannya adalah menolak H_0 . Ini artinya harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan di UD Bala Bala Karangasem. Besar sumbangan pengaruh harga terhadap kualitas pelayanan adalah 0,527 atau 52,7%. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa harga berperan signifikan dalam memengaruhi kualitas pelayanan di UD Bala Bala Karangasem.

Hipotesis penelitian keempat “Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan melalui kualitas pelayanan pada UD Bala Bala Karangasem” Berdasarkan hasil perhitungan uji statistik analisis jalur dengan bantuan program SPSS 23.0 for windows, diperoleh hasil $R^2_{yx_2x_1} = 0,890$ dengan $p\text{-value} = 0,000 < \alpha 0,05$ sehingga keputusannya adalah menolak H_0 . Ini artinya harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di UD Bala Bala Karangasem. Sedangkan sumbangan pengaruh tidak langsung harga terhadap kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan didapat dari pengalihan $P_{x_2x_1} \cdot P_{yx_2}$ yaitu sebesar 0,465 atau 46,5%.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di UD Bala Bala Karangasem. Hasil ini menunjukkan dengan meningkatnya harga maka berdampak terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga, hipotesis yang telah dirumuskan sesuai dengan hasil penelitian, maka dari itu H_a diterima. Harga yang meningkat dapat memengaruhi kepuasan pelanggan, dimana harga yang tinggi menjamin pelanggan ketika melakukan transaksi dan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Berdasarkan karakteristik responden, mayoritas pelanggan pada UD Bala Bala Karangasem adalah kaum laki-laki dengan rentan Usia 31-40 tahun yang mencapai 41 %. Pada umumnya mayoritas pelanggan laki-laki mengharapkan suatu produk dengan harga yang sesuai, sehingga muncul rasa puas baik itu untuk harga kebutuhan pakan ternak dan kebutuhan pokok seperti beras dan jagung.

Terdapat empat indikator pengukuran harga yang memengaruhi kepuasan pelanggan UD Bala Bala Karangasem diantaranya: (1) Keterjangkauan harga, dimana harga produk yang terjangkau adalah harapan pelanggan sebelum melakukan transaksi pembelian. (2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, hal ini

mencakup keinginan pelanggan yang lebih mengharapkan produk dengan harga sesuai dan kualitas baik. (3) Daya saing harga, dalam hal ini perusahaan telah menetapkan harga jual produknya berdasar survei pasar dan berbagai pertimbangan agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. (4) Kesesuaian harga dengan manfaat, dalam hal ini pelanggan akan melakukan transaksi pembelian jika harga dari suatu produk tertentu sesuai dengan manfaat yang diperoleh.

Semakin baik harga yang ditetapkan perusahaan, maka semakin meningkat pelanggan dalam melakukan pembelian. Dalam suatu transaksi, harga dapat dikategorikan sebagai sejumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukarkan oleh pelanggan agar memperoleh keuntungan dari memiliki atau menggunakan produk dan jasa (Kotler & Keller, 2016). Rahmandika et al., (2020), dalam penelitiannya menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan Wijaya (2017) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan semakin sesuai harga yang diberikan UD Bala Bala Karangasem, maka semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di UD Bala Bala Karangasem. Hasil ini menunjukkan dengan meningkatnya kualitas pelayanan akan berdampak terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga, hipotesis yang telah dirumuskan sesuai dengan hasil penelitian, maka dari itu H_0 diterima. Kualitas dapat dipersepsikan dalam berbagai sudut pandang yang memiliki makna sebagai penyampaian layanan yang relatif istimewa atau superior terhadap harapan pelanggan. Sebagai suatu perusahaan yang menjalankan operasional secara berkala, pihak perusahaan pun perlu memperhatikan kualitas pelayanan dalam upaya memaksimalkan kepuasan pelanggannya.

Terdapat lima indikator pengukuran kualitas pelayanan yang memengaruhi kepuasan pelanggan UD Bala Bala Karangasem diantaranya: (1) Bukti langsung (*tangible*), mencakup bagaimana penyediaan yang memadai mengenai sumber daya, hal ini dapat dilihat pada pembagian tugas karyawan di dalam perusahaan, yang terdiri atas 12 sopir, 20 kernet, 16 buruh, dan 4 admin sesuai dengan masing-masing pekerjaan utamanya dalam menjalankan operasional perusahaan. (2) Keandalan (*reliability*), yang mencakup bagaimana kemampuan perusahaan memberikan pelayanan secara cepat sesuai keinginan pelanggan. Perusahaan mampu memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan, baik saat melakukan transaksi dan penyediaan, serta pendistribusian produk. (3) Daya tanggap (*responsiveness*), mencakup bagaimana kesiapan pegawai perusahaan dalam memberikan pelayanan yang tanggap. Penerapan daya tanggap (*responsiveness*) di UD Bala Bala ditandai dengan pelayanan kepada pelanggan secara akurat, pelayanan pun dilakukan oleh karyawan yang sudah memiliki kompetensi di bidangnya sehingga membuat pelayanan lebih teratur dan tidak membuat pelanggan menunggu lama. (4) Jaminan (*assurance*), ditandai dengan bagaimana tingkat perhatian terhadap etika dan moral dalam memberikan pelayanan, hal ini tercermin dari cara karyawan membantu pelanggan untuk menemukan suatu produk atau pun memberikan gambaran informasi mengenai produk yang tersedia, sehingga membuat pelanggan nyaman ketika berbelanja. (5) Empati (*empathy*), mencakup bagaimana kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan kepedulian karyawan perusahaan kepada pelanggan. Penerapan empati (*empathy*) di UD Bala Bala adalah memberikan pelayanan yang konsisten kepada setiap pelanggan yang melakukan transaksi pembelian, melayani keluhan pelanggan dengan baik, tepat waktu dalam memberikan pelayanan, serta selalu menciptakan suasana aman dan nyaman. Sehingga dapat disimpulkan semakin meningkatnya kualitas pelayanan yang diberikan UD Bala Bala Karangasem, maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan di UD Bala Bala Karangasem. Hasil ini menunjukkan dengan meningkatnya harga akan berdampak terhadap kualitas pelayanan yang diterima pelanggan. Sehingga, hipotesis yang telah dirumuskan sesuai dengan hasil penelitian, maka dari itu H_0 diterima. Pelanggan tentu mengharapkan pelayanan yang baik atas produk yang dibelinya. Kualitas pelayanan ketika sebelum dan sesudah membeli produk, serta kelayakan harga dengan produk yang dibelinya menjadi prioritas pelanggan sebelum melakukan transaksi. Biasanya semakin tinggi harga maka akan menunjukkan kualitas pelayanan yang unggul (Injazz, 1994). Jadi harga yang tinggi mencerminkan permintaan yang tinggi akan kualitas pelayanan yang diterima. Kualitas layanan sebenarnya adalah faktor kunci yang mendorong harga yang dirasakan untuk memengaruhi kepuasan pelanggan secara tidak langsung (Lai, 2020). Sehingga dapat disimpulkan semakin meningkatnya harga, maka akan semakin meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan UD Bala Bala Karangasem.

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan. Hasil ini menunjukkan dengan meningkatnya harga akan berdampak terhadap kepuasan pelanggan, namun harus melalui kualitas pelayanan yang maksimal terlebih dahulu. Sehingga, hipotesis yang telah dirumuskan sesuai dengan hasil penelitian, maka dari itu H_0 diterima. Kepuasan pelanggan harus menjadi prioritas utama perusahaan dalam melaksanakan setiap operasional kegiatannya. Kunci utama perusahaan ini untuk memenangkan persaingan adalah ketika pelanggan memperoleh kepuasan dari kualitas pelayanan dan harga yang diberikan. Sehingga, UD Bala Bala harus menjamin kualitas pelayanan untuk tetap baik dan menjamin harga yang sesuai dengan harapan pelanggan, karena kontribusi dari kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan begitu besar.

Terdapat lima indikator pengukuran kepuasan pelanggan diantaranya (1) *Price* (harga), yang menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan atas penetapan harga produk oleh perusahaan dan pemberian nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya. (2) *Word of mouth*, yang menunjukkan bagaimana pelanggan merasa puas sehingga akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan atau pelayanan yang diperoleh kepada orang lain. (3) Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama. Dalam hal ini pelanggan yang merasa puas akan membeli produk baru yang dikeluarkan oleh perusahaan. (4) Kualitas produk, yang menunjukkan rasa puas pelanggan atas penggunaan produk yang berkualitas dari perusahaan. (5) *Re-purchase* (pembelian ulang), menunjukkan kegiatan pembelian ulang yang dilakukan pelanggan setelah merasa puas ketika pertama kali melakukan pembelian produk di UD Bala Bala Karangasem. Berdasarkan penelitian (Rahmandika et al., 2020), menyatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Alfiah & Nitasari (2020), juga mengungkapkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (Aswad et al., 2018), dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan semakin meningkatnya harga yang diberikan UD Bala Bala Karangasem maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan setelah melalui penerapan kualitas pelayanan yang baik.

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun masih memiliki keterbatasan yaitu faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam penelitian ini hanya terdiri dari dua variabel yaitu harga dan kualitas pelayanan. Sedangkan masih banyak variabel yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan yang tidak ikut diteliti dalam penelitian ini. Peningkatan harga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan UD Bala Bala Karangasem. Harga merupakan faktor yang paling melekat dalam benak pelanggan sebelum melakukan pembelian, maka dari itu semakin baik harga yang ditetapkan perusahaan maka akan semakin baik juga kepuasan pelanggan dalam melakukan pembelian. Peningkatan kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan UD Bala Bala Karangasem. Maka dari itu, perusahaan harus dapat meningkatkan pelayanan sesuai dengan apa yang diinginkan dan diharapkan pelanggan, sehingga kepuasan pelanggan juga akan meningkat.

Implikasi dalam penelitian ini ialah Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di UD Bala Bala Karangasem. Artinya tinggi rendahnya harga memengaruhi kepuasan pelanggan. Harga yang tinggi menjamin pelanggan ketika melakukan transaksi dengan perusahaan dan akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Cara menjamin tingkat harga agar pelanggan tetap merasa puas yaitu menyesuaikan harga dengan kualitas produk, karena pelanggan yang mayoritas merupakan kaum laki-laki dengan rentan usia 31-40 tahun (41 %) lebih mengharapkan kualitas produk yang baik diimbangi harga yang sesuai. Kedua yaitu menerapkan kesesuaian harga dengan manfaat produk, dalam hal ini pelanggan UD Bala Bala akan melakukan transaksi pembelian jika harga dari suatu produk tertentu sesuai dengan manfaat yang diperoleh. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di UD Bala Bala Karangasem. Artinya tinggi rendahnya kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan pelanggan. Sehingga kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Cara meningkatkan kualitas pelayanan yang pertama yaitu menambah jumlah karyawan sehingga dapat memberikan pelayanan yang lebih cepat dan tanggap, serta dapat memberikan respon terhadap pelayanan yang diinginkan pelanggan sesuai standar yang berlaku. Kedua yaitu dengan cara meningkatkan fasilitas fisik menjadi lebih lengkap, bangunan yang lebih luas, dan persediaan berbagai produk kebutuhan pokok maupun pakan ternak yang lebih memadai sehingga menunjang kenyamanan operasional UD Bala Bala dalam skala yang lebih besar ketika melayani pelanggan.

Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut: 1. Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di UD Bala Bala Karangasem. Hasil ini menunjukkan dengan meningkatnya harga akan berdampak terhadap kepuasan pelanggan. 2. Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di UD Bala Bala Karangasem. Hasil ini menunjukkan dengan meningkatnya kualitas pelayanan akan berdampak terhadap kepuasan pelanggan. Maka dari itu, perusahaan harus dapat meningkatkan pelayanan sesuai dengan apa yang diinginkan dan diharapkan pelanggan, sehingga kepuasan pelanggan juga akan meningkat. 3. Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan di UD Bala Bala Karangasem. Hasil ini menunjukkan dengan meningkatnya harga akan berdampak terhadap kualitas pelayanan yang diterima pelanggan. Pelanggan tentu mengharapkan pelayanan yang baik atas produk yang dibelinya. Kualitas pelayanan ketika sebelum dan sesudah membeli produk, serta kelayakan harga dengan produk yang dibelinya menjadi prioritas pelanggan sebelum melakukan transaksi. 4. Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan di UD Bala Bala Karangasem. Hasil ini menunjukkan dengan meningkatnya harga akan berdampak terhadap kepuasan pelanggan, namun harus melalui kualitas pelayanan yang maksimal terlebih dahulu. Kualitas layanan pun menjadi faktor kunci yang mendorong harga yang dirasakan untuk memengaruhi kepuasan pelanggan secara tidak langsung.

Implikasi utama dalam penelitian ini yaitu pertama, bagaimana cara menjamin tingkat harga agar pelanggan tetap merasa puas yaitu menyesuaikan harga dengan kualitas produk, karena pelanggan yang mayoritas merupakan kaum laki-laki dengan rentan usia 31-40 tahun (41 %) lebih mengharapkan kualitas produk yang baik diimbangi harga yang sesuai. Kedua yaitu menerapkan kesesuaian harga dengan manfaat produk, dalam hal ini pelanggan UD Bala Bala akan melakukan transaksi pembelian jika harga dari suatu produk tertentu sesuai dengan manfaat yang diperoleh. Kedua, cara meningkatkan kualitas pelayanan salah satunya dengan menambah jumlah karyawan sehingga dapat memberikan pelayanan yang lebih cepat dan tanggap, serta dapat memberikan respon terhadap pelayanan yang diinginkan pelanggan sesuai standar yang berlaku. Kedua yaitu dengan cara meningkatkan fasilitas fisik menjadi lebih lengkap, bangunan yang lebih luas, dan persediaan berbagai produk kebutuhan pokok maupun pakan ternak yang lebih memadai sehingga menunjang kenyamanan operasional UD Bala Bala dalam skala yang lebih besar ketika melayani pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran dapat diberikan. Pertama, dalam usaha mempertahankan kepuasan pelanggan, perlu diperhatikan harga dan kualitas pelayanan. Dengan adanya jaminan kualitas pelayanan dan kestabilan harga, kepuasan bisa terjaga, sehingga penjualan diasumsikan bisa terjaga. Penelitian ini belum melakukan pengkajian hubungan kepuasan dengan penjualan, sehingga penelitian selanjutnya bisa menasar variabel penjualan. Untuk mengembangkan penelitian bias dengan menggunakan variabel citra merek, lokasi, kualitas produk, nilai, dan citra perusahaan.

Daftar Pustaka

- Alfiah & Nitasari, A. (2020). Pengaruh Antara Harga , Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Sport Station Kota Batu. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 3(1). <http://jurnal.stiekma.ac.id/index.php/JAMIN/article/view/68>
- Aswad, dkk. (2018). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center. *Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam*, 6(2). <https://doi.org/10.33884/jimupb.v6i2.681>
- Dibyantoro. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Tabungan BTN Batara. *Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi*, 2(2), 247-259. <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRBM/article/view/3150>
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1). <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis/article/view/1098>

- Injazz, J. (1994). A Study of Price and Quality in Service Operations. *International Journal of Service Industry Management*, 5(2), 23-33. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/09564239410057663/full/html>
- Khairani, R., dkk. (2019). Peran kualitas pelayanan dan pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Pt. Matahari Putera Prima (Hypermart). *Jurnal Manajemen*, 5(2). <http://rama.mdp.ac.id:85/id/eprint/87>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management. 15th Edition New Jersey*, Pearson Prentice Hall, Inc <https://www.pearson.com/us/higher-education/product/Kotler-Marketing-Management-15th-Edition/9780133856460.html>
- Lai, K. (2020). A Study of Price and Quality in Service Operations. *International Journal of Service Industry Management*, 5(2). <https://doi.org/10.1108/09564239410057663>
- Lupiyoadi, R., & Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat. <http://e-journal.uajy.ac.id/2625/3/2EM16110.pdf>
- Pasharibu, et al. (2018). Price, Service Quality And Trust On Online Transportation Towards Customer Satisfaction. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 21(2) <https://doi.org/10.24914/jeb.v21i2.1965>
- Purnomo, E. S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Best Autoworks. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6). <http://repository.stie-mce.ac.id/1046/>
- Rahmandika, Y. F., dkk. (2020). Analisis Peran kualitas pelayanan dan pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Survei Pada Pelanggan Biro Pariwisata Kencana Tour Di Simo Boyolali. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akutansi*, 8(1). <https://doi.org/10.36596/ekobis.v8i1.319>
- Rusdianto, A. (2020). *Analisis Peran kualitas pelayanan dan pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan (Studi Komparatif Pelanggan Indomaret Dan Alfamart Batanghari)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Jurusan Ekonomi Syariah. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro. <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/id/eprint/2595>
- Setia, R., dkk. (2018). Peran kualitas pelayanan dan pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Lfamart Jl. Jaksa Agung Suprpto No.11 Mojoroto-Kediri. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2).
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis (Edisi 2)*. Bandung: UD Alfabeta. <https://www.pustaka.ut.ac.id/lib/ekma5104-metode-penelitian-bisnis-edisi-2/>
- Sukmawati, R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 7(2). <http://eprints.uny.ac.id/id/eprint/54015>
- Wijaya, C. V. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Program Manajemen Bisnis*, 5(1). <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/5294>
- Zietsman, M & Pierre, M. (2019). Perceived Price and Service Quality as Mediators Between Price Fairness and Perceived Value in Business Banking Relationships. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1). <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJBM-07-2017-0144/full/html>