

## ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN DARI HARGA HINGGA PELAYANAN DI TOKO KELONTONG DI DESA KISIK BUNGAH GRESIK

Ahmad Amirul Aziz, Abdur Rohman

Email: [amirulazizwolusongi@gmail.com](mailto:amirulazizwolusongi@gmail.com) , [abdur.rohman@trunojoyo.ac.id](mailto:abdur.rohman@trunojoyo.ac.id)

(Universitas Trunojoyo Madura)

### Abstrack

*This article discusses the analysis of factors that affect consumer satisfaction in the grocery store in the village Kisik Bungah Gresik. This study highlights two main factors, namely price and quality of Service, which play an important role in determining the level of customer satisfaction. The results showed that consumers tend to choose stores that offer prices that match their expectations, especially in the context of a competitive economy, where lower prices can attract lower-middle-class customers. In addition, good service quality, which includes positive interactions between sellers and buyers, also contributes significantly to customer satisfaction and their likelihood of making repeat purchases. The methodology used in this study is a qualitative approach through in-depth interviews and field observations, although there are limitations in generalizing the results to other grocery stores. The study recommends that future studies involve a quantitative approach and explore additional factors such as location and promotion to gain a more comprehensive understanding of consumer satisfaction in the micro retail sector.*

**Keywords:** consumer satisfaction, price and quality of Service, Kisik bungah Gresik village grocery store

### Abstrak

Artikel ini membahas analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di toko kelontong di Desa Kisik Bungah Gresik. Penelitian ini menyoroti dua faktor utama, yaitu harga dan kualitas pelayanan, yang berperan penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen cenderung memilih toko yang menawarkan harga yang sesuai dengan ekspektasi mereka, terutama dalam konteks ekonomi yang kompetitif, di mana harga yang lebih rendah dapat menarik pelanggan kelas menengah ke bawah. Selain itu, kualitas pelayanan yang baik, yang mencakup interaksi positif antara penjual dan pembeli, juga berkontribusi signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kemungkinan mereka untuk melakukan pembelian ulang. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam dan observasi lapangan, meskipun terdapat keterbatasan dalam generalisasi hasil ke toko kelontong lain. Penelitian ini merekomendasikan agar studi di masa mendatang melibatkan pendekatan kuantitatif dan mengeksplorasi faktor-faktor tambahan seperti lokasi dan promosi untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai kepuasan konsumen di sektor ritel mikro.

**Kata kunci:** kepuasan konsumen, harga dan kualitas pelayanan, toko kelontong desa kisik bungah gresik

## Pendahuluan

Masyarakat di semua tingkatan sosial selalu mempunyai kebutuhan akan pangan dan kebutuhan pokok lainnya. Untuk memenuhi persyaratan mendasar ini, banyak orang dengan cermat mempertimbangkan cara mengalokasikan uang mereka. Seperti halnya ketika orang memuaskan keinginannya dengan apa yang diperolehnya. Mereka akan mencari toko yang memenuhi kebutuhan mereka, kemungkinan besar dengan memilih toko di mana mereka merasa nyaman membeli barang atau jasa yang mereka inginkan. Pemenuhan seluruh persyaratan saat ini, terutama pada biaya yang tidak mahal atau murah dibandingkan dengan kemampuan finansialnya. Toko dengan biaya yang lebih murah cenderung menarik pelanggan kelas menengah ke bawah karena pelanggan tersebut percaya bahwa toko tersebut menyediakan semua yang mereka butuhkan tanpa mengharuskan mereka mengunjungi banyak toko.

Kepuasan Pelanggan merupakan salah satu dari beberapa elemen yang mempengaruhi perilaku konsumen. Kepuasan Pelanggan didefinisikan sebagai keadaan emosional yang dimiliki konsumen setelah melakukan pembelian<sup>1</sup>.

Kebutuhan akan barang konsumsi merupakan aspek fundamental dalam kehidupan manusia sebagai makhluk sosial. (Purba, 2005) menegaskan ketergantungan manusia terhadap entitas eksternal, baik individu maupun barang, untuk mencapai kesempurnaan fungsinya dalam masyarakat. Kebutuhan akan akses terhadap barang-barang pokok mendorong terbentuknya sistem distribusi, salah satunya melalui warung kelontong<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Nuraini, D. P., & Chodidjah, S. (2024). *Pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Toko Kelontong Mujinah*. AL-MIKRAJ: Jurnal Studi Islam dan Humaniora, 4(2). E-ISSN 2745-4584.

<sup>2</sup> Aripin, M. H., & Leliana, A. (2024). *Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Produk, Dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Terhadap Warung Kelontong Madura*. Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan, 13(4), 435-446.

Presepsi harga menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen cenderung memilih produk dengan harga yang sesuai dengan ekspektasi mereka, terutama dalam lingkungan ekonomi yang kompetitif. Selain itu, harga yang lebih rendah dibandingkan pesaing dapat menjadi daya tarik utama bagi pelanggan<sup>3</sup>.

Selain cara pandang pelanggan terhadap harga, kualitas pelayanan juga merupakan faktor penting yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan mereka. Kualitas layanan mencerminkan seberapa baik penyedia layanan dapat memenuhi kebutuhan, keinginan, dan preferensi pelanggan. Jika suatu bisnis aktif mendengarkan dan merespon kebutuhan pelanggannya, maka mereka akan mampu menawarkan layanan berkualitas tinggi. Menurut Chandra, pelanggan yang memperoleh pelayanan yang baik memiliki kemungkinan lebih besar untuk melakukan pembelian ulang. Dengan demikian, bisnis dapat memberikan layanan terbaik yang pada gilirannya akan membuat klien dan konsumen merasa puas. Penelitian lain juga menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, di mana kualitas pelayanan yang konsisten dalam mengirimkan produk sesuai permintaan pelanggan sangat berpengaruh<sup>4</sup>.

Dalam sebuah kegiatan berwirausaha baik dalam bentuk jasa ataupun produk seorang konsumen ingin mendapatkan pelayanan yang baik sebelum mereka melakukan pembelian atau menggunakan jasa yang ditawarkan. Layanan tersebut sebagai cara konsumen untuk memahami jenis, kualitas, dan harga produk atau jasa yang diberikan sebuah perusahaan. Pelaku bisnis yang bergerak dalam penjualan sebuah produk diharapkan dapat memberikan pelayanan yang baik untuk konsumennya, layanan dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian

---

<sup>3</sup> Ismanto, W., & Munzir, T. (2020). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen*. Jurnal Dimensi, 9(3), 536-548.

<sup>4</sup> Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen*. Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia, 9(2), 114-126.

produk yang ditawarkan selain itu dapat menjadi daya tarik konsumen untuk dapat melakukan pembelian produk secara berulang-ulang<sup>5</sup>.

Dalam membeli produk konsumen akan membandingkan harga satu dengan yang lain untuk memilih produk, jika harga yang diberikan terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk yang diharapkan konsumen akan merasa puas.<sup>6</sup>Dalam penelitian ini, akan dianalisis faktor-faktor utama yang mempengaruhi kepuasan konsumen di toko kelontong Desa Kisik Bungah Gresik. Dengan memahami aspek-aspek ini, diharapkan pemilik usaha dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan daya saing bisnis mereka.

## **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam berbelanja di toko kelontong Desa Kisik Bungah Gresik. Metode ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman mendalam mengenai pengalaman dan persepsi konsumen tanpa bergantung pada analisis statistik. Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu wawancara mendalam, dan observasi lapangan. Wawancara dilakukan dengan pemilik toko serta konsumen tetap untuk menggali faktor-faktor utama yang mempengaruhi kepuasan mereka. Observasi lapangan berfungsi untuk mengamati interaksi antara penjual dan pembeli, kualitas pelayanan, serta bagaimana harga memengaruhi keputusan belanja konsumen. Sementara itu, dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai jurnal dan laporan riset terkait.

## **Kerangka Teori**

### **A. Definisi umkm mikro menengah**

---

<sup>5</sup> Putri, M. A., & Rachman, M. (2021). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap niat beli ulang pada usaha kecil menengah di Surabaya*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 7(2), 45–54.

<sup>6</sup> Sumanto, L. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Telkom Speedy Di Kota Denpasar* (Doctoral dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar).

Toko kelontong ini termasuk umkm menengah atau usaha mikro menengah. Usaha Menengah adalah usaha yang ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil ataupun Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan<sup>7</sup>.

## **B. Definisi kepuasan pelanggan dan faktor-faktor yang menentukan tingkat kepuasan konsumen**

Kepuasan pelanggan merupakan elemen penting lainnya dalam konsep ritel berkelanjutan. Dalam kasus desa, hal ini mungkin relevan dengan toko kelontong. Widodo Ismanto dan T. Munzir berpendapat bahwa kepuasan pelanggan berhubungan langsung dengan kualitas layanan dan barang yang disediakan. Dalam toko kelontong, layanan ini meliputi kesopanan penjual, kecepatan layanan, dan ketersediaan produk<sup>8</sup>.

Menurut Siti Husna dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

1. Kualitas produk. Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosional, konsumen merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang

---

<sup>7</sup> Mauladin, P., & Alamsyah, M. I. (2023). *Analisis faktor yang berpengaruh dalam peningkatan keberhasilan usaha mikro kecil menengah (UMKM)*. JIAFE (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi), 9(1), 57-70.

<sup>8</sup> Ismanto, W., & Munzir, T. (2020). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen*. Jurnal Dimensi, 9(3), 536-548.

diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

4. Harga, Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.
5. Biaya. Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu<sup>9</sup>.

### C. Definisi harga

Harga adalah salah satu faktor kunci yang memengaruhi kepuasan konsumen ketika berbelanja di toko kelontong. Konsumen biasanya mencari harga yang bersaing dan sesuai dengan nilai yang mereka peroleh dari produk atau layanan yang mereka beli. Penelitian menunjukkan bahwa harga yang lebih rendah dibandingkan dengan pesaing dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Namun, penting untuk tetap memperhatikan kualitas produk agar persepsi nilai tidak menurun<sup>10</sup>.

### D. Definisi kualitas pelayanan

Pelayanan yang diberikan oleh toko kelontong, seperti keramahan penjual, kecepatan dalam melayani, dan kemudahan dalam melakukan transaksi, memiliki peranan yang signifikan dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan bagi pelanggan. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendorong mereka untuk kembali berbelanja lagi. Aspek-aspek seperti komunikasi yang efektif dan respons yang cepat terhadap kebutuhan pelanggan juga menjadi faktor krusial dalam membangun kepuasan mereka<sup>11</sup>.

---

<sup>9</sup> Sari, F. (2024). *Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Dan Harga Semua Produk Barang Pada Alfamart Blang Pulo Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA)* (Doctoral dissertation, Universitas Malikussaleh).

<sup>10</sup> Chaniago, H. (2020). Analisis kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga pada loyalitas Konsumen nano store. *International Journal Administration, Business and Organization*, 1(2), 2020.

<sup>11</sup> Prastuti, W., & Wikaningtyas, S. U. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Sembako Koperasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta* (Doctoral dissertation, STIE Widya Wiwaha).

## **Pembahasan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen dalam konteks toko kelontong di Desa Kisik, Bungah, Gresik. Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, ditemukan bahwa harga dan pelayanan merupakan dua faktor utama yang paling berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

### **1. Harga sebagai Faktor Penentu Kepuasan**

Harga merupakan elemen utama yang dipertimbangkan oleh konsumen saat melakukan pembelian di toko kelontong. Dalam konteks desa, harga yang terjangkau menjadi faktor dominan karena mayoritas penduduk memiliki daya beli yang terbatas. Harga mempengaruhi persepsi konsumen terhadap nilai produk.

Bila harga dianggap sebanding dengan manfaat yang diperoleh, maka konsumen akan merasa puas. Bahkan, meskipun selisih harga tidak terlalu besar dibandingkan toko lain, konsumen cenderung memilih toko yang dirasa “lebih murah”. Harga yang terjangkau menjadi kunci dalam mempertahankan loyalitas pelanggan, terutama di lingkungan masyarakat ekonomi menengah ke bawah<sup>12</sup>.

### **2. Pelayanan sebagai Cerminan Kualitas Interaksi**

Kualitas pelayanan menjadi aspek kedua yang sangat diperhatikan oleh konsumen. Pelayanan yang ramah, cepat tanggap, dan sopan akan memberikan kesan positif. Di toko kelontong, pelayanan bukan hanya sekedar menjual produk, tetapi juga membangun hubungan sosial dengan konsumen.

Pelayanan berkualitas tinggi menciptakan pengalaman belanja yang menyenangkan, yang kemudian berdampak langsung pada tingkat kepuasan dan

---

<sup>12</sup> Firatmadi, A. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. *Journal of Business Studies*, 2(2), 80-105.



niat konsumen untuk kembali berbelanja<sup>13</sup>. Dalam konteks toko kelontong di Desa Kisik, pelayanan yang diberikan oleh pemilik toko sangat berperan karena hubungan antara penjual dan pembeli cenderung bersifat personal dan kekeluargaan.

### **3. Kepuasan Konsumen dari Perspektif Emosional dan Sosial**

Kepuasan konsumen tidak hanya ditentukan oleh faktor harga dan pelayanan secara objektif, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor emosional dan sosial. Kepuasan pelanggan merupakan kondisi emosional yang timbul setelah konsumen membandingkan harapan dengan kenyataan. Jika ekspektasi terpenuhi, maka konsumen merasa puas. Jika kenyataan melebihi ekspektasi, maka konsumen merasa sangat puas<sup>14</sup>.

faktor lain seperti kebanggaan menggunakan produk tertentu, asosiasi dengan status sosial, atau kedekatan dengan pemilik toko, juga menjadi penentu kepuasan. Di daerah pedesaan, nilai sosial dan interaksi antarindividu menjadi faktor penting dalam membentuk loyalitas pelanggan<sup>15</sup>.

### **4. Peran Toko Kelontong dalam Ekonomi Mikro**

Toko kelontong adalah bagian dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memiliki peran vital dalam mendukung perekonomian desa. UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan atau badan usaha kecil dengan modal terbatas, tetapi sangat signifikan dalam menciptakan lapangan kerja dan menopang kebutuhan lokal<sup>16</sup>.

## **Kesimpulan**

---

<sup>13</sup> RISKHA, T. (2023). *Pengaruh Strategi Pemasaran, Persepsi Kualitas Dan Periklanan Terhadap Perilaku Konsumen Berbelanja Di Putra Baru (Pb) Swalayan Kota Metro Perspektif Ekonomi Islam* (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).

<sup>14</sup> Arfifahani, D. (2018). Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *J. Ekobis Dewantara Vol*, 1(3), 42-47.

<sup>15</sup> Firmansyah, M. A., & Se, M. (2019). Buku pemasaran produk dan merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 336.

<sup>16</sup> Soemitra, A., Nawawi, Z. M., & Syahbudi, M. (2022). *Pembiayaan Syariah Untuk Usaha Mikro di Indonesia*. Merdeka Kreasi Group.



Penelitian ini menunjukkan bahwa dua faktor utama yang paling memengaruhi kepuasan konsumen di toko kelontong adalah harga dan kualitas pelayanan. Harga yang terjangkau menjadi daya tarik utama bagi konsumen, terutama di lingkungan masyarakat dengan daya beli rendah. Sementara itu, pelayanan yang ramah, cepat, dan personal juga terbukti menciptakan pengalaman berbelanja yang positif dan membentuk loyalitas pelanggan. Keduanya memiliki peran yang saling melengkapi dalam menciptakan kepuasan pelanggan secara menyeluruh. Selain itu, pentingnya hubungan sosial dalam konteks pedesaan menjadi kekuatan unik yang tidak dimiliki oleh ritel modern, sehingga dapat dimanfaatkan sebagai keunggulan kompetitif.

Namun demikian, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, di antaranya pendekatan kualitatif yang bersifat subjektif dan bergantung pada pengalaman serta persepsi individu. Keterbatasan lokasi dan jumlah responden membuat hasil penelitian ini belum dapat digeneralisasi ke toko kelontong di daerah lain yang memiliki karakteristik sosial dan ekonomi yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian lanjutan dapat mengeksplorasi variabel tambahan dan menggunakan metodologi yang lebih luas untuk mendapatkan temuan yang lebih akurat dan aplikatif bagi sektor usaha mikro.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arfifahani, D. (2018). Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *J. Ekobis Dewantara Vol*, 1(3), 42-47.
- Aripin, M. H., & Leliana, A. (2024). Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Produk, Dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Terhadap Warung Kelontong Madura. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 13(4), 435-446.
- Chaniago, H. (2020). Analisis kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga pada loyalitas Konsumen nano store. *International Journal Administration, Business and Organization*, 1(2), 2020.
- Firatmadi, A. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. *Journal of Business Studies*, 2(2), 80-105.
- Firmansyah, M. A., & Se, M. (2019). Buku pemasaran produk dan merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek*, August, 336.

- Ismanto, W., & Munzir, T. (2020). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen*. Jurnal Dimensi, 9(3), 536–548.
- Ismanto, W., & Munzir, T. (2020). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen*. Jurnal Dimensi, 9(3), 536–548.
- Mauladin, P., & Alamsyah, M. I. (2023). *Analisis faktor yang berpengaruh dalam peningkatan keberhasilan usaha mikro kecil menengah (UMKM)*. JIAFE (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi), 9(1), 57–70.
- Nuraini, D. P., & Chodidjah, S. (2024). *Pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Toko Kelontong Mujinah*. AL-MIKRAJ: Jurnal Studi Islam dan Humaniora, 4(2). E-ISSN 2745-4584.
- Prastuti, W., & Wikaningtyas, S. U. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Sembako Koperasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta* (Doctoral dissertation, STIE Widya Wiwaha).
- Putri, M. A., & Rachman, M. (2021). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap niat beli ulang pada usaha kecil menengah di Surabaya*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 7(2), 45–54.
- RISKA, T. (2023). *Pengaruh Strategi Pemasaran, Presepsi Kualitas Dan Periklanan Terhadap Perilaku Konsumen Berbelanja Di Putra Baru (Pb) Swalayan Kota Metro Perspektif Ekonomi Islam* (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).
- Sari, F. (2024). *Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Dan Harga Semua Produk Barang Pada Alfamart Blang Pulo Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA)* (Doctoral dissertation, Universitas Malikussaleh).
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen*. Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia, 9(2), 114–126.
- Soemitra, A., Nawawi, Z. M., & Syahbudi, M. (2022). *Pembiayaan Syariah Untuk Usaha Mikro di Indonesia*. Merdeka Kreasi Group.
- Sumanto, L. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Telkom Speedy Di Kota Denpasar* (Doctoral dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar).