

Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Ni Putu Juliani ⁽¹⁾

I Gede Putu Kawiana ⁽²⁾

⁽¹⁾⁽²⁾Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia,
e-mail: putujuliani0607@gmail.com

Diterima: 7 Agustus 2021	Direvisi: 9 Agustus 2021	Disetujui: 11 Agustus 2021
--------------------------	--------------------------	----------------------------

ABSTRACT

During the current pandemic, of course, competition between companies is very tight in terms of bringing consumers into the company. The purpose of this study was to determine the effect of product quality, service quality and price on consumer satisfaction. This research was conducted at the Supermarket Dapurku with a sample of 100 respondents and the data collection method used a questionnaire. The data analysis technique uses validity test, reliability, classical assumptions, multiple linear regression, coefficient of determination, t test and f test. Based on the results of research that product quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction, service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, and price has a positive and significant effect on consumer satisfaction. Suggestions in this study are to achieve consumer satisfaction, the quality of products sold is of good quality, service quality is in accordance with consumer expectations and prices are in accordance with the quality and benefits felt by consumers.

Keyword : *Product Quality, Service Quality, Price and Consumer Satisfaction.*

ABSTRAK

Pada masa pandemi seperti saat ini tentunya persaingan antar perusahaan sangat ketat dalam hal mendatangkan konsumen kedalam perusahaan. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan di Supermarket Dapurku dengan sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dan metode pengumpulan data menggunakan kuisioner. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji f. Berdasarkan hasil penelitian bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Saran dalam penelitian ini adalah untuk mencapai kepuasan konsumen maka kualitas produk yang dijual berkualitas baik, kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen dan harga yang sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dirasakan oleh konsumen.

Kata kunci: *Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Konsumen.*

Pendahuluan

Untuk membuat konsumen puas maka kualitas produk dalam pajangan diharapkan staf lebih teliti dalam hal mengecek setiap hari sehingga konsumen tidak menemukan kualitas barang yang buruk. Kualitas pelayanan dari staf juga perlu ditingkatkan dalam hal melayani konsumen dan harga yang ada di pajangan perlu diperbaharui setiap hari sehingga tidak ada perbedaan harga

di price tag dengan di komputer kasir. Kondisi ini akan sangat menentukan dan mempengaruhi kepuasan konsumen yang datang ke perusahaan.

Menurut Cahyani (2016), menjelaskan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang untuk menjadi senang atau kecewa sebagai hasil dari perbandingan antara kinerja produk yang dipersepsikan (hasil atau outcome) yang dihubungkan dengan harapannya. Menurut Andreanata dan Wilyadewi (2020), faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga. Menurut Windarti dan Ibrahim (2017), Konsumen akan puas jika kualitas produk yang diharapkan terpenuhi.

Selain kualitas produk, kualitas pelayanan juga menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, dimana menurut Ibrahim dan Thawil (2019), kualitas pelayanan juga dapat memotivasi konsumen untuk berkomitmen kepada produk dan layanan tertentu untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Selain kualitas pelayanan dan kualitas produk, adapun harga yang juga mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Santoso dan Mashyuni (2020), harga merupakan nilai tertentu yang harus dibayar atas nilai suatu produk atau jasa yang telah dibeli atau digunakan, dimana harga yang sesuai dengan kebutuhan konsumen akan menciptakan kepuasan konsumen.

Supermarket Dapurku adalah toko yang menyediakan segala jenis bahan masakan dan kebutuhan sehari-hari. Supermarket Dapurku berdiri tahun 2015, berawal dari bisnis keluarga yang memiliki peternakan yang sudah dijalankan bertahun-tahun lalu sehingga memiliki ide untuk membangun toko, dimana hasil dari peternakan itu akan dijual di Supermarket Dapurku. Seiring dengan berjalannya waktu Supermarket Dapurku mulai membuka cabang hingga tahun ini sudah memiliki 8 cabang.

Berdasarkan data konsumen yang datang ke Supermarket Dapurku setiap bulannya mengalami perubahan, dimana pada bulan Januari sebanyak 4.130 kemudian bertambah pada bulan Februari dan Maret sebanyak 3.060 dan 3.932 konsumen, kemudian pada bulan April dan Mei sebanyak 4.122 dan 4.602, kemudian pada bulan Juni dan Juli sebanyak 5.434 dan 5.216, dan pada bulan Agustus sampai Desember sebanyak 4.692, 4.418, 4.044, 3.691, dan 4.819. Dari data tersebut juga menunjukkan bahwa lebih banyak konsumen yang bergabung menjadi member yang berarti konsumen yang datang merasa puas terhadap kualitas produk, kualitas pelayanan serta harga yang ada di Supermarket Dapurku di Denpasar.

Hasil observasi yang peneliti lakukan terdapat beberapa masalah yang dihadapi perusahaan dalam meningkatkan kepuasan konsumen yaitu yang pertama terkait kualitas produknya, dimana ditemukan beberapa produk yang sudah lewat masa kadaluarsanya masih berada di pajangan, dan

juga dari kualitas produk fresh food seperti sayur-sayuran nya yang tidak mampu bertahan lama sehingga terlihat kurang menarik yang mengakibatkan keraguan yang dirasakan oleh konsumen dalam membeli produk fresh food tersebut. kemudian masalah kedua yang dihadapi perusahaan yaitu pelayanan dari staf yang kurang teliti dalam mengecek kualitas produk, kemudian masalah ketiga yang dihadapi oleh perusahaan yaitu terkait harga, dimana harga di pajangan berbeda dengan harga dikomputer kasir saat konsumen membayarnya, itu dikarenakan saat produk itu di ganti menjadi produk lain staf tidak ikut mengganti price tag nya.

Dari permasalahan diatas didapatkan rumusan masalah 1) Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Supermarket Dapurku di Denpasar. 2) Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Supermarket Dapurku di Denpasar. 3) Bagaimanakah pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Supermarket Dapurku di Denpasar. 4) Bagaimanakah pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Supermarket Dapurku di Denpasar.

Adapun tujuan dari rumusan masalah diatas 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Supermarket Dapurku di Denpasar. 2) Untuk mengetahui pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Supermarket Dapurku di Denpasar. 3) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Supermarket Dapurku di Denpasar. 4) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Supermarket Dapurku di Denpasar.

Berdasarkan kajian teoritik dan penelitian sebelumnya yang dijadikan bahan referensi dalam penelitian ini sehingga dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Maramis, dkk (2018), menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lite (2017), yang juga menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian diatas, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H_1 : Diduga kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Supermarket Dapurku di Denpasar.

2) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Aswad, dkk (2018), menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Gofur (2019), yang juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan

terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian diatas, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H₂ : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Supermarket Dapurku di Denpasar.

3) Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Sukmawati (2018), menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2017), yang juga mengatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian diatas, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H₃ : Diduga harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Supermarket Dapurku di Denpasar.

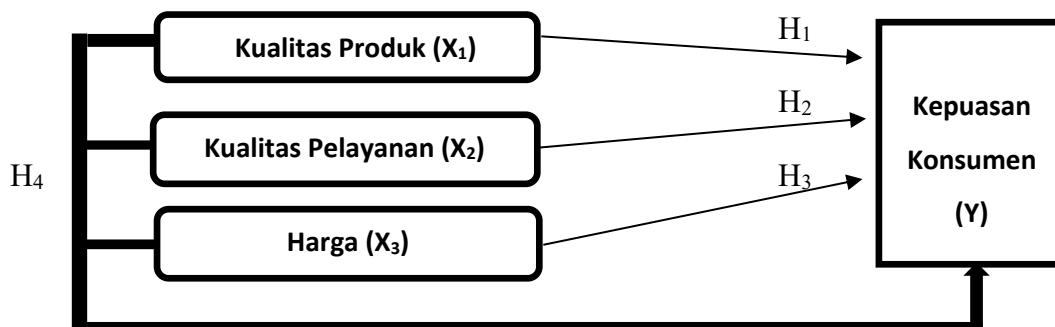
4) Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Diana (2017), menyatakan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Triwahyudi (2018), yang juga menyatakan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian diatas, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H₄ : Diduga kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Supermarket Dapurku di Denpasar.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif yang bersifat menanyakan hubungan antara kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Supermarket Dapurku di Denpasar. Kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Sumber: Cahyani (2016) dan Andreanata dan Wilyadewi (2020)

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian (baik yang sudah memiliki kartu anggota dan yang tidak memiliki kartu anggota) di Supermarket Dapurku di Denpasar cabang Supratman pada periode Januari 2019–Desember 2019 sejumlah 52.160 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin dan dengan metode *probability sampling* dengan jumlah sampel 100 responden. Data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data penelitian dikumpulkan dengan instrumen berupa kuesioner yang disebarakan secara langsung kepada responden. Instrumen penelitian yang digunakan terlebih dahulu diuji dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Selanjutnya teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji f.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

No	Variabel	Item Pernyataan	Koefisien Korelasi	Ket	Cronbach's Alpha	Ket
1	Kualitas Produk (X1)	1-12	>0,30	Valid	>0,60	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan (X2)	1-12				
3	Harga (X3)	1-10				
4	Kepuasan Konsumen (Y)	1-10				

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan hasil uji validitas dan uji reliabilitas, menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur masing–masing variabel yang digunakan adalah valid dan reliabel, valid karena memiliki nilai koefisien korelasi lebih dari 0,3 dan reliabel karena koefisien reliabilitas (*alpha cronbach*) lebih besar dari 0,6. Dengan demikian seluruh variabel penelitian tersebut dapat digunakan untuk analisis statistik lebih lanjut.

Pada tabel 2 dihalaman berikutnya, variabel jenis kelamin dapat dinyatakan bahwa responden didominasi oleh perempuan yaitu sebanyak 69 orang dengan persentase 69%, sedangkan laki-laki sebanyak 31 orang atau 31%. Pada variabel usia dapat dinyatakan bahwa responden terbanyak dengan diatas 41 tahun sebanyak 33 orang atau 33%, sedangkan responden paling sedikit dibawah 21 tahun sebanyak 19 orang dengan persentase 19%. Pada variabel pekerjaan dapat dinyatakan bahwa responden terbanyak pekerjaan lain - lain seperti IRT, buruh, pegawai swasta sebanyak 43 orang atau 43%, sedangkan responden paling sedikit dengan pekerjaan pelajar/mahasiswa sebanyak 13 orang dengan persentase 13%.

Tabel 2. Karakteristik Responden

No	Variabel	Klasifikasi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Jenis kelamin	Laki-laki	31	31
		Perempuan	69	69
2	Usia	Dibawah 21 tahun	19	19
		22-30 tahun	23	23
		31-40 tahun	25	25
		Diatas 41 tahun	33	33
3	Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	13	13
		Wiraswasta	29	29
		Pegawai negeri	15	15
		Lain-lain	43	43
4	Frekuensi Kunjungan	1 kali	9	9
		2 kali	14	14
		3 kali	25	25
		Lebih dari 3 kali	52	52
5	Kepemilikan kartu anggota	Ya	57	57
		Tidak	43	43

Sumber: Data diolah (2021)

Tabel 3. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	5.23405746
	Absolute	.080
Most Extreme Differences	Positive	.066
	Negative	-.080
Kolmogorov-Smirnov Z		.798
Asymp. Sig. (2-tailed)		.547

Sumber : Data diolah (2021)

Pada variabel frekuensi kunjungan, responden sebagian besar memiliki frekuensi kunjungan lebih dari 3 kali yaitu sebanyak 52 atau 52% dan responden paling sedikit pada frekuensi kunjungan 1 kali sebanyak 9 atau 9%. Pada variabel kepemilikan kartu anggota, responden sebagian besar memiliki kartu anggota yaitu sebanyak 57 atau 57% dan responden paling sedikit tidak memiliki kartu anggota sebanyak 43 atau 43%. Berdasarkan hasil uji normalitas tersebut menunjukkan bahwa besarnya nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah sebesar 0,547

yaitu lebih besar dari 0,05 yang menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 4. Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
(Constant)	5.382	3.020		1.782	.078		
1 Kualitas produk	.279	.085	.335	3.284	.001	.460	2.174
Kualitas pelayanan	.232	.076	.289	3.047	.003	.533	1.875
Harga	.241	.098	.224	2.447	.016	.575	1.740

Sumber : Data diolah (2021)

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas memiliki nilai tolerance > 0,10, begitu juga dengan hasil perhitungan nilai VIF, seluruh variabel memiliki nilai VIF < 10. Hal ini berarti bahwa pada model regresi yang dibuat tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	7.131	1.959		3.641	.000
1 Kualitas produk	-.028	.055	-.074	-.502	.617
Kualitas pelayanan	.008	.049	.022	.161	.873
Harga	-.065	.064	-.136	-1.024	.308

Sumber : Data diolah (2021)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas tersebut menunjukkan bahwa masing-masing model memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Berarti didalam model regresi ini tidak terjadi kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	5.382	3.020		1.782	.078
1 Kualitas produk	.279	.085	.335	3.284	.001
Kualitas pelayanan	.232	.076	.289	3.047	.003
Harga	.241	.098	.224	2.447	.016

Sumber : Data diolah (2021)

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda tersebut menunjukkan bahwa secara statistik menunjukkan nilai constant sebesar 5,382 yang artinya apabila variabel kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan harga (X_3) tidak mengalami perubahan maka kepuasan konsumen akan sebesar konstan 5,382, kemudian kualitas produk memiliki nilai sebesar 0,279 yang secara

statistik menunjukkan ada pengaruh positif antara variabel kualitas produk (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y), selanjutnya kualitas pelayanan memiliki nilai sebesar 0,232 yang secara statistik menunjukkan ada pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y), dan harga memiliki nilai sebesar 0,241 yang secara statistik menunjukkan ada pengaruh positif antara variabel harga (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Tabel 7. Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.734 ^a	.539	.525	5.315

Sumber : Data diolah (2021)

Berdasarkan hasil uji analisis koefisien determinasi (r^2) pada tabel diatas, koefisien determinasi yang ditunjukkan dari nilai R Square sebesar 0.539. hal ini berarti 53,9% variasi variabel kepuasan konsumen (Y) dapat dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel independen kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan harga (X_3). Sedangkan sisanya ($100\% - 53,9\% = 46,1\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model penelitian seperti potongan harga dan lokasi.

Tabel 8. Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t-Test)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.382	3.020		1.782	.078
1 Kualitas produk	.279	.085	.335	3.284	.001
Kualitas pelayanan	.232	.076	.289	3.047	.003
Harga	.241	.098	.224	2.447	.016

Sumber : Data diolah (2021)

1. Pengaruh kualitas produk (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai t-hitung sebesar 3,284 dibandingkan dengan nilai t-tabel sebesar 1,984 dan nilai signifikansi sebesar 0,001 dengan nilai α sebesar 0,05, ternyata nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel, dan nilai sig lebih kecil dari α . Ini berarti bahwa secara statistik untuk uji satu sisi pada taraf kepercayaan sebesar 5%, secara parsial kualitas produk (X_1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hasil analisis ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maramis, dkk (2018) dan Lite (2017) yang menyatakan kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai t-hitung sebesar 3,047 dibandingkan dengan nilai t-tabel sebesar 1,984 dan nilai signifikansi = 0,003 dengan nilai $\alpha = 0,05$, ternyata nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel, dan nilai sig lebih kecil dari α . Ini berarti bahwa secara statistik

untuk uji satu sisi pada taraf kepercayaan sebesar 5%, secara parsial kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hasil analisis ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aswad dkk, (2018) dan Gofur (2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh harga (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai t-hitung sebesar 2,447 dibandingkan dengan nilai t-tabel sebesar 1,984 dan nilai signfikansi sebesar 0,016 dengan nilai α sebesar 0,05, ternyata nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel, dan nilai sig lebih kecil dari α . Ini berarti bahwa secara statistik untuk uji satu sisi pada taraf kepercayaan sebesar 5%, secara parsial harga (X_3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hasil analisis ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sukmawati (2018) dan Wijaya (2017) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 9. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F-Test)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3176.450	3	1058.817	37.478	.000^b
	Residual	2712.140	96	28.251		
	Total	5888.590	99			

Sumber: Data diolah (2021)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa tingkat keyakinan diri 95%, kesalahan 5% dan derajat bebas pembilang 3 dan derajat penyebut 96, nilai f-tabel sebesar 2,70 dan nilai f-hitung sebesar 37,478 serta diperoleh nilai signfikansi sebesar 0.000 dengan nilai α sebesar 0,05, sehingga jika dibandingkan nilai f-hitung lebih besar dari pada f-tabel dan nilai signfikansi lebih kecil dari nilai α . Ini berarti bahwa secara simultan kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hasil analisis ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Diana (2017) dan Triwahyudi (2018) yang menyatakan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Simpulan

Dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Supermarket Dapurku. Supermarket Dapurku harus selalu mengingat bahwa konsumen akan merasa puas jika kualitas produk yang dijual baik, kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen dan harga yang sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dirasakan oleh konsumen. Bagi peneliti selanjutnya, agar

dapat meneliti dan mengkaji lebih dalam faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen selain kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga. Agar nantinya dapat mengetahui tindakan apa yang harus dilakukan oleh Supermarket Dapurku untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Daftar Pustaka

- Andreanata, W. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ud. Sari Jaya Buah. *Jurnal Widya Amrita*, 1(1), 14-24.
- Aswad, R. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih. *Jim Upb*, 6 (2), 135-152.
- Cahyani. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(3), 54-73.
- Diana. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Viola Ladies Boutique Di Yogyakarta. *Skripsi*.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb)*, 4(1), 37-44.
- Ibrahim, T. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb)*, 4(1), 175-182.
- Lite. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Al – Ulum Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3(1).
- Maramis, S. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal Emba*, 6 (3), 1658-1667.
- Santosa, D. G. W., & Mashyuni, I. A. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Di Kota Denpasar. *Widya Amrita*, 1 (1), 290-302.
- Sukmawati. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 7(2), 130-142.
- Sunarsi, D. (2020). Pengaruh bauran Pemasaran Dan Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Giant Dept Store Cabang Bsd Tangerang. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 7-13.
- Triwahyudi. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Batu Bata Merah Di Home Industry Kaloran Kabupaten Nganjuk. *Skripsi- Universitas Nusantara Pgri Kediri*.
- Wariki, G. M., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Pengaruh bauran promosi, persepsi harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen pada perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(2), 1073-1085.
- Wijaya. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy. *Agora*, 5(1).
- Windarti, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk. *Jom Fisip*, 4 (2).