

**Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen
(Studi Kasus Pada Usaha Kuliner Bakso H. Sabar Yosowilangun)**

Rima Nurmalia Oktari¹ Zainul Hidayat² Jesi Irwanto³

STIE Widyagama Lumajang,

E-mail : Oktari_rimanurmalia@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini, pelayanan dan harga secara parsial dan bersama-sama terhadap kepuasan konsumen. Dengan kualitas produk, pelayanan dan harga sebagai variable independen dan kepuasan pelanggan sebagai variable dependen. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan bakso yang pernah makan di bakso H. Sabar dengan sampel berjumlah 40 orang. Analisis data yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda, uji instrument dan ujiassums iklasik. Hasil penelitian kualitas produk memiliki nilai t hitung 2,685 (sig. 0,011 < 0,05) pelayanan memiliki nilai t hitung 1,139 (sig. 0,262> 0,05) harga memiliki nilai t hitung 0,385 (sig.0,702>0,05) yang menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan pelayanan dan harga secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Serta secara bersama-sama kualitas produk, pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dibuktikan dengan besar F hitung sebesar 4,472 dengan nilai sig. F (0,009 < 0,05).

Kata Kunci: Kualitas Produk, Pelayanan, Hargadan Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

The purpose of this research is to examine effect of product quality, service and price partially and together towards to the customer satisfaction. product quality, service and price as independenvariabel and customer satisfaction as dependenvariabel. Types of this research is quantitative, population on this research is the meetballs that had eaten in the meetbals H. Sabar with the sample is forty people. Data analysis that used is multiple linear regression, instrumens test and classic assumption test. The result of research product quality have t value 2,685 (sig. 0,011 < 0,05) service have t value 1,139 (sig. 0,262 > 0,05) price have t value 0,385 (sig. 0,702 > 0,05). Showed that product quality partially significant effect on the customer satisfaction, while service and price partially not significant effect on the customer satisfaction. And together product quality, service and price take significant effect on customer satisfaction. This is Evidence by F4,472(sig0,009 < 0,05).

Keywords : Product quality, service, price and customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Seiring dengan berkembangnya peradaban dan globalisasi, kehidupan dan budaya manusia semakin mengalami peningkatan, tidak terkecuali dengan peningkatan usaha makanan. Peningkatan usaha makanan pada saat ini semakin menjangkau semua lapisan masyarakat, usaha makanan menjawab semua tuntutan masyarakat akan kepraktisan dalam memenuhi kebutuhan makanan. Meningkatnya persaingan usaha mengharuskan pada pelaku usaha untuk memiliki kepekaan terhadap perubahan kondisi persaingan usaha yang terjadi di lingkungan sekitarnya dan meningkatkan orientasi terhadap kemampuan untuk menarik daya beli konsumen pada produk yang dijual.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen, pelayanan prima akan menghasilkan kepuasan dan loyalitas pelanggan yang pada akhirnya akan membawa perlindungan terhadap

penjualan dan keuntungan usaha. Layanan yang buruk akan menyebabkan ketidakpuasan konsumen, dengan adanya ketidakpuasan konsumen akan menimbulkan citra yang buruk pada usaha kedepannya, sehingga konsumen tidak hanya akan pergi, tapi juga meminta konsumen lain untuk mengunjungi tempat lain. Menurut Assegaf (2009) "kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas ekonomi yang memproduksi atau menghasilkan waktu, tempat, bentuk, dan kebutuhan atau keperluan psikologis". Sesungguhnya, biaya untuk mendapatkan pelanggan baru lebih besar daripada mempertahankan pelanggan lama. Oleh karena itu, sangat penting bagi pelaku usaha untuk memberikan pelayanan terbaik perusahaan kepada konsumen dan mampu mengatasi masalah.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga, merupakan faktor penentu yang mempengaruhi pilihan pembelian. Harga merupakan nilai yang diberikan pelaku usaha kepada konsumen atas penjualan produknya.

Bakso H. Sabar Yosowilangun ini merupakan bakso yang terkenal dikalangan masyarakat Lumajang dan sekitarnya. Bakso ini yang membuat terkenal dikarenakan ada berbagai macam ukuran pentol bakso dan berbagai varian tambahan untuk menu bakso tersebut seperti tulang iga, babat, usus, tetelan, kaki sapi kokot. Sedangkan untuk ukuran pentolnya dimulai dari harga Rp.10.000, Rp.20.000, Rp.30.000 dan Rp. 50.000. Dari semua menu tersebut konsumen berhak memilih sesuai selera dan kebutuhan masing-masing. Berdasarkan fakta-fakta tersebut, maka judul penelitian ini adalah :Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Usaha Kuliner Bakso H. Sabar Yosowilangun).

KAJIAN PUSTAKA

Pemasaran

Pemasaran mengungkapkan secara jelas makna dan signifikan pemasaran. Pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, penentuan proses produk, promosi dan tempat atau distribusi, sekaligus merupakan proses social dan manajerial untuk mencapai tujuan. *American Marketing Association* (AMA) menyatakan pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penentuan harga, promosi dan pendistribusian barang, jasa dan ide dan dapat memuaskan pelanggan dan tujuan perusahaan.

Produk

Menurut Adisaputro (2010:170), Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepasar untuk diamati, disukai, dan dibeli untuk memuaskan sesuatu kebutuhan atau keinginan.

Pelayanan

MenurutSuryana (2007:2), "layanan pelanggan adalah penyediaan tenaga kerja dan sumber daya lainnya yang ditujukan untuk meningkatkan manfaat yang diterima oleh pelanggan sebagai akibat karena adanya pembelian yang dilakukan dan dari proses yang menuju terjadinya pembeli".

Harga

Menurut Adisaputro (2010:209), harga adalah salah satu elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan *revenue* penjualan, sedangkan elemen lain dari bauran itu menghasilkan biaya-biaya.

Kepuasan konsumen

Menurut (Kotler dan Keller dalam Ratnasari dan Aksa 2011:117) kepuasan dinyatakan sebagai tingkat perasaan dimana seorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan.

METODE PENELITIAN

Rancangan penelitian

(Lutfi & Irwanto, 2017) Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal, menurut Sugiyono "Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (variabel yang dipengaruhi)".

Obyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan bakso H. Sabar Yosowilangun, yang beralamat Jl. Mayjend Soekartiyosowilangun.

Sumber data

Pengertian data menurut Oei (2010:32) informasi yang dihasilkan oleh riset pemasaran yang merupakan hasil akhir proses pengolahan selama berlangsung riset. Informasi pada dasarnya berujung awal dari bahan mentah yang disebut data sehingga sering juga disebut sebagai data mentah.

Jenis data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer. (Oei, 2010:38) "Data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh para periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus". Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuisisioner oleh responden yaitu konsumen yang membeli bakso di H. Sabar Yosowilangun.

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan pembelian bakso di H. Sabar Yosowilangun perhari sekitar 260 pembeli.

Teknik pengumpulan data

Survey

Wawancara yang dilakukan penelitian ini adalah konsumen yang membeli Bakso H. Sabar Yosowilangun.

Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung kepada responden yang menilai secara baik tentang kepuasan konsumen di bakso H. Sabar Yosowilangun.

Dokumentasi

Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan, mencatat, meng-copy dokumen-dokumen yang ada di lokasi penelitian serta dengan membaca literatur-literatur sebagai bahan masukan yang berhubungan dengan data yang relevan dengan variabel penelitian.

Kuisisioner

Dalam memperoleh data penelitian dibutuhkan kuisisioner untuk memperolehnya menurut (Sugiyono 2015:230) "Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang

dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”.

Pengujian Instrumen

Pengujian Validitas

“Menurut Sunyoto, (2013:132) Uji validitas merupakan suatu alat ukur tes dalam kuesioner. Validitas artinya sejauh mana tes dapat mengukur dengan tepat dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya”.

Pengujian Reabilitas

“Menurut Sunyoto, (2013:141) uji reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator atau variabel dan konstruk. Butir kuesioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap kuesioner adalah konsisten”.

Pengujian Asumsi Regresi Linier Berganda

Penelitian yang menggunakan alat analisa regresi dan korelasi berganda harus mengenali asumsi-asumsi yang mendasarinya. Apabila asumsi-asumsi dimaksud tidak terpenuhi, maka hasil analisis mungkin berbeda dari kenyataan (biasa).

Pengujian Normalitas Data

Menurut Sunyoto, (2013:145) “Uji normalitas akan menguji data variabel bebas dan data variabel terikat pada persamaan regresi yang dihasilkan berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal”.

Pengujian Multikolinieritas

Menurut (Umar, 2011:177) “Uji multikolinieritas untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi”.

Pengujian Heteroskedastisitas

Menurut (Kuncoro, 2007:96). heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki *varian* yang konstan dari satu observasi ke observasi lainnya.

Analisis Regresi Linear Berganda

Sunyoto, (2013:135) “Analisis regresi berganda dipakai untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat”.

Pengujian Hipotesis

Menurut (Atmaja, 2009:111) “Pengujian hipotesis adalah suatu prosedur yang didasarkan pada bukti sampel dan teori probabilitas yang digunakan untuk menentukan apakah suatu hipotesis adalah pernyataan yang beralasan atau tidak beralasan”.

Uji F (Uji Simultan)

Menurut (Sunyoto, 2014:119) “uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.

Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dan variabel bebas terhadap variabel terikat.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu)..

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Bakso H. Sabar yang bertempat di Desa Yosowilangun Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang. Usaha bakso ini dikelola oleh pasangan suami istri yang bernama Bapak Sabar dan Ibu Sringatun sejak tahun 1983. Awalnya beliau berjualan keliling disekitar Desa Yosowilangun memakai rombongan dengan modal yang tidak banyak mulai pagi sampai malam. Beliau tidak patah semangat meskipun hujan tetap keliling berjualan. Beliau tidak hanya menjual bakso yang hanya pentol saja, tetapi beliau menambah variasi dengan ukuran pentol yang berbeda dan ada juga tambahan tulang sapi seperti kaki sapi, tulang iga, babat, usus, dan lain-lain. Dari tahun ke tahun usaha beliau mulai rame dan produksinya mulai ditambah perharinya karena sudah dikenal oleh kalangan masyarakat yang sudah tau ciri khas baksonya.

Setelah beberapa tahun berkeliling mereka berdua pada tahun 1995 memutuskan untuk berjualan menetap di suatu tempat dan tidak keliling lagi. Dari hasil mereka berdua kemudian mereka bisa membeli ruko besar yang sekaligus dengan rumahnya untuk tempat tinggal mereka, dan meliki karyawan 8 orang. Pembeli semakin banyak, usahanya semakin terkenal, dan produksinya juga semakin di tambah lagi. Kemudian mereka berdua bisa naik haji dan umroh. Yang awalnya nama usaha kulinernya bakso Pak Sabar sekarang diganti dengan bakso H. Sabar.

Deskripsi Responden

Responden dalam Penelitian ini adalah konsumen yang membeli bakso di H. Sabar Yosowilangun. Adapun jumlah responden yang diambil sebagai sampel penelitian sebanyak 40 responden.

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya, tampak bahwa pada penelitian ini kepuasan konsumen sebagai variabel dependen dan variabel kualitas produk, pelayanan dan harga variabel independen. Dalam penelitian ini diperoleh hasil variabel kualitas produk, pelayanan dan harga secara bersama-sama mempengaruhi variabel kepuasan konsumen. Secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sedangkan variabel pelayanan dan harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini menemukan pengaruh kualitas produk yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini dapat dijelaskan bahwa bakso H. Sabar memiliki cita rasa yang tidak diragukan lagi dengan kenikmatan yang diberikan oleh produk baksonya, selain itu bakso H. Sabar memiliki berbagai varian ukuran bakso, sehingga konsumen dapat memilih ukuran bakso sesuai dengan selera konsumen.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lenzun dkk (2014) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel yang menunjukkan hasil secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa secara parsial pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan bakso H. Sabar. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan bakso H. sabar belum sesuai dengan standart prosedur dan tata cara kerja pelayanan yang ada sehingga hasil penelitian yang diperoleh pengaruhnya tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Permintaan bakso H. Sabar selalu terpenuhi sesuai dengan permintaan dan keinginan pelanggan. Dalam penelitian ini memberikan hasil yang pengaruhnya kurang signifikan

terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dapat disebabkan oleh kurang baiknya pelayanan yang diberikan oleh karyawan bakso H. Sabar sehingga dampaknya dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam membeli produk bakso H. Sabar.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yunitasari (2016) yang berjudul Pengaruh Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restaurant KFC yang menunjukkan hasil Pelayanan secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan restaurant KFC.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa secara parsial Harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen bakso H. Sabar. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi harga yang ditawarkan akan semakin rendah permintaan bakso H. Sabar karena harga sangat menentukan kepuasan konsumen, jika pelanggan merasa puas maka pelanggan akan memberikan loyalitas kepada bakso H. Sabar sehingga pelanggan akan melakukan pembelian kembali di bakso H. Sabar. Akan tetapi dalam penelitian ini memberikan pengaruh yang kecil terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dapat disebabkan oleh penggunaan strategi harga yang kurang menarik sehingga tidak dapat memberikan tingkat kepuasan yang baik kepada para pelanggan, karena harga merupakan bagian yang sangat penting dalam sebuah perusahaan untuk menentukan target pasar.

Hasil penelitian ini bertolak belakang Penelitian Bailia dkk (2014) "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado", Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada warung-warung makan Lamongan di kota Manado. Serta tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Samhah (2016) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Oost Kafe Surabaya". Hasil penelitian ini menunjukkan Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa secara simultan kualitas produk, pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan bakso H. Sabar. Dari ketiga variabel tersebut dapat dinyatakan bahwa kualitas produk, pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan dengan adanya kualitas produk yang baik, pelayanan yang prima dan harga yang pas dikantong, hal ini akan berbanding lurus dengan peningkatan kepuasan pelanggan. Semakin baik kualitas produk, semakin baik pelayanan yang diberikan dan semakin terjangkau harganya maka pelanggan akan puas dengan bakso H. Sabar.

Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
2. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
3. Sementara pada variabel Fasilitas menunjukkan bahwa variabel Harga secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
4. Berdasarkan hasil penelitian ini diperoleh nilai F menunjukkan bahwa variabel Kualitas produk, pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang didapat, maka saran yang dapat disampaikan kepada *owner* usaha kuliner Bakso H. Sabar Yosowilangun adalah sebagai berikut :

1. Kualitas produk yang diberikan bakso H. Sabar sudah sesuai dengan yang diharapkan dan diinginkan oleh pasien, akan tetapi kualitas produk lebih baik untuk melakukan inovasi dan terobosan baru untuk mengantisipasi adanya strategi pesaing baru agar bakso H. Sabar tetap bertahan dengan kokoh dalam persaingan bisnis bakso.
2. Untuk Pelayanan karyawan bakso H. Sabar sudah memberikan pelayanan dengan baik, akan tetapi pelayanan ini kurang memberikan pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan, sehingga bakso H. Sabar harus melakukan pembaruan dan memberikan pelayanan yang lebih baik lagi sesuai dengan standar pelayanan prima.
3. Untuk Harga bakso H. Sabar lebih baik memberikan harga yang sesuai dengan kemampuan dan daya beli konsumen, serta disarankan untuk melakukan strategi baru dalam penetapan harga agar sesuai dengan target pasarnya, sehingga dapat meningkatkan laba dan kepuasan para pelanggannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G. (2010). *MANAJEMEN PEMASARAN ANALISIS UNTUK PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN* (16th ed.). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Alma, B. (2014). *MANAJEMEN PEMASARAN DAN PEMASARAN JASA*. Bandung: ALFABETA.
- Amirullah.(2015). *PENGANTAR MANAJEMEN FUNGSI-PROSES-PENGENDALIAN*. Jakarta: Mitra wacana media.
- Atmaja, L. S. (2009). *STATISTIKA UNTUK BISNIS DAN EKONOMI*. (C. W. Hermawan, Ed.). Yogyakarta.
- Connon, J. P., Perreault, W. D., & McCarthy, E. J. (2008). *PEMASARAN DASAR Pendekatan Manajerial Global Buku 1* (16th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Dapkevičius, A., & Melnikas, B. (2009). Influence of Price and Quality To Customer Satisfaction: Neuromarketing Approach. *Journal of Wine Economics*, 1(3), 17–20. <https://doi.org/10.3846/mla.2010.041>
- Djajanto, L., Nimran, U., Kumadji, S., & Kertahadi. (2014). The Effect of Self-Service Technology, Service Quality, and Relationship Marketing on Customer Satisfaction and Loyalty. [Http://www.iosrjournals.org/iosr-jbm](http://www.iosrjournals.org/iosr-jbm), 16(1), 39–50. Retrieved from <http://www.iosrjournals.org/iosr-jbm/papers/Vol16-issue1/Version-6/E016163950.pdf>
- Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana.(2015). *Pelanggan Puas Tak Cukup*. Yogyakarta: Andi.
- Ibrahim.(2015). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*. Bandung: Alfabeta.
- Jamaluddin, J., & Ruswanti, E. (2017). Impact of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty: A Case Study in a Private Hospital in Indonesia. *IOSR Journal of Business and Management*, 19(5), 23–33. <https://doi.org/10.9790/487X-1905012333>
- Kishada, Z. M. E. M., & Wahab, N. A. (2015).Influence of Customer Satisfaction, Service Quality, and Trust on Customer Loyalty in Malaysian Islamic Banking. *International Journal of Business and Social Science*, 6(11), 110–119. Retrieved from www.ijbssnet.com
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. (2007). *METODE KUANTITATIF* (ketiga). Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan (UPP) STIM YKPN.
- Kurniawan, R., & Yuniarto, B. (2016). *Analisis Regresi* (Pertama). Jakarta: PT Kharisma Putra utama.

- Lenzun, J. J., Massie, J. D. ., & Adare, D. (2014). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar telkomsel. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1237–1245.
- Loindong, J. F. T. B. A. S. S. S. S. R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan di Kota Manado. *Jurnal of Business and Management Sciences*, 2(3), 1768–1780. <https://doi.org/10.7498/aps.62.144101>
- Lupiyoadi, R. (2013). *MANAJEMEN PEMASARAN JASA Berbasis Kompetensi* (tiga). Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyodi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). *PRAKTIKUM METODE RISET BISNIS*. (Rosidah, Ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Lutfi, S., & Irwanto, J. (2017). Lutfi : Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi, dan Keragaman Produk Terhadap.... *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 1(1), 40–51.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran* (Pertama). Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Manullang.(2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi* (pertama). Yogyakarta: Indomedia pustaka.
- Oei, I. (2010). *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ratnasari dan Aksa.(2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Samhah, H., & Suprihadi, H. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Oost Kafe Surabaya. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(12), 1–17.
- Santoso, S. (2012). *PANDUAN LENGKAP SPSS VERSI 20*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sciences, M. (2015). the Effect of Service , Product Quality , and Perceived Value on Customer Purchase Intention and Satisfaction, 1(2), 51–62.
- Sejati, B. S. A., & Yahya.(2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, ISSN : 2461-0593, 5(3), 1–19.
- Sudaryono.(2016). *MANAJEMEN PEMASARAN TEORI DAN IMPLEMENTASI*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Sugiyono.(2012). *METODE PENELITIAN BISNIS*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.(2010). *METODE PENELITIAN BSINIS*. Jakarta: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.(2015). *METODE PENELITIAN MANAJEMEN*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto.(2006). *Customer Service*. Yogyakarta: AMUS.
- Sunyoto.(2013). *Teori Kuisisioner Analisis Data Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Unit Penerbit.
- Sunyoto, D. (2014). *PRAKTIK RISET PERILAKU KONSUMEN*. Jakarta: CAPS (center of academic publishing service).
- Suryana, A. (2007). *Kiat Melayani Pelanggan Bebas Complain*. Jakarta: Khilma Pustaka.
- Tjiptono, F. (2012). *PEMASARAN STRATEGIK* (dua). Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Umar, H. (2011). *METODE PENELITIAN UNTUK SKRIPSI DAN TESIS BISNIS* (kedua). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Yunitasari, D. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi*, 5(1), 1–15.