

**SKRIPSI**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS  
PELAYANAN, DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PADA CV. UI3 MEDIA  
PALEMBANG**



**Disusun Oleh:**

**Suci Dwijayanti**

**2024200054**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG  
2024**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG**

---

---

Program Studi Manajemen  
Skripsi Sarjana Ekonomi  
Semester Ganjil Tahun 2023/2024

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,  
DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
PADA CV. UI3 MEDIA PALEMBANG**

**Suci Dwijayanti**  
**2024200054**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Ui3 Media Palembang. Populasi penelitian ini adalah pelanggan CV. Ui3 Media Palembang. Ukuran sampel yang diambil sebanyak 168 responden dengan menggunakan rumus slovin. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda untuk menguji hipotesis dan pengelolaan data menggunakan SPSS 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. Ui3 Media Palembang. Sedangkan Harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. Ui3 Media Palembang.

**Kata Kunci** : Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, dan Kepuasan Pelanggan.



# **BAB I**

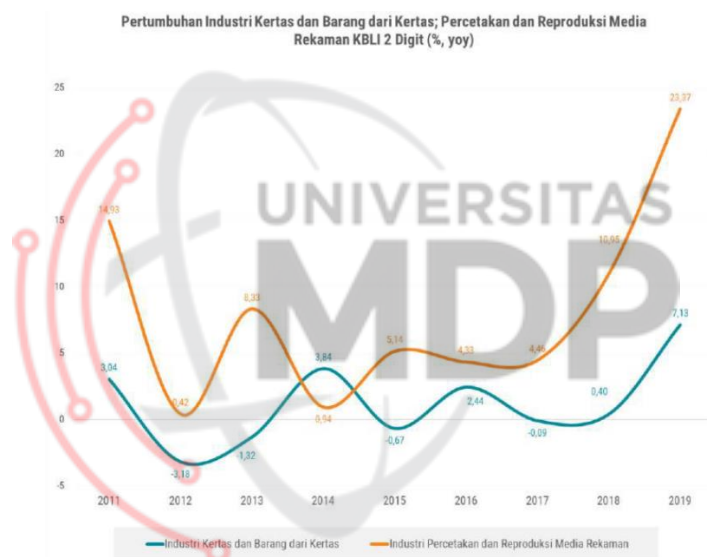
## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi di era digital merupakan salah satu hal penting yang dapat mewarnai perkembangan lingkungan bisnis. Termasuk globalisasi digital pada sektor perekonomian yang saat ini membawa banyak dampak pada liberalisasi perdagangan secara global, tidak menutup kemungkinan, hampir setiap negara membuka pasar seluas-luasnya untuk mengejar suatu ketertinggalan baik di bidang perdagangan, perekonomian, dan teknologi. (Ahyani et al., 2023). Permasalahan yang akan dihadapi pelaku usaha tidak hanya tentang bagaimana cara memproduksi dan memasarkan produknya saja, tetapi adalah bagaimana suatu perusahaan dapat bersaing secara kompetitif dalam menghadapi banyak pesaing. Persaingan yang ketat disebabkan oleh kemajuan di bidang teknologi dan ilmu pengetahuan. Sehingga menuntut pelaku usaha untuk dapat melakukan berbagai inovasi guna menciptakan strategi pemasaran yang dapat memberikan profitabilitas tinggi bagi suatu perusahaan.

Digitalisasi teknologi saat ini mulai menjadi bagian dari segala aktivitas manusia. Banyak industri yang telah mengalami perubahan dan

memasuki persaingan baru melalui pasar digital. Perkembangan dunia industri saat ini salah satunya adalah industri percetakan memberikan dampak terhadap aspek kehidupan manusia dalam memperoleh informasi menjadi lebih praktis. Dikarenakan semakin cepatnya kemajuan dibidang ilmu pengetahuan dan teknologi, sehingga pada saat ini percetakan lebih komplit dan modern (Kartika, 2020).



Sumber: Kementerian Perindustrian, 2023.

**Gambar 1. 1 Pertumbuhan Industri Kertas dan Barang dari Kertas, Percetakan dan Reproduksi Media Rekaman**

Berdasarkan gambar 1.1 diatas menunjukkan bahwa industri kertas dan barang dari kertas naik dari pertumbuhan sebesar 0,40% pada tahun 2018 menjadi sebesar 7,13% pada tahun 2019. Sedangkan pada industri percetakan dan reproduksi media rekaman naik dari pertumbuhan sebesar 10,95% pada tahun 2018 menjadi sebesar 23,37% pada tahun 2019. Pertumbuhan industri

percetakan dan reproduksi media rekaman terus meningkat sejak tahun 2011 lalu.

Badan Pusat Statistik (2023) mencatat, Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga konstan industri kertas dan barang dari kertas, percetakan, dan reproduksi media rekaman sebesar Rp. 20,55 triliun pada kuartal III/2022. Industri kertas merupakan salah satu subsektor dari industri pengolahan. Dimana pada kuartal III/2022, industri kertas telah berkontribusi 3,39% terhadap PDB industri pengolahan.

Industri percetakan di Indonesia berkembang pesat dan mempunyai peran yang penting dalam pembentukan struktur ekonomi. Selain itu industri cetak juga dianggap sebagai salah satu kebutuhan pokok bagi setiap orang. Kemajuan industri cetak berdampak luas terhadap berkembangnya dunia pendidikan, peluang bekerja, berusaha serta perolehan devisa negara (Anwar & Anti, 2023). Saat ini kemajuan teknologi yang pesat membuka peluang pada bisnis *digital printing* yang merupakan hasil perkembangan dari teknik percetakan konvensional yang muncul di era digital.

Percetakan saat ini di kenal dengan istilah *digital printing* merupakan teknik pencetakan gambar berbasis *digital* yang biasanya berupa file gambar atau teks yang dapat dicetak secara instan di berbagai media. Menurut (Saharja & Gobal, 2021) Teknik cetak digital (*digital printing*) merupakan metode mencetak yang dilakukan secara modern untuk mengolah warna, ilustrasi, huruf, dan model gambar melalui komputer kemudian dilanjutkan ke pencetakan pada material bahan melalui mesin cetak. Dengan hadirnya

teknologi terbaru dalam dunia percetakan tentu memberikan dampak positif bagi pelaku usaha karena percetakan saat ini bisa dilakukan secara profesional sehingga proses percetakan akan lebih cepat, hemat waktu, dan terjangkau.

Saat ini percetakan mencakup beragam media yang lebih luas, seperti spanduk, poster, brosur dan lain sebagainya. Industri *printing* saat ini dapat dikatakan sebagai jenis bisnis yang menjanjikan, dikarenakan setiap perusahaan atau instansi pasti membutuhkan media untuk menyalurkan dan menyampaikan informasi perusahaannya sekaligus sebagai sarana promosi. Hal ini juga menghasilkan banyak keuntungan bagi para pemilik bisnis karena promosi bisa dibuat lebih menarik dengan biaya yang lebih kecil.

Dikota Palembang terdapat beberapa perusahaan yang bergerak di bidang jasa percetakan, salah satunya adalah CV. Ui3 Media. Nama Ui3 sendiri merupakan singkatan dari Usaha, Ibadah, Ikhtiar, dan Ikhlas yang menjadi acuan CV. Ui3 Media dalam berbisnis. CV. Ui3 Media berdiri sejak tahun 2013 merupakan jenis perusahaan *Digital Printing, Advertising, dan Interior* di Kota Palembang dan telah berpengalaman selama hampir 10 tahun. Lokasi pertama CV. Ui3 Media bertempat di jalan Swadaya / Perikanan 1. No.10 RT.04/RW.02 kec. Kemuning, kel. Talang Aman, Kota Palembang.

Pada akhir tahun 2019, CV. Ui3 Media pindah ke tempat yang baru di jalan Kelapa Sawit, RT.15/RW.5, Srijaya, Kec. Alang-Alang Lebar, Kota Palembang. Tempat terbaru CV. Ui3 Media saat ini lebih luas, memiliki fasilitas dengan desain interior yang menarik dan memiliki lahan parkir yang

cukup besar sehingga calon pelanggan lebih nyaman jika datang ke lokasi. CV. Ui3 Media menerima permintaan pembuatan produk seperti spanduk, kartu nama, custom mug, poster dan lain sebagainya. Proses produksi ini dapat bervariasi sesuai dengan permintaan calon pelanggan.

Untuk memudahkan pelanggan dalam memakai jasanya, pemesanan produk bisa dilakukan secara online sehingga mempercepat proses transaksi antara pelanggan dan perusahaan. Target pasar CV. Ui3 Media cukup beragam, mulai dari perseorangan, PT, dan organisasi. Saat ini CV. Ui3 Media memiliki klien yang berlangganan memakai jasanya yaitu PT Cheil Indonesia, PT Bersama Zatta Mulya, PT Onduline Indonesia dan masih banyak lagi.

**Tabel 1.1 Jumlah Penjualan**

Tahun	Bulan	Data Penjualan CV. Ui3 Media
		Palembang
2022	September	145
	Oktober	261
	November	138
	Desember	163
2023	Januari	114
	Februari	133
	Maret	128
	April	94
	Mei	90



	Juni	118
	Juli	130
	Agustus	161

Sumber: CV. Ui3 Media, 2023.

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat dilihat data pelanggan CV. Ui3 Media selama 1 tahun terakhir. Terdapat peningkatan dan penurunan jumlah pelanggan yang melakukan transaksi di setiap bulannya. Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dalam jasa *digital printing* CV. Ui3 Media harus memperhatikan tingkat kepuasan pelanggannya apakah telah memenuhi harapan pelanggan atau belum.

Dari beberapa ulasan yang ada mengenai CV. Ui3 Media, terdapat beberapa ulasan menonjol yang ada di CV. Ui3 Media yang menyatakan bahwa perusahaan ini merupakan tempat percetakan terbaik di kota Palembang. Dari pernyataan pada ulasan tersebut dapat ditinjau bahwa seorang pelanggan menyatakan pendapatnya berdasarkan pengalamannya. Pelanggan tersebut dapat menyatakan bahwa tempat percetakan yang mempunyai kualitas terbaik adalah CV. Ui3 Media, hal ini berlandaskan pengalaman pelanggan yang telah menggunakan jasa percetakan lain di kota Palembang. CV. Ui3 Media selalu berusaha untuk memberikan produk berupa barang dan jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada pelanggan sehingga pelanggan dapat merasa puas ketika memakai jasanya.

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi

dari barang atau jasa (Indrasari, 2019). Apabila harga yang dikeluarkan sebanding dengan apa yang akan didapatkan pelanggan, maka konsumen akan merasa puas, dan sebaliknya apabila harga yang dikeluarkan tidak sebanding dengan produk yang didapatkan, maka kepuasan tidak akan tercipta. CV. Ui3 Media tentu saja telah melakukan perhitungan akan harga terhadap produk-produk yang mereka tawarkan. Proses produksi yang menggunakan bahan dengan kualitas baik sesuai dengan harga yang diberikan kepada pelanggan. Perhitungan berupa manfaat yang didapatkan konsumen dengan hal yang dikorbankan oleh konsumen tentu saja sudah diperhitungkan sebelumnya. Sehingga dua hal tersebut harus sebanding agar kepuasan terhadap pelanggan tercipta.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian atau pemakaian terhadap suatu produk (Ahyani et al., 2023). Perusahaan harus memiliki kemampuan untuk meningkatkan kualitas produknya untuk menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Berdasarkan ulasan dari pelanggan, mereka menyatakan bahwa hasil cetakan produk CV. Ui3 Media memiliki kualitas yang baik dan produk dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama. Produk yang dihasilkan pun cukup banyak dan bervariasi. Apabila kualitas dari sebuah produk baik tentu pelanggan akan membeli dan menggunakan produk tersebut. Begitu juga sebaliknya jika kualitas produk itu buruk maka pelanggan tidak puas serta mengurangi minat untuk membeli karena tidak sesuai dengan harapan pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan pelanggan. Menurut (Sa'adah & Munir, 2020) salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi keunggulan bersaing bagi Perusahaan jasa. Baik tidaknya kualitas pelayanan barang dan jasa tergantung kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Harapan konsumen tersebut tercermin pada pelayanan yang baik, ramah, sopan santun, ketepatan waktu, dan kecepatan menjadi nilai yang diharapkan oleh konsumen.

Dilihat dari beberapa ulasan mengenai kualitas pelayanan di CV. Ui3 Media, terdapat beberapa pelanggan memberikan ulasan yang menyatakan bahwa pelayanannya cukup memuaskan. CV. Ui3 Media menyediakan tempat yang rapi, bersih dan nyaman serta memiliki karyawan yang bersedia membantu pelanggan saat dibutuhkan. Selain itu, dalam pemesanan sebuah produknya, CV. Ui3 Media menawarkan jasa desain yang dapat disesuaikan dengan permintaan pelanggan. Apabila pelanggan belum mempunyai desain cetakan untuk sebuah produk, maka dapat menggunakan jasa desain yang disediakan serta dapat disesuaikan dengan keinginan pelanggan itu sendiri. CV. Ui3 Media sudah berdiri sejak 10 tahun lalu pasti berusaha untuk dapat memberikan pelayanan terbaik dalam melayani para pelanggan yang datang dan berusaha untuk memenuhi keinginan dan harapan pelanggannya.

Citra atau image berkaitan dengan reputasi sebuah merek atau Perusahaan. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah citra perusahaan (Maryati et al., 2020). Citra Perusahaan dinilai penting bagi setiap pelaku usaha karena merupakan kesan yang terbentuk di benak pelanggan. CV. Ui3 Media menerapkan citra yang baik di mata pelanggan dengan cara memberikan pelayanan cepat tanggap terhadap permintaan dan keluhan pelanggan, bertanggung jawab, serta meningkatkan kualitas kinerja karyawannya dan memberikan kenyamanan bagi pelanggan. Hal ini bertujuan untuk menjaga kesediaan pelanggan dalam memakai jasanya. Citra yang baik akan menimbulkan dampak positif bagi Perusahaan, sedangkan citra yang buruk memberikan dampak negatif dan melemahkan kemampuan Perusahaan.

Menurut Kotler dalam (Sa'adah & Munir, 2020) secara umum kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Ketika konsumen membeli suatu produk, maka konsumen memiliki harapan tentang bagaimana produk itu berfungsi. Jika produk yang dibeli berfungsi lebih baik dari yang diharapkan maka pelanggan akan puas. Sama halnya pada CV. Ui3 Media, ketika pelanggan membeli suatu produk maka pelanggan tersebut memiliki harapan akan produk tersebut. Jika produk yang disajikan melebihi ekspektasi pelanggan, maka dapat dikatakan puas karena melebihi dari apa yang diharapkan. Pada umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan

tentang apa yang akan diterimanya bila memakai atau membeli suatu produk (barang atau jasa).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Agustina, 2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar” berdasarkan hasil penelitian menyatakan Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar. Pada variabel kualitas produk, hal yang perlu diperbaiki adalah daya tahan produk dengan memilih yang berkualitas untuk menghasilkan produk yang berkualitas. Kemudian pada variabel harga, perlunya peninjauan ulang harga sesuai dengan harga pasar.

Penelitian lain melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan Advance Digital” (Aprillia & Rizal, 2022) yang mengemukakan bahwa Kualitas Layanan dan Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini perlu adanya penelitian lebih lanjut mengenai hasil yang tidak signifikan. Kemudian variabel citra Perusahaan menunjukkan bahwa variabel citra Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dikarenakan kepribadian Perusahaan, reputasi Perusahaan, kepercayaan, tanggung jawab, dan nilai yang baik bagi pelanggan.

Penelitian lain melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Andaf

Corp Digital Printing di Bekasi” (Ahyani et al., 2023) dari hasil penelitiannya menyatakan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Andaf Corp Digital Printing di Bekasi.

Penelitian lain melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Rainbow Creative Semarang)” (Rufliansah & Daryanto Seno, 2020) dari hasil penelitiannya menyatakan pada variabel harga adanya pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kemudian pada variabel kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Rainbow Creative. Hubungan positif menunjukkan bahwa persepsi konsumen mengenai kualitas produk yang diberikan oleh Rainbow Creative baik, dan berdampak terhadap Kepuasan Konsumen.

Penelitian lain berjudul “The Influence of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction at Jogja Printing Madison” (Aji & Soebiantoro, 2023) dari hasil penelitiannya menyatakan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Jogja Printing Madison.

Dari hasil penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai rujukan penelitian dapat memberikan informasi bahwa variabel harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra perusahaan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, penelitian ingin meneliti lebih lanjut dan menulisnya dalam bentuk

skripsi yang berjudul **“PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA CV. Ui3 MEDIA PALEMBANG”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan yang didapat penulis adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan secara parsial pada CV. Ui3 Media Palembang ?
2. Bagaimana pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan secara simultan pada CV. Ui3 Media Palembang ?

## **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, maka didapatkan ruang lingkup penelitian sebagai berikut :

1. Variabel independen pada penelitian yang terdiri Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Variabel dependen pada penelitian ini terdiri atas Kepuasan Pelanggan.

2. Responden dalam penelitian ini merupakan pelanggan yang menggunakan jasa CV. Ui3 Media Palembang.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian yang akan dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan secara parsial pada CV. Ui3 Media Palembang.
2. Untuk menganalisis pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan secara simultan pada CV. Ui3 Media Palembang.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Penulis

Manfaat dari penelitian ini adalah menambah dan memperluas wawasan serta pengalaman peneliti terkait dengan pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. Ui3 Media Palembang.

2. Bagi Perusahaan



Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi dalam mempertimbangkan strategi perusahaan terutama dalam hal Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan CV. Ui3 Media Palembang.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Manfaat bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk suatu pembandingan, penelitian, dan menambah wawasan pembaca terkait dengan Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan CV. Ui3 Media Palembang.

## 1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika dalam penelitian ini sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini peneliti membahas mengenai pendahuluan yang terdiri atas latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan, serta manfaat penelitian, dan juga sistematika penelitian

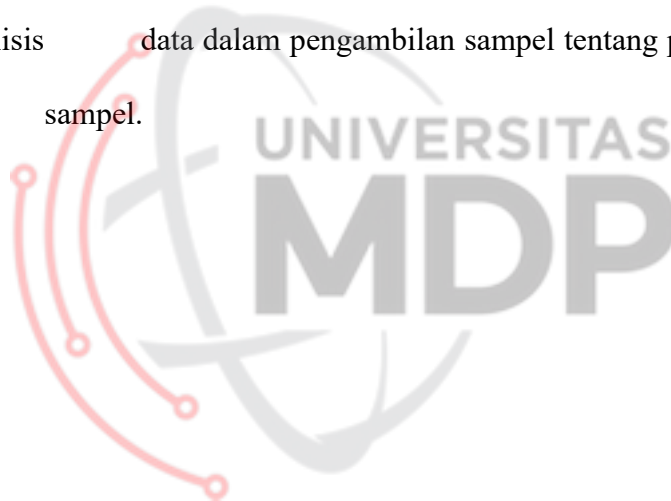
### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini peneliti mendeskripsikan tentang teori yang akan dibahas yaitu Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan CV.

UI3 Media Palembang. Serta peneliti juga mendeskripsikan dengan jelas pemahaman akan teori yang digunakan dan membuat kerangka pikir dari rumusan masalah serta hipotesis.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini peneliti akan menambah metode yang akan digunakan dalam penelitian terdiri atas pendekatan penelitian, objek/subjek penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data dalam pengambilan sampel tentang penarikan populasi dan sampel.





## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Eva dkk. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar. *Journal of Management*, 5.
- Ahyani, Sudarso, A. P., Angga, J., & Pratama, D. G. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Andaf Corp Digital Printing di Bekasi. *Pendidikan, Sosial, Dan Humaniora*, 3.
- Aji, R. Y., & Soebiantoro, U. (2023). The Influence of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction at Jogja Printing Madison. *Journal Economy*, 19.
- Anwar, K., & Anti, A. R. (2023). Pengelolaan dan Pengembangan Bisnis Percetakan pada Rumahgrafika Pekalongan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Manis: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 21–30.
- Aprillia, F., & Rizal, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Advance Digital. *FAIR VALUE Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(3), 1715–1729.
- Ariani, S., & Oetama, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Percetakan M2 di Sampit. *E-Jurnal Profit (Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 8.
- Firmansyah, A. (2019). Dr. M. Anang Firmansyah, SE., MM. Pemasaran (Dasar dan Konsep). *Pemasaran*, 396. [https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/334057497\\_PEMASARAN\\_dasar\\_dan\\_konsep/links/5d14be6592851cf4404f63a8/PEMASARAN-dasar-dan-konsep.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/334057497_PEMASARAN_dasar_dan_konsep/links/5d14be6592851cf4404f63a8/PEMASARAN-dasar-dan-konsep.pdf)
- Ghozali, P. H. I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.).
- Harjadi, D., & Arraini, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk Dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial* (1st ed.). Insania.
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Kartika, W. (2020). *Studi perilaku konsumen dalam memilih jasa percetakan prima print di surabaya. 1*, 1–6.

- Maryati, Darna, N., & Muhidin, A. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada PD. Sumber Rezeki Singapura). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 2, 104–115. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/bmej/article/view/2475>
- Maryati, & Khoiri.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Mubasyiroh, I., Nasution, U. C., & Pujiyanto, A. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus pada CV. Fastprint Indonesia*.
- Novitasari, R., & Yusuf, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Percetakan Dodi di Bandung. *Economic, Business, and Accounting*, 6.
- Rufliansah, F. F., & Daryanto Seno, A. H. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Rainbow Creative Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 389–401. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28226>
- Sa'adah, L., & Munir, F. A. (2020). *Kualitas Layanan, Harga, dan Citra Merek Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan*. LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Saharja, K., & Gobal, R. (2021). Pengaruh Waktu Proses Produksi Digital Printing Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Produk Cetak. *Jurnal Sains Komputer & Informatika (J-SAKTI)*, 5(1), 458–469.
- Sari, A. A. R. P., & Yasa, N. N. K. (2020). *Kepercayaan Pelanggan di Antara Hubungan Citra Perusahaan dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall.com*. Lakeisha.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Syaiful, B. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis: Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Andi.