

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Makan CS Bedha Tabanan

I Made Indra Gunawan⁽¹⁾
Mirah Ayu Putri Trarintya⁽²⁾
Ida Ayu Mashyuni⁽³⁾

⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Bisnis, dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia
e-mail: indra.de87@gmail.com

ABSTRACT

The advancement of time demands compelling producers to enhance performance and marketing strategies to survive in increasingly fierce competition. The purpose of this research is to examine how service quality, product quality, and pricing influence customer satisfaction at Warung Makan Cs Bedha in Tabanan. The study was conducted with a sample of 130 customers, using a total accidental sampling method for sample selection. Data collection was carried out using a questionnaire. The analytical method employed was multiple linear regression analysis to assess the influence of service quality, product quality, and price on customer satisfaction at Warung Makan Cs Bedha. The results of hypothesis testing indicate that service quality, product quality, and price have a significant positive effect, both partially and simultaneously, on customer satisfaction at Warung Makan Cs Bedha. Therefore, it is recommended that Warung Makan Cs Bedha in Tabanan improve customer satisfaction by enhancing the quality of service, products, and pricing. Future researchers are also advised to include additional variables relevant to customer satisfaction and to use a broader research object and sample size.

Keywords: Service Quality; Product Quality; Price; Customer Satisfaction

ABSTRAK

Kemajuan zaman menuntut produsen harus meningkatkan kinerja dan strategi pemasaran untuk bertahan dalam persaingan yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dampak kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Warung Makan Cs Bedha di Tabanan. Penelitian ini dilakukan pada 130 sampel pelanggan. Proses penentuan sampel dilakukan menggunakan metode total accidental sampling. Data diperoleh melalui kuesioner. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Warung Makan Cs Bedha digunakan teknik regresi linier berganda. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga berpengaruh positif signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Makan Cs Bedha. Oleh karena itu, disarankan kepada Warung Makan Cs Bedha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, perlu dilakukan perbaikan pada kualitas pelayanan, produk, dan harga serta bagi peneliti berikutnya untuk menambahkan variabel yang relevan dengan kepuasan pelanggan dan menggunakan objek penelitian serta jumlah sampel yang lebih luas.

Kata kunci : Kualitas Produk; Kualitas Pelayanan; Harga; Kepuasan Pelanggan

Pendahuluan

Bisnis adalah suatu kegiatan yang dilakukan dengan membuka atau menjalankan suatu usaha untuk mendapatkan keuntungan (Fuad, 2006:12). Di tengah era globalisasi, dunia bisnis modern mengalami transformasi pesat dan perubahan yang mendalam. Hal ini terlihat dari evolusi pola pikir masyarakat, kemajuan teknologi, serta gaya hidup yang dipengaruhi oleh tren global. Perubahan ini memaksa kita untuk beradaptasi dengan cepat dalam kehidupan sehari-hari (Prabowo et al, 2023). Dampak dari kemajuan zaman adalah kemunculan berbagai produk dan layanan yang menawarkan keunggulan serta keunikan masing-masing.

Kondisi ini memberikan konsumen banyak pilihan dalam memilih produk dan layanan dari berbagai produsen. Namun, bagi produsen, hal ini menjadi ancaman karena semakin banyaknya produk dan layanan yang tersedia, semakin sengit pula persaingan di pasar. Persaingan yang semakin ketat memerlukan pelaku bisnis untuk mengoptimalkan kinerja perusahaan mereka agar tetap kompetitif. Oleh karena itu, perusahaan perlu memiliki strategi pemasaran yang efektif untuk memasarkan produk dan layanan mereka dan memastikan kelangsungan dalam persaingan bisnis (Martoyo et al, 2022:80). Tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu barang atau jasa mencerminkan sejauh mana keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya. Produk atau jasa dianggap gagal jika tidak mampu memenuhi kepuasan konsumen. Kepuasan pelanggan terjadi ketika kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terpenuhi, yang kemudian dapat mendorong pembelian ulang atau kesetiaan berkelanjutan (Asti, 2020). Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas (Suhardi et al, 2022).

Warung Makan CS Bedha merupakan sebuah warung atau tempat makan yang berlokasi di Jl. Yeh Gangga I, Sudimara, Kecamatan Tabanan, Kabupaten Tabanan, Bali. Adapun produk yang ditawarkan dari warung ini adalah beberapa jenis makanan mulai dari olahan berbahan dasar daging ayam, babi, hingga seafood dengan cita rasa yang khas serta dilengkapi dengan produk lain seperti ragam jus, dessert, dan makanan ringan yang lain. Berikut adalah tabel yang menunjukkan data penjualan pada Warung Makan CS Bedha pada bulan Januari sampai Desember 2022.

Tabel 1. Data Penjualan dan Jumlah Pengunjung Warung Makan CS Bedha Pada Tahun 2022

No.	Bulan	Total Penjualan	Jumlah Pengunjung (Orang)
1	Januari	Rp. 42.500.000	850
2	Februari	Rp. 45.000.000	900
3	Maret	Rp. 37.500.000	750
4	April	Rp. 30.000.000	600
5	Mei	Rp. 37.500.000	750
6	Juni	Rp. 50.000.000	1.000
7	Juli	Rp. 32.500.000	650
8	Agustus	Rp. 37.500.000	750
9	September	Rp. 35.000.000	700
10	Oktober	Rp. 30.000.000	600
11	November	Rp. 25.000.000	500
12	Desember	Rp. 30.000.000	600
Total		Rp. 432.500.000	8.650

Sumber: Warung Makan CS Bedha, (data diolah, 2024)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah penjualan dan jumlah pengunjung warung makan CS Bedha pada bulan Januari 2022 hingga Desember 2022 mengalami perubahan setiap bulannya, terlihat pada bulan Juni menjadi bulan yang paling tinggi penjualannya yaitu Rp. 50.000.000 dengan banyaknya pengunjung 1.000 orang, dan bulan November menjadi bulan yang paling rendah penjualannya yaitu Rp. 25.000.000 dengan jumlah pengunjung 500 orang. Data diatas memberikan informasi bahwa volume penjualan tidak stabil selama satu tahun terakhir.

Kualitas layanan merupakan salah satu faktor krusial untuk mencapai kesuksesan. Pendapat ini sejalan dengan pandangan mengenai kualitas layanan menurut (Indrasari, 2019:61) kualitas pelayanan merupakan kondisi yang terus berkembang dan berhubungan erat dengan produk, layanan, tenaga kerja, serta proses dan lingkungan, yang setidaknya harus mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan kualitas pelayanan yang diinginkan (Akbar, 2020). Menurut (Palelu et al, 2022) Kualitas layanan merujuk pada tingkat keunggulan yang diharapkan, dan pengelolaan terhadap tingkat keunggulan tersebut diharapkan dapat memenuhi keinginan pelanggan. Layanan yang berkualitas tercermin dari kepuasan pelanggan selama proses transaksi. Menurut (Budiono, 2020) pelayanan didefinisikan sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang dapat diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak bersifat fisik dan tidak mengakibatkan kepemilikan barang.

H_1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada CS Bedha Di Tabanan.

Produk mencakup segala sesuatu yang bisa disediakan oleh produsen untuk menarik perhatian, diminta, dicari, dibeli, disewa, digunakan, atau dikonsumsi oleh pasar (baik konsumen akhir maupun pasar industri) dalam rangka memenuhi kebutuhan atau keinginan yang ada (Ibrahim, 2019). Dari penjelasan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa produk tidak hanya meliputi barang berwujud (seperti makanan, pakaian, buku, dan lain-lain), tetapi juga mencakup hal-hal yang tidak berwujud (seperti layanan jasa). Konsumen tidak hanya membeli produk secara fisik, tetapi pada dasarnya mereka membeli manfaat (benefit) yang ditawarkan oleh produk tersebut (Suari et al, 2019). Oleh karena itu, perusahaan yang cerdas akan menawarkan manfaat produk bersama dengan produk itu sendiri untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas produk menjadi faktor kunci dalam menentukan kepuasan konsumen setelah mereka membeli dan menggunakan produk tersebut. Dengan kualitas yang baik, keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap produk akan lebih mudah terpenuhi. Kualitas produk mencerminkan kondisi suatu barang berdasarkan penilaian kesesuaiannya dengan standar yang telah ditetapkan. Semakin sesuai produk dengan standar tersebut, semakin tinggi pula penilaian terhadap kualitasnya (Mahira et al, 2021).

H₂ : Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada CS Bedha Di Tabanan.

Selain dari segi kualitas produk dan layanan, harga juga merupakan faktor penting yang menjadi perhatian utama bagi konsumen. Menurut (Kotler, 2016:131), Harga adalah jumlah uang yang perlu dibayar untuk memperoleh hak atas penggunaan suatu produk. Menurut (Sari, 2023), Harga merupakan salah satu elemen dalam bauran pemasaran yang berfungsi untuk menghasilkan pendapatan, sementara elemen lainnya berkontribusi pada biaya. Harga adalah elemen yang paling mudah disesuaikan dalam strategi pemasaran, sedangkan fitur produk, saluran distribusi, dan komunikasi memerlukan waktu lebih lama untuk diubah. Menurut (Sutrisno, 2022) Menegaskan bahwa harga adalah satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. Menurut Kotler dan Armstrong, (2014:345), harga adalah jumlah uang yang dikenakan untuk suatu produk atau jasa, atau total nilai yang dibayar pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan produk dan layanan tersebut.

H₃ : Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada CS Bedha Di Tabanan.

Keberhasilan dalam menciptakan produk dan layanan berkualitas tinggi, bersama

dengan strategi penetapan harga yang kompetitif, akan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Setelah kepercayaan terjalin antara pelanggan dan perusahaan, memperkuat hubungan tersebut menjadi lebih sederhana. Kepuasan pelanggan dicapai ketika kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka terpenuhi, yang kemudian dapat mendorong pembelian berulang atau kesetiaan yang terus menerus (Asti, 2020) Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas (Suardi et al, 2022).

H₄ : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada CS Bedha Di Tabanan.

Metode Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif yang berfokus pada data terukur untuk menghasilkan estimasi kuantitatif yang kuat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi dampak kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Warung Makan Cs Bedha di Tabanan. Penelitian ini melibatkan 130 responden dari Warung Makan Cs Bedha, dengan metode pemilihan sampel menggunakan total accidental sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner, dan analisis dilakukan dengan teknik regresi linier berganda untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan di lokasi tersebut.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tabel 2. Uji Instrumen Penelitian

No	Variabel Penelitian	Item Pernyataan	Validitas		Reliabilitas	
			Koefisien Korelasi	Ket	Chronbach's Alpha	Ket
1	Kualitas Pelayanan (X1)	No. 1 – 10				
2	Kualitas Produk (X2)	No. 1 – 12	> 0,30	Valid	> 0,60	Reliabel
	Harga (X3)	No. 1 – 8				
3	Kepuasan Pelanggan (Y)	No. 1 – 6				

Sumber: data diolah (2024)

Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa semua instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur berbagai variabel adalah valid dan reliabel. Hal ini dikonfirmasi dengan nilai r hitung yang lebih tinggi dibandingkan r tabel sebesar 0,3 serta koefisien reliabilitas (*alpha Cronbach*) yang melebihi 0,6. Oleh karena itu, semua variabel dalam penelitian ini dapat digunakan untuk analisis statistik selanjutnya.

Tabel 3. Uji Asumsi Klasik

Variabel Penelitian	Normalitas	Multikolinearitas	Heteroskedastisitas
---------------------	------------	-------------------	---------------------

		Tolerance	VIF	Sig
Kualitas Pelayanan (X1)		0.323	3.097	0.869
Kualitas Produk (X2)	0,200	0.271	3.688	0.500
Harga (X3)		0.423	2.362	0.717

Sumber: data diolah (2024)

Hasil perhitungan uji asumsi klasik menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05, yang mengindikasikan bahwa data terdistribusi normal. Selain itu, nilai Tolerance lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10 menunjukkan bahwa tidak ada masalah multikolinieritas, sementara nilai sig. yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan demikian, semua variabel dalam penelitian ini telah memenuhi uji asumsi klasik.

Tabel 4. Analisis Koefisien Determinasi (R²)

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.846 ^a	.795	.793	1.291

Sumber: data diolah (2024)

Menurut tabel di atas, koefisien R² yang diperoleh adalah 0,795 atau 79,5%. Ini berarti bahwa kontribusi kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan di Warung CS Bedha adalah sebesar 79,5%, sementara sisanya sebesar 20,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti *word of mouth*, citra merek, dan atmosfer toko.

Tabel 5. Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.884	.438		4.300	.000
Kualitas Pelayanan	.192	.026	.374	7.371	.000
Kualitas Produk	.200	.025	.446	8.046	.000
Harga	.127	.027	.205	4.630	.000

Sumber: data diolah (2024)

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai-nilai : a = 1.884, b1 = 0.192, b2 = 0.200 dan b3= 0.127 Berdasarkan nilai-nilai tersebut di atas, maka diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 1.884 + 0.192X_1 + 0.200X_2 + 0.127X_3$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka pengaruh kualitas pelayanan, dan kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Warung CS Bedha dapat diartikan sebagai berikut :

1. Koefisien konstan sebesar 1.884 menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan di Warung

CS Bedha dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga. Jika tidak ada peningkatan dalam kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga, tidak akan terjadi perubahan dalam kepuasan pelanggan di Warung CS Bedha.

2. Kualitas pelayanan (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,192. Ini berarti bahwa setiap peningkatan satu unit dalam kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,192 unit, dengan variabel lainnya tetap konstan. Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
3. Kualitas produk (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,200. Ini berarti bahwa setiap kenaikan satu unit dalam kualitas produk akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,200 unit, dengan variabel lainnya tetap. Ini menandakan bahwa kualitas produk juga berkontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan.
4. Harga (X3) memiliki koefisien regresi sebesar 0,127. Ini menunjukkan bahwa setiap tambahan satu unit dalam harga akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,127 unit, dengan variabel lainnya tetap konstan. Ini mengindikasikan bahwa harga juga berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan.

Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t)

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung CS Bedha.

Uji hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Warung CS Bedha. Berdasarkan analisis regresi linier berganda, koefisien regresi untuk kualitas pelayanan tercatat sebesar 0,192. Uji t (t-test) menghasilkan nilai t-hitung sebesar 7,371 dengan nilai signifikansi 0,000, yang lebih rendah dari α (0,05), menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, tanpa peningkatan dan perhatian terhadap kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan di Warung CS Bedha tidak akan meningkat. Hasil ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Novia et al, 2020) dan (Aulia & Hidayat, 2017) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung CS Bedha.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Warung CS Bedha. Berdasarkan analisis regresi linier berganda, didapatkan koefisien regresi untuk kualitas produk sebesar 0,200. Pengujian lebih lanjut menggunakan uji t (t-test) menghasilkan nilai t-hitung sebesar

8,046 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari α (0,05). Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Warung CS Bedha. Dengan kata lain, tanpa perhatian dan peningkatan terhadap kualitas produk, kepuasan pelanggan di Warung CS Bedha tidak akan meningkat. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Razak (2019) dan Umami et al (2019) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung CS Bedha.

Hasil pengujian hipotesis mengungkapkan bahwa harga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Warung CS Bedha. Temuan ini berdasarkan analisis regresi linier berganda yang menunjukkan koefisien regresi harga sebesar 0,127. Uji *t* (*t-test*) memberikan nilai *t*-hitung sebesar 4,630 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang jauh lebih kecil daripada α (0,05). Ini mengindikasikan bahwa harga memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Warung CS Bedha. Dengan demikian, jika harga tidak dipertimbangkan dan ditingkatkan, kepuasan pelanggan di Warung CS Bedha tidak akan mengalami peningkatan. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya oleh Worotikan et al (2021) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 6. Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1792.433	3	597.478	358.424	.000b
Residual	210.036	126	1.667		
Total	2002.469	129			

Sumber: data diolah (2024)

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara bersamaan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Efektivitas Harga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Warung CS Bedha. Temuan ini didasarkan pada uji F, yang menghasilkan nilai F-hitung sebesar 358,424 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang jauh lebih kecil dari α (0,05). Ini menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Warung CS Bedha. Dengan kata lain, tanpa perhatian dan peningkatan pada kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga, kepuasan pelanggan di Warung CS Bedha tidak akan meningkat. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya oleh Zakaria dan Suwitho (2019), serta Maramis (2018) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga berpengaruh

terhadap positif signifikan.

Simpulan

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat ditarik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung CS Bedha. Hal ini berarti apabila kualitas pelayanan ditingkatkan, maka akan berpengaruh terhadap peningkatan Kepuasan pelanggan pada Warung CS Bedha.
2. Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung CS Bedha. Hal ini berarti apabila kualitas produk ditingkatkan, maka akan berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan pelanggan pada Warung CS Bedha.
3. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung CS Bedha. Hal ini berarti apabila harga diperhatikan, maka akan berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan pelanggan pada Warung CS Bedha.
4. Kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh positif signifikan terhadap terhadap Kepuasan pelanggan pada Warung CS Bedha. Hal ini berarti apabila Kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga diperhatikan dan ditingkatkan, maka akan berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan pelanggan Warung CS Bedha.
5. Disarankan kepada Warung Makan Cs Bedha Di Tabanan agar meningkatkan kepuasan pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan, produk, dan harga, serta bagi peneliti berikutnya untuk menambahkan variabel yang relevan dengan kepuasan pelanggan dan menggunakan objek penelitian serta jumlah sampel yang lebih luas..

Daftar Pustaka

- Akbar, M. F., & Haryoko, U. B. (2020). Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan pada Alfamart Cabang Cikokol Tangerang. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(2), 280–286.
- Andriani, N. W. T., Suartina, I. W., & Mahayasa, I. G. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota dengan Kepuasan Anggota Sebagai Variabel Intervening. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(7), 1424-1436.
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14.
- Aulia, M., & Hidayat, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies (06), 1–17.

- Budiono, A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 17(02), 1–15.
- Fuad, M. (2006). *Pengantar bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB. Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1*.
- Krismantara, K. H., Suartina, I. W., & Mahayasa, I. G. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di UD. Paon Kembar Desa Peguyangan Kangin Denpasar. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(4), 790-798.
- Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1267–1283.
- Maramis, F. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado. *Emba*, 6(3), 1658–1667.
- Martoyo, AFransisca, Y., & Nurlaila, Q. (2022). *Manajemen Bisnis*. Tohar Media.
- Novia, A. N., Semmaila, B., & Imaduddin. (2020). Pengaruh kualitas Layanan Dan KuaLitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Tata Kelola*, 7(2), 201–212.
- Palelu, D. R., Tumbuan, W. J., & Jorie, R. J. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kamsia Boba Di Kota Lawang* (Vol. 10, Issue 1). *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.
- Prabowo, O. H., Merthayasa, A., & Saebah, N. (2023). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Manajemen Perubahan pada Kegiatan Bisnis di Era Globalisasi. *Syntax Idea*, 5(7), 883–892.
- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 21–40.
- Sari, R. F., & Marlius, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada D'sruput Lapai Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 1801–1812.
- Suari, M. T. Y., Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2019). Pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(1), 26–33.
- Suhardi, Y., Zulkarnaini, Z., Burda, A., Darmawan, A., & Klarisah, A. N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 31–41.
- Sutrisno, R. I., & Darmawan, D. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan, Diversifikasi Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Lima Daun Ilmu (MADA)*, 2(1), 1–12.
- Umami, R., Rizal, A., & Sumartik. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe. *Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 15(2), 30–45.
- Worotikan, A. L., Massie, James, H., & Tawas, H. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang. *Emba*, 9(3), 1277–1285.
- Zakaria, D. G., & Suwitho. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Riset Manajemen*, 6(4), 1–18.