

# Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di UD. Paon Kembar Desa Peguyangan Kangin Denpasar

Kadek Hary Krismantara <sup>(1)</sup>

I Wayan Suartina <sup>(2)</sup>

I Gede Aryana Mahayasa <sup>(3)</sup>

<sup>(1)(2)(3)</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia

e-mail: [kadekhary40@gmail.com](mailto:kadekhary40@gmail.com)

## ABSTRACT

*The purpose of this study is to find out how the influence of service quality and product quality on consumer satisfaction both partially and simultaneously. The number of samples taken was 91 respondents. The data analysis techniques are validity test, reliability, classical assumption test, multiple linear regression analysis, multiple correlation, t test (t test), determination, and f test (f test). The test results showed that there was a positive and significant influence between the quality of service on customer satisfaction as seen from the  $t_1$ -count was  $5.236 > t$ -table  $1.671$  and the sig value of  $0.000$  so that the first hypothesis was accepted. There is a positive and significant influence between product quality on consumer satisfaction from the  $t_2$ -count is  $3.231 > t$ -table of  $1.671$  and the sig value of  $0.001$  so the second hypothesis is accepted. There is a positive and significant influence between service quality and product quality on consumer satisfaction as seen from the  $F$ -count is  $31,969 > 3.11$  so the third hypothesis is accepted. This research suggestion is expected that UD Paon Kembar always pays attention to the clothes used when working, taking into account the amount of dose given each portion to be able to meet customer needs.*

**Keywords:** *Quality of Service ; Product Quality ; Satisfaction*

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun simultan. Jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 91 responden. Teknik analisis datanya adalah uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, korelasi berganda, uji  $t$  ( $t_{test}$ ), determinasi, dan uji  $f$  ( $f_{test}$ ). Hasil pengujian menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang dilihat dari  $t_1$ -hitung adalah  $5,236 > t$ -tabel  $1,671$  dan nilai sig  $0,000$  sehingga hipotesis pertama diterima. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dari  $t_2$ -hitung adalah  $3,231 > t$ -tabel sebesar  $1,671$  dan nilai sig  $0,001$  sehingga hipotesis kedua diterima. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yang dilihat dari  $F$ -hitung adalah  $31,969 > 3,11$  sehingga hipotesis ketiga diterima. Saran penelitian ini diharapkan pihak UD Paon Kembar selalu memperhatikan pakaian yang digunakan saat bekerja, memperhitungkan lagi besaran takaran yang diberikan tiap satu porsi agar mampu memenuhi kebutuhan pelanggan.

**Kata kunci:** *Kualitas Pelayanan ; Kualitas Produk ; Kepuasan*

---

## Pendahuluan

Kepuasan konsumen merupakan tahapan dalam proses bagaimana konsumen/pelanggan menentukan cita rasa dari produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Kepuasan konsumen merupakan ukuran perasaan konsumen setelah membandingkan harapan dan kenyataan (Umar, 2015: 65). Suparto (2015) menyatakan bahwa tingkat kepuasan konsumen berdampak pada pendapatan lembaga di mana masyarakat memiliki pilihan di mana mereka ingin mendapatkan produk, program dan layanan yang baik dan menyenangkan di mata konsumen tersebut (mis. pasar yang menawarkan ruang pertemuan dan lokakarya untuk bersaing dengan hotel dan pusat konferensi). Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Menurut Kristiany & Kastawan (2019), jasa adalah setiap kegiatan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengarah pada kepemilikan. Selain kualitas pelayanan, faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas produk. Menurut Putra (2020), kualitas produk adalah proses umum evaluasi pelanggan untuk meningkatkan kinerja produk, kualitas produk memiliki kepentingan konsumen untuk mengelola hubungan yang baik antara perusahaan dan konsumen akan memberikan kesempatan untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan harapan. adalah. adalah dari sudut pandang konsumen.

Penelitian dilakukan di UD Paon kembar, dimana UD ini merupakan salah satu UMKM yang berada di Desa Peguyangan Kangin Kota Denpasar Bali. DU ini menawarkan produk dari Nasi lawar Babi, Nasi lawar Ayam, Soto Babi. Penjualan terendah dapat dilihat dari bulan Maret hingga April. Turunnya penjualan disebabkan oleh kurangnya pelayanan dan kualitas produk, sehingga lebih sedikit konsumen yang dikunjungi, sehingga mengakibatkan tagihan yang lebih rendah. Jika melihat jumlah penjualan dari Januari hingga Februari, penjualannya cenderung meningkat. Permasalahan muncul pada bulan Maret dan April dimana penjualan cenderung terus menurun selama 2 bulan. Sedangkan untuk kualitas pelayanan, UD. Paon Kembar telah berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Namun sebagian konsumen merasa bahwa respon UD.Paon Kembar terhadap saran konsumen kurang begitu tanggap. Dari segi bukti fisik, UD.Paon Kembar terlihat tidak memberikan sesuatu yang berbeda karena tampilan restoran yang disediakan relatif sama dengan restoran lainnya tanpa ada sentuhan yang menggambarkan keunikan UD.Paon Kembar.

Selain kualitas pelayanan, UD.Paon Kembar juga sering menerima keluhan tentang kualitas produk yang ditawarkan UD.Paon Kembar. Meskipun citra produk baik, terutama rasanya, banyak konsumen yang merasa variasi produk kurang, terutama pada pilihan menu. Apalagi daya tarik

---

produk kurang baik karena penataan penyajian makanannya kurang baik. Hal ini dikarenakan UD.Paon Kembar tergolong baru. Selain itu, hal lain yang menjadi daya tarik produk UD.Paon Kembar adalah kesesuaian produk yang ditawarkan dengan kebutuhan konsumen dimana porsi makanannya dianggap cukup bagi konsumen. Kualitas layanan adalah ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan memenuhi harapan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati (2017) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Studi lain oleh Fauzi (2019) menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini semakin menyoroti penelitian Putra (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan penelitian sebelumnya, penelitian ini dilakukan sebagai berikut:

H1 : Adanya pengaruh signifikan antara Kualitas pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di UD. Paon Kembar.

Kualitas produk adalah persepsi pelanggan tentang kualitas keseluruhan atau keunggulan produk dalam kaitannya dengan tujuan yang ditetapkan. Produk yang memiliki kualitas atau keunggulan dibandingkan yang lain membuat konsumen senang menggunakan produk tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati (2017) menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Studi lain oleh Fauzi (2019) menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini semakin ditegaskan oleh penelitian Putra (2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan penelitian sebelumnya, penelitian ini dilakukan sebagai berikut:

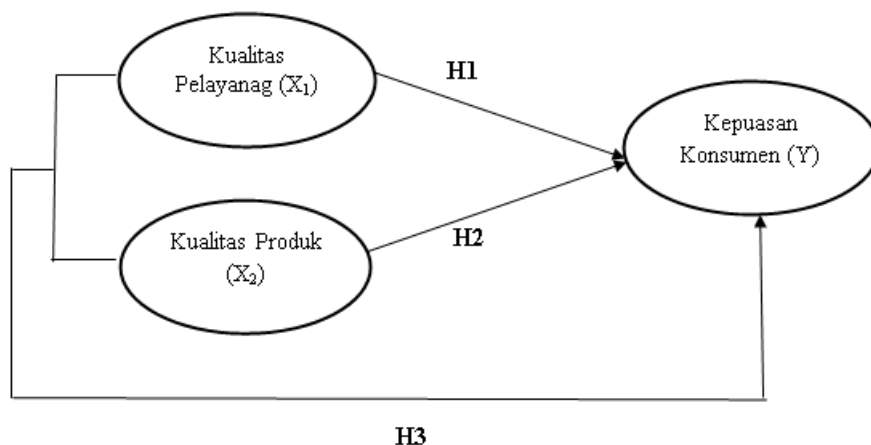
H2 : Adanya pengaruh signifikan antara Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di UD.Paon Kembar.

Kepuasan konsumen adalah perasaan puas yang muncul ketika harapan sesuai dengan kenyataan. Kepuasan konsumen dapat terjadi ketika mereka menerima pelayanan yang baik dan menerima produk yang berkualitas. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati (2017) menemukan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Studi lain oleh Fauzi (2019) menemukan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini semakin ditegaskan oleh penelitian Putra (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan penelitian sebelumnya, penelitian ini dilakukan sebagai berikut:

H3 : Adanya pengaruh signifikan antara Kualitas harga (X1) dan Kualitas produk (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di UD. Paon Kembar.

### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berbentuk asosiatif kausal yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *independen* yaitu Kualitas pelayanan (X1) dan Kualitas produk (X2) terhadap variabel *dependen* yaitu Kepuasan konsumen (Y). UD. Paon Kembar yang berlokasi di Jalan Cekomaria Desa Peguyangan Kangin telah berdiri sejak Desember 2016. UD. Paon Kembar sampai saat ini masih kekurangan pelayanan. Selain keterbatasan pelayanan, UD. Paon Kembar juga menawarkan produk yang tidak konsisten seperti rasa makanannya. Melihat kondisi tersebut para konsumen merasa kurang puas karena rasa makanan dan dalam pelayanan. Pelayanan yang ditawarkan di UD. Paon Kembar masih menjadi masalah karena ada beberapa konsumen yang sensitif mengenai tersebut. Masalah yang dihadapi oleh warung nasi lawar paon kembar yaitu kekurangan dari segi pelayanan. Pelayanan yang masih kurang di UD. Paon Kembar adalah kurang tenaga kerja. Berdasarkan penjelasan diatas bahwa pelayanan dan produk dapat menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Maka dapat disusun kerangka pemikiran sebagai berikut :



**Gambar 1. Kerangka Berpikir**

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen UD.Paon Kembar yang jumlahnya tidak dapat ditentukan atau tidak terhitung. Jumlah dari sampel responden yang akan diuji di dapat dari hasil perhitungan sebanyak 91 responden. Jadi dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 91 orang responden sebagai sampel penelitian. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk menentukan sampel adalah metode *purposive random sampling*. Metode pengumpulan data berupa angket, yang disebarakan kepada responden yang selanjutnya diujikan pada instrumen penelitian atau uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data yang

digunakan adalah uji asumsi klasik, dengan teknik analisis regresi linier berganda, uji determinasi, uji parsial (T-test) dan uji F simultan.

### Hasil Penelitian dan Pembahasan

**Tabel 1. Karakteristik Responden Penelitian di UD Paon Kembar**

No.	Karakteristik	Pilihan	Frekuensi (orang)	Prosentase (%)
1	Jenis Kelamin	Laki – laki	55	60.44
		Perempuan	36	39.56
<b>Jumlah</b>			<b>91</b>	<b>100</b>
2	Usia	18 – 20 tahun	12	13.19
		20 – 30 tahun	37	40.66
		30 – 40 tahun	34	37.36
		40 – 50 tahun	8	8.79
		> 50 tahun	-	-
<b>Jumlah</b>			<b>91</b>	<b>100</b>
3	Pekerjaan	PNS/TNI/POLRI	24	26.37
		Swasta	22	24.18
		Wiraswasta	31	34.07
		Pelajar/Mahasiswa	14	15.38
<b>Jumlah</b>			<b>91</b>	<b>100</b>
4	Pendidikan	SMA/SMK	36	39.56
		Diploma	22	24.18
		Sarjana	33	36.26
<b>Jumlah</b>			<b>91</b>	<b>100</b>

Sumber : Data diolah (2022)

Pada tabel 1 dapat dinyatakan bahwa responden yang berjenis kelamin laki – laki adalah sebanyak 55 atau 60,44% dan berjenis kelamin perempuan sebanyak 36 atau 35,56%, yang berada di antara 20 – 30 tahun adalah sebanyak 37 orang atau 40,66%, yang bekerja sektor wiraswasta sebanyak 31 orang atau 34,07% serta responden tamatan SMA/SMK sebanyak 36 orang atau 39,56%.

### Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

**Tabel 2. Uji Validitas dan Reliabilitas**

No	Variabel	Item Pertanyaan	Koefisien Korelasi	Keterangan	Koefisien Reliabilitas	Keterangan
1	Kualitas pelayanan	X1.1 – X1.10	> 0,30	Valid	0,962	Reliabel
2	kualitas produk	X2.1 – X2.8		Valid	0,942	Reliabel
3	Kepuasan konsumen	Y1 – Y8		Valid	0,935	Reliabel

Sumber: Data diolah, (2022)

Pada hasil pemaparan tabel 2, maka dapat menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian yang digunakan adalah valid dan reliabel, karena memiliki koefisien korelasi lebih besar dari 0,3 dan koefisien reliabilitas (*alpha cronbach*) lebih besar dari 0,6 maka dikatakan reliable.

## Hasil Uji Asumsi Klasik

**Tabel 3. Asumsi Klasik**

No	Variabel	Uji Normalitas	Uji Multikolinieritas	
			Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan (X1)	0,156	0,818	1,223
2	Kualitas Produk (X2)		0,818	1,223

Sumber: Data diolah, (2022)

Hasil uji normalitas memiliki tingkat signifikansi variabel  $> 0,05$ , sehingga dapat dikatakan model regresi memenuhi asumsi normalitas. Nilai toleransi untuk variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk berturut-turut adalah 0,818 atau 81,8 persen dan 0,818 atau 81,8 persen. Nilai VIF variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk masing-masing adalah 1,223 dan 1,223, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari masalah multikolinieritas. Uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa scatter plot tidak membentuk pola tertentu yang teratur, sehingga mengidentifikasi tidak adanya heteroskedastisitas.

## Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear berganda adalah suatu analisis untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ )

**Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	6.171	3.287		1.878	.064
kualitas pelayanan	.379	.072	.470	5.236	.000
kualitas produk	.323	.100	.290	3.231	.002

Sumber: Data diolah (2022)

Persamaan regresi yang dibentuk sebagai berikut :  $Y = 5,850 + 0,379 X_1 + 0,323 X_2$ . Berdasarkan atas perhitungan diperoleh nilai dari koefisien determinasi sebesar 58,1%. Hal ini berarti pengaruh kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) pada UD Paon Kembar adalah sebesar 58,1% dan sisanya 41,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini seperti harga, promosi dan lokasi.

## Uji Signifikan Parsial (Uji t-Test)

Berdasarkan atas keseluruhan hasil pengujian dan uraian gambar diatas maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh secara parsial dari kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) pada UD Paon Kembar adalah signifikan. Dinyatakan signifikan karena  $t - \text{hitung} > t - \text{tabel}$  yaitu  $5,236 > 1,671$  Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Peningkatan kepuasan konsumen dapat diupayakan dengan meningkatkan indikator-indikator yang terdapat dalam kualitas pelayanan. Implikasi dari penelitian ini akan terlihat ketika UD Paon Kembar mampu

meningkatkan komponen pemasaran melalui kualitas pelayanan sehingga kepuasan konsumen yang dihasilkan konsumen UD Paon Kembar meningkat.

Hal ini sejalan dengan penelitian Rahmawati (2017) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Studi lain oleh Fauzi (2019) menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini lebih ditegaskan dalam penelitian Putra (2020) yang menetapkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan atas keseluruhan hasil pengujian dan uraian gambar diatas maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh secara parsial dari kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada UD Paon Kembar adalah signifikan dengan nilai t hitung  $3,231 > 1,671$  t tabel Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Kepuasan konsumen dapat diupayakan dengan meningkatkan indikator-indikator yang terdapat pada variabel kualitas produk. Implikasi dari penelitian ini akan terlihat saat UD Paon Kembar mengembangkan produknya, konsumen akan puas dengan pilihan yang ada. Hal ini sejalan dengan penelitian Rahmawati (2017) yang menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen dan hasil peneltiian dari Fauzi (2019). Hal ini lebih ditekankan dalam penelitian Putra (2020) yang menetapkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.**Uji Signifikan Simultan (Uji F-Test)**

**Tabel 5. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F-Test)**

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	996.712	2	498.356	31.969	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1371.815	88	15.589		
	Total	2368.527	90			

Sumber: Data diolah, (2022)

Berdasarkan atas hasil perhitungan di atas dan uraian gambar di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pengaruh secara simultan dari kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah signifikan. Dinyatakan signifikan karena hasil F - hitung > F - tabel yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian Rahmawati (2017) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Studi lain oleh Fauzi (2019) menemukan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini lebih ditekankan dalam penelitian Putra (2020) yang menetapkan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

---

## Simpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis dapat ditarik kesimpulan bahwa (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang artinya semakin tinggi kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen pada UD Paon Kembar (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yang artinya semakin tinggi kualitas produk maka akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen pada UD Paon Kembar (3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Saran yang dapat diberikan agar karyawan UD. Paon Kembar lebih memperhatikan cara berpakaian menggunakan pakaian yang bersih dan rapi saat berjualan serta untuk penelitian selanjutnya diharap lebih dikembangkan lagi variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen seperti harga dan bauran pemasaran sehingga dapat digali lebih dalam lagi tentang kepuasan konsumen.

## Daftar Pustaka

- Ambarwati, I. A. T., Kawiana, I. G. P., & Mahayasa, I. G. A. (2022). Mediasi Kepuasan Konsumen Pada Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pada PT Prisma ElektriKa Bali. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 2(3), 832-843.
- Ariani, Ni Wayan Duti dan Suresmiathi, D. AA Ayu. 201). Pengaruh Kualitas Tenaga Kerja, Bantuan Modal Usaha dan Teknologi Terhadap Produktivitas Kerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Jimbaran. *E-jurnal Ep UNUD*, vol. 2 no. 2 hal. 102-107.
- Ayushinta, Gita 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Goreng Mbok Berek. *Jurnal Universitas Brawijaya Malang*.
- Dewi, Ni Putu Lilik Ari Rusita 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Apotek Anugrah II Gatot Subroto Denpasar. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia*.
- Diana, Ina Mur 2017. Pengaruh Kualitas Produk, kualitas pelayanan Terhadap kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Universitas Yogyakarta*.
- Fauzi. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. Penelitian ini dilakukan pada pelanggan CV. Bintang Harapan Kurnia di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 8, No. 11, 2019 : 6741-6761
- Ferdinand, Augusty. 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas. Diponegoro.
- Gaspersz. Vincent. 2018. *Lean Six Sigma for Manufacturing and Service Industries*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Kristiana dan Kastawan. 2019. Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 8, No. 2, 2019: 7576 – 7605.
- Kurnia. 2016. Analisis Pengaruh Harga, Brand Image, Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Atau Smartphone Samsung Jenis Android (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Skripsi*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Lupiyoadi. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*, Jakarta: Salemba. Empat.



- 
- Rahmawati, Kartika Nur 2017. Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kedaibangsawan Klaten. *Jurnal Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Sabrina, Elke 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap kepuasan Konsumen (Survey Pada Pengunjung Pasar Santa Jakarta). *Jurnal Ekonomi Universitas Negeri Jakarta*.
- Suartina, I. W., Mahayasa, I. A., Tuty, T. I., & Wilyadewi, I. I. D. A. Y. (2019). Peningkatan Kualitas Layanan, Kinerja Karyawan Dan Kepuasan Konsumen Melalui Pelatihan Softskill (Program Pengabdian Kepada Masyarakat Pada BKS LPD Ubud). *Jurnal Sewaka Bhakti*, 2(1), 8-20.
- Widiarsana, I Made 2019. Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Semeton Barbershoop Di Wilayah Desa Peguyangan Kangin Tahun 2018. *Jurnal Pendidikan Pengetahuan Sosial Institut Keguruan Dan Ilmu Pendidikan (IKIP) PGRI Bali*.
- Wijaya., 2017., Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Tokopedia.com), *Jurnal Program Manajemen Bisnis Universitas Kristen Petra*, Vol. 5, No. 1