

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA PADA PERUSAHAAN PT. MASTERIZIN SOLUSI INDONESIA

Ari Putra Oktavianto^{1*}; Valentine Theresia Simamora².

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis¹
Universitas Nusa Mandiri, Jakarta, Indonesia¹
nusamandiri.ac.id¹
oktaviantoari66@gmail.com^{1*}
(*) Corresponding Author



Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi-NonKomersial 4.0 Internasional.

Abstract— This research aims to analyze the effect of service quality and price on customer satisfaction at PT. Masterizin Solusi Indonesia, a consulting firm specializing in building permit management services. The increasing competition in the licensing service industry requires companies to deliver excellent services and competitive pricing to meet customer expectations. This study employs a quantitative approach with a descriptive research design, utilizing questionnaires as the main data collection instrument. The independent variables include service quality (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy) and price (affordability, price-quality match, transparency), while the dependent variable is customer satisfaction (overall satisfaction, service-hopes conformity, repurchase intention, recommendation, and ease of service process). The multiple linear regression analysis results indicate that both service quality and price have a positive and significant effect on customer satisfaction, individually and simultaneously. These findings highlight that enhancing service quality combined with well-structured pricing strategies can effectively improve customer satisfaction and loyalty towards PT. Masterizin Solusi Indonesia.

Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction, Building Permit Services, PT. Masterizin Solusi Indonesia.

Abstrak— Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada PT. Masterizin Solusi Indonesia, perusahaan jasa konsultan pengurusan perizinan bangunan. Fenomena persaingan industri jasa perizinan yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk memberikan layanan yang unggul dan harga yang kompetitif agar mampu memenuhi ekspektasi konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif, menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi kualitas pelayanan (tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy) dan harga (keterjangkauan, kesesuaian dengan kualitas, transparansi), sedangkan variabel dependen adalah kepuasan konsumen (kepuasan keseluruhan, kesesuaian layanan dengan harapan, kemungkinan menggunakan kembali, rekomendasi, dan kemudahan proses layanan). Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan yang diiringi dengan strategi harga yang tepat mampu meningkatkan kepuasan serta loyalitas konsumen terhadap PT. Masterizin Solusi Indonesia.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen, Jasa Perizinan Bangunan, PT. Masterizin Solusi Indonesia

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan komunitas bisnis di Indonesia menunjukkan peningkatan yang sangat pesat. Semangat masyarakat untuk memulai usaha di berbagai sektor ekonomi menciptakan peluang baru bagi industri jasa pendukung, termasuk layanan perizinan dan legalitas bisnis. Kebutuhan terhadap jasa profesional yang membantu proses perizinan semakin meningkat karena banyak pelaku usaha menganggap proses tersebut rumit, memakan waktu, dan membutuhkan pemahaman mendalam terhadap regulasi yang berlaku. Kondisi ini mendorong munculnya berbagai perusahaan penyedia jasa perizinan yang menawarkan kemudahan dan efisiensi bagi masyarakat.

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang ini adalah PT. Masterizin Solusi Indonesia, yang berfokus pada penyediaan layanan perizinan seperti Persetujuan Bangun Gedung (PBG) dan Sertifikat Laik Fungsi (SLF). Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk memberikan layanan yang unggul dan harga yang kompetitif agar mampu mempertahankan kepercayaan pelanggan serta memperluas pangsa pasar.

PT. Masterizin Solusi Indonesia merupakan perusahaan konsultan perizinan yang berfokus pada layanan pengurusan dokumen legal bangunan, seperti PBG (Persetujuan Bangunan Gedung), SLF (Sertifikat Laik Fungsi), Rekomendasi Keselamatan Kebakaran (RKK Damkar), Izin Lalu Lintas (Andalalin/Sartek Lalin), izin lingkungan (SPPL, UKL-UPL, AMDAL), hingga Ketentuan Keselamatan Operasi Penerbangan (KKOP). Perusahaan melayani berbagai jenis bangunan, mulai dari rumah tinggal, ruko, dan kafe hingga proyek berskala besar seperti hotel, rumah sakit, dan pabrik.

Visi perusahaan adalah menjadi layanan konsultan perizinan terbaik yang berkelanjutan, terintegrasi dengan inovasi dan teknologi, sedangkan misinya berfokus pada peningkatan kualitas layanan dan efisiensi proses perizinan. Nilai utama yang dipegang (B.O.L.D) adalah Berintegritas, Organize, Loyal, dan Delivery, yang menjadi dasar budaya kerja perusahaan.

Dalam pelaksanaan operasional, Masterizin menerapkan sistem pelayanan dua tahap: pra-kontrak (konsultasi, penawaran, dan negosiasi) serta pasca-kontrak (produksi dan pengurusan izin). Proses kerja dilakukan secara sistematis dan transparan, dengan pemanfaatan sistem digital yang memungkinkan klien memantau progres proyek secara *real-time*.

Sebagai perusahaan yang berorientasi pada efisiensi dan akuntabilitas, Masterizin berperan penting dalam mempercepat proses perizinan bangunan di Indonesia melalui pendekatan layanan profesional, terukur, dan berbasis teknologi.

Dua faktor penting yang memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih jasa adalah kualitas layanan dan harga. Kualitas layanan meliputi berbagai aspek seperti kecepatan pelayanan, ketepatan waktu, kejelasan informasi, sikap ramah karyawan, serta kemudahan dalam proses komunikasi dan konsultasi. Layanan yang berkualitas mampu menciptakan kepuasan dan kepercayaan pelanggan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas dan keputusan pembelian ulang (Desfitriady, Alivia, & Putri, 2024). Sementara itu, faktor harga berperan besar dalam membentuk persepsi nilai pelanggan terhadap suatu jasa. Menurut (Kotler & Keller, 2024), perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi persepsi dan kepuasan pelanggan, sebab harga yang ditetapkan akan memengaruhi pandangan konsumen terhadap nilai yang mereka peroleh.

Harga yang terlalu tinggi dapat menurunkan minat konsumen, sedangkan harga yang terlalu rendah dapat menimbulkan keraguan terhadap kualitas layanan. Zeithaml, Bitner, Gremler, & Mende (2023) menjelaskan bahwa persepsi terhadap “nilai untuk uang” menjadi dasar utama dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, karena pelanggan cenderung membandingkan antara biaya yang dikeluarkan dengan kualitas layanan yang diterima. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu menyeimbangkan antara kualitas layanan dan harga yang ditawarkan agar sesuai dengan ekspektasi konsumen.

PT. Masterizin Solusi Indonesia telah memiliki reputasi yang baik di mata pelanggan, namun peningkatan kualitas layanan tetap perlu dilakukan, terutama dalam hal kecepatan proses, responsivitas pelayanan, serta transparansi informasi biaya. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen dalam memilih jasa di PT. Masterizin Solusi Indonesia. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi pelayanan yang lebih efektif dan efisien, serta menjadi acuan bagi perusahaan dalam meningkatkan daya saing dan kepuasan pelanggan di masa mendatang.

BAHAN DAN METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif asosiatif untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada PT. Masterizin Solusi Indonesia. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen yang telah menggunakan jasa perusahaan.

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh konsumen yang telah dan sedang menggunakan layanan perizinan pada PT. Masterizin Solusi Indonesia. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria yang digunakan meliputi:

1. Konsumen yang telah menggunakan layanan perizinan di PT. Masterizin Solusi Indonesia,
2. Konsumen yang saat ini masih menggunakan layanan perizinan pada perusahaan tersebut. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 60 responden, dengan pertimbangan kecukupan data untuk analisis kuantitatif serta tingkat partisipasi responden yang memenuhi kebutuhan penelitian.

Sebanyak 60 responden yang berpartisipasi terdiri atas 36 laki-laki (60%) dan 24 perempuan (40%), menunjukkan bahwa responden laki-laki lebih dominan. Berdasarkan usia, kelompok terbesar berada pada rentang 25–34 tahun (35%), diikuti oleh kelompok usia di bawah 25 tahun (23,3%), sedangkan responden di atas 55 tahun merupakan kelompok terkecil (3,3%). Dari sisi pendidikan terakhir, sebagian besar responden berpendidikan SMA/SMK (50%), diikuti oleh S1 (38,3%), Diploma (10%), dan S2 (1,7%).

Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup menggunakan Skala Likert dengan lima tingkat penilaian, dari 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga 5 (Sangat Setuju). Data yang terkumpul kemudian diolah menggunakan program SPSS.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahap untuk menarik kesimpulan mengenai sejauh mana kualitas layanan dan harga berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen di PT. Masterizin Solusi Indonesia, yang terdiri dari:

1. Uji instrumen meliputi uji validitas dan uji reliabilitas;

2. Uji asumsi klasik, yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas;
3. Analisis regresi linear berganda;
4. Uji F (simultan) dan uji t (parsial);
5. Analisis koefisien korelasi berganda (R) dan koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan (X_1) dan harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada PT. Masterizin Solusi Indonesia. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan program SPSS, diperoleh beberapa temuan utama dalam penelitian ini.

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Jumlah	Rentang	r tabel	N
X1	7	0,740-0,858	0,254	60
X2	4	0,748-0,867	0,254	60
Y	5	0,838-0,900	0,254	60

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2025

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada kuesioner memiliki nilai rentang r hitung lebih besar dari r tabel dengan signifikansi $< 0,05$. Hal ini berarti seluruh item dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's α	Jumlah Item
X1	0,901	7
X2	0,840	4
Y	0,915	5

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2025

Selanjutnya, hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,901 untuk variabel kualitas layanan, 0,840 untuk variabel harga, dan 0,915 untuk variabel kepuasan konsumen. Karena seluruh nilai lebih besar dari 0,60, maka instrumen dinyatakan reliabel dan konsisten.

Tabel 3. Uji Normalitas

Keterangan	Nilai
N	60
Mean	0,000
Std. Deviation	1,834
Sig. (2-tailed)	0,105

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2025

Uji normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,105 > 0,05$, sehingga data

berdistribusi normal dan memenuhi asumsi untuk analisis regresi.

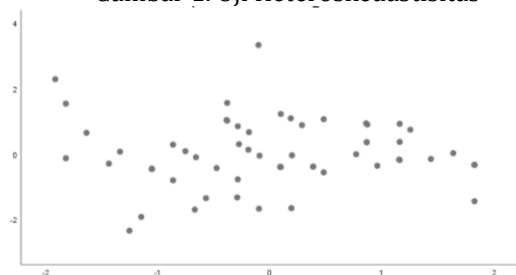
Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan	0,311	3,219
Harga	0,311	3,219

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2025

Uji multikolinearitas menunjukkan nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas pada model regresi.

Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2025

Sedangkan hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa sebaran titik pada grafik scatterplot tidak membentuk pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, data telah memenuhi asumsi homoskedastisitas.

Tabel 5. Output Refresi

Variabel	B	Std.Error	t	Sig.
Konstanta	1,203	1,327	0,907	0,368
X1	0,321	0,085	3,777	0,000
X2	0,659	0,151	4,353	0,000

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2025

Diperoleh persamaan regresi:

$$Y = 1,203 + 0,321X_1 + 0,659X_2$$

Persamaan ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas layanan (X_1) dan harga (X_2) secara positif akan meningkatkan kepuasan konsumen (Y). Nilai koefisien harga (0,659) lebih besar daripada kualitas pelayanan (0,321), sehingga harga memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap tingkat kepuasan konsumen.

Tabel 6. Uji F (Stimulan)

Model	Sum of Squares	df	Mean	F	Sig.
Regression	678,146	2	339,073	97,397	0,000
Residual	198,438	57	3,481		
Total	876,583	59			

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2025

Nilai F hitung = 97,397 lebih besar dari F tabel = 3,16, dan nilai Sig. = 0,000 < 0,05. Artinya, harga (X_2) dan kualitas pelayanan (X_1) secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti kedua variabel independen memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kepuasan pelanggan pada PT. Masterizin Solusi Indonesia.

Tabel 7. Uji T (Parsial)

Variabel	B	t	Sig.
Konstanta	1,203	0,907	0,368
X1	0,321	3,777	0,000
X2	0,659	4,353	0,000

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2025

Nilai t hitung Kualitas Pelayanan (3,777) dan t hitung Harga (4,353) keduanya lebih besar dari t tabel (2,002) dengan nilai Sig. = 0,000 < 0,05, artinya kedua variabel secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti baik kualitas pelayanan maupun harga secara individu memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kepuasan pelanggan PT. Masterizin Solusi Indonesia.

Tabel 8. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square
1	0,880	0,774

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2025

Nilai R = 0,880 menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) dengan kepuasan konsumen (Y) termasuk dalam kategori sangat kuat. Nilai R Square = 0,774 berarti bahwa 77,4% variasi kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan 22,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama memberikan pengaruh besar dan signifikan terhadap kepuasan konsumen PT. Masterizin Solusi Indonesia.

Sebagai perusahaan berbasis layanan, kepuasan konsumen menjadi indikator utama keberhasilan operasional Masterizin. Oleh karena itu, penelitian ini menilai pengaruh kualitas layanan (X_1) dan harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) untuk mengetahui sejauh mana kedua faktor tersebut berkontribusi terhadap persepsi pelanggan terhadap perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik kualitas pelayanan maupun harga memiliki

pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Masterizin Solusi Indonesia. Kedua faktor tersebut menjadi komponen utama yang memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kepuasan dalam menggunakan jasa perizinan. Temuan ini menguatkan teori bahwa kualitas pelayanan dan persepsi harga merupakan determinan utama dalam pembentukan kepuasan pelanggan pada bisnis jasa (Kotler & Keller, 2021). Pelanggan cenderung merasa puas ketika proses pelayanan dilakukan secara cepat, jelas, dan komunikatif, serta ketika biaya yang dibayarkan dinilai sepadan dengan manfaat yang diterima.

Kualitas layanan yang mencakup keakuratan informasi, kemudahan sistem online, tanggung jawab terhadap proyek, serta kejelasan komunikasi terbukti meningkatkan rasa percaya dan kenyamanan konsumen. Hal ini sesuai dengan prinsip pelayanan perusahaan yang menekankan nilai Delivery dan Integrity dalam setiap proses layanan. Variabel kualitas pelayanan (X_1) terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa aspek-aspek seperti ketepatan waktu, kesiapan karyawan, serta kejelasan informasi dalam proses pelayanan menjadi faktor penting yang membentuk pengalaman positif pelanggan. Dalam konteks jasa perizinan, pelanggan sangat menghargai kemudahan dan efisiensi proses, karena hal tersebut secara langsung memengaruhi kenyamanan dan rasa percaya terhadap penyedia layanan.

Sementara itu, harga (X_2) juga menunjukkan pengaruh yang kuat terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini menegaskan bahwa penetapan harga yang transparan, terjangkau, dan sesuai dengan kualitas layanan merupakan faktor penting dalam membangun loyalitas pelanggan. Dalam konteks Masterizin, konsumen menilai bahwa tarif yang ditetapkan sebanding dengan profesionalisme dan kecepatan pengurusan izin yang diperoleh. Hasil ini konsisten dengan penelitian Sitompul & Gultom (2025) pada usaha Mie Gacoan di Bandar Lampung, serta Setiawan & Frianto (2021) yang meneliti perusahaan jasa ekspedisi di Krian, yang keduanya menemukan bahwa persepsi harga yang wajar meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan secara signifikan.

Selain itu, penelitian Aryanti & Supriyatna (2024) pada konsumen Bright Gas 5,5 kg juga menunjukkan bahwa kombinasi antara harga yang kompetitif dan kualitas pelayanan yang baik mampu meningkatkan loyalitas pelanggan. Temuan serupa dikemukakan oleh Desfitriady dkk. (2024) pada layanan GoFood, yang

menegaskan bahwa persepsi harga dan kualitas layanan merupakan faktor dominan dalam menentukan kepuasan pengguna layanan digital. Hasil penelitian ini tidak hanya konsisten dengan teori pemasaran jasa tetapi juga memperkuat bukti empiris dari berbagai penelitian sebelumnya. Kombinasi antara pelayanan yang cepat, informatif, dan terpercaya dengan harga yang transparan dan kompetitif terbukti menjadi faktor kunci dalam membangun kepuasan konsumen.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa pelanggan menilai harga yang ditawarkan oleh PT. Masterizin Solusi Indonesia cukup wajar dan sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan. Hal ini membuktikan bahwa persepsi nilai atau *value for money* menjadi pertimbangan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Harga yang transparan, kompetitif, dan sebanding dengan kualitas layanan akan meningkatkan kepercayaan serta memperkuat loyalitas pelanggan.

Secara stimulan, hasil uji F menunjukkan bahwa kedua variabel (kualitas pelayanan dan harga) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menandakan bahwa kepuasan tidak hanya ditentukan oleh satu faktor tunggal, tetapi merupakan hasil dari kombinasi antara pengalaman pelayanan yang baik dan penilaian rasional terhadap biaya yang dikeluarkan. Kombinasi ini menjadi dasar utama dalam menciptakan hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa PT. Masterizin Solusi Indonesia perlu terus meningkatkan kualitas layanannya melalui peningkatan kompetensi karyawan, ketepatan waktu dalam proses perizinan, serta komunikasi yang efektif kepada pelanggan. Di sisi lain, strategi penetapan harga yang proporsional dan transparan harus terus dipertahankan agar pelanggan merasa memperoleh nilai yang sepadan. Keseimbangan antara pelayanan berkualitas dan harga yang kompetitif terbukti menjadi faktor kunci dalam menjaga serta meningkatkan kepuasan konsumen perusahaan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen PT. Masterizin Solusi Indonesia. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Masterizin Solusi Indonesia,

baik secara stimulan maupun parsial. Hasil analisis menunjukkan bahwa pelayanan yang cepat, jelas, dan responsif, disertai dengan penetapan harga yang proporsional dan transparan, menjadi faktor utama yang mendorong kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik menciptakan rasa percaya dan kenyamanan, sementara harga yang sesuai dengan nilai layanan menumbuhkan persepsi adil dan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan.

Sementara itu, harga yang kompetitif dan sepadan dengan manfaat yang dirasakan juga memberikan kontribusi besar terhadap persepsi positif pelanggan terhadap perusahaan. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,774 mengindikasikan bahwa 77,4% variasi kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kedua faktor tersebut, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan dan penerapan strategi harga yang proporsional menjadi kunci penting bagi perusahaan dalam menjaga kepuasan serta loyalitas pelanggan di tengah persaingan industri jasa perizinan yang semakin ketat.

Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya, antara lain oleh Sitompul & Gultom (2025), Setiawan & Frianto (2021), Parmin (2025), Aryanti & Supriyatna (2024), serta Desfitriady dkk. (2024), yang menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga merupakan determinan utama kepuasan pelanggan pada berbagai sektor jasa. Dengan demikian, perusahaan perlu mempertahankan konsistensi kualitas pelayanan serta meninjau strategi harga agar tetap relevan dengan kondisi pasar dan ekspektasi pelanggan.

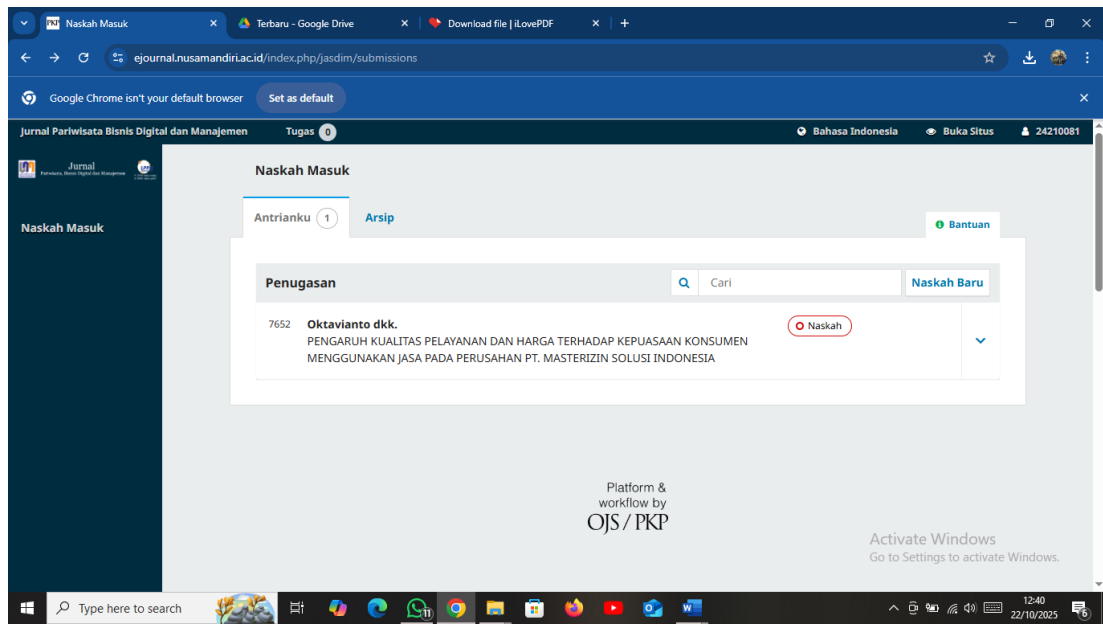
Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa peningkatan standar pelayanan dan evaluasi harga yang berorientasi pada nilai pelanggan merupakan langkah strategis bagi PT. Masterizin Solusi Indonesia untuk memperkuat posisi kompetitif di industri jasa perizinan. Selain itu, peningkatan komunikasi layanan, kecepatan proses, dan transparansi informasi juga penting untuk memperkuat hubungan jangka panjang dengan konsumen.

Bagi penelitian mendatang, disarankan untuk memperluas model penelitian dengan menambahkan variabel lain seperti kepercayaan pelanggan, citra merek, reputasi perusahaan,

atau pengalaman pengguna digital. Pendekatan kualitatif melalui wawancara atau studi kasus juga dapat digunakan untuk menggali lebih dalam faktor-faktor emosional dan persepsi konsumen terhadap layanan perizinan digital.

REFERENSI

- Aryanti, S., & Supriyatna, W. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Bright Gas 5,5Kg pada PT Parung Kencana Jaya, Kabupaten Bogor. *SOCIORA: The Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(2), 111–125. <https://doi.org/10.33753/sociora.v1i2.13>
- Desfitriady, Alivia, A. N., & Putri, E. T. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen GoFood PT GoTo. *Jurnal EMT KITA*, 8(3), 930–936. <https://doi.org/10.35870/emt.v8i3.2789>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Harlow, England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2024). *Marketing Management* (17th ed.). Harlow, England: Pearson Education Limited.
- Parmin, Y. (2025). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA JASA PERCETAKAN DI LINGKUNGAN SEKITAR KAMPUS STIE BHAKTI PEMBANGUNAN*.
- Setiawan, B. P., & Frianto, A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Perusahaan Jasa Ekspedisi Krian). *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 3(3), 352–366. <https://doi.org/10.33752/bima.v3i3.5493>
- Sitompul, M. R. I., & Gultom, I. A. (2025). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Mie Gacoan di Bandar Lampung. *eCo-Buss*, 7(3), 1913–1924. <https://doi.org/10.32877/eb.v7i3.2147>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., Gremler, D. D., & Mende, M. (2023). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw Hill LLC. Diambil dari <https://books.google.co.id/books?id=hJ94zwEACAAJ>



[https://ejournal.nusamandiri.ac.id/index.php/jasdim/\\$\\$\\$\\$call\\$\\$\\$api/file/file-api/download-all-files?submissionId=7652&stageId=1&filesIdsAndRevisions=27664-1%3B](https://ejournal.nusamandiri.ac.id/index.php/jasdim/$$$$call$$$api/file/file-api/download-all-files?submissionId=7652&stageId=1&filesIdsAndRevisions=27664-1%3B)