NASKAH PUBLIKASI

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA ROTI GEMBONG GEDHE KOTA YOGYAKARTA

Oleh:

Riki Sahidun Nurrohman (1800011194)

Skripsi ini Disusun Untuk Melengkapi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

PROGAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN

YOGYAKARTA

2022

JOURNAL

THE EFFECT OF PRICE, PRODUCT QUALITY AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION IN ROTI GEMBONG GEDHE YOGYAKARTA CITY

Written by :

Riki Sahidun Nurrohman

1800011194

This thesis submitted as a fulfillment of the requirements to attain the

Bachelor Degree of Economics studies

FACULTY OF ECONOMY AND BUSINESS

UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN

2022

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA ROTI GEMBONG GEDHE KOTA YOGYAKARTA

RIKI SAHIDUN NURROHMAN

ABSTRAK

Dalam penelitian ini ditujukan untuk melihat pengaruh dari Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Roti Gembong Gedhe Kota Yogyakarta. Di penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Yogyakarta yang sudah pernah membeli Roti Gembong Gedhe minimal 2 kali. Sampel dalam penelitian ini adalah Sebagian masyarakat Kota Yogyakarta yang berdomisili di lima kecamatan di Kota Yogyakarta, yaitu Umbulharjo, Kotagede, Mergangsan, Gondokusuman, Kraton.

Sampel dipilih dengan Teknik *Probability Sampling* dengan menggunakan Metode *Cluster Sampling* dan didapatkan responden sebanyak 99 responden. Pengambilan data dilakukan menggunakan kuesioner yang disebarkan melalui google form.

Hasil dari penelitian uji parsial yang dilakukan menghasilkan kesimpulan bahwa variabel independent yaitu Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y). Kemudian teruntuk variabel independent Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh tidak positif dan signifikan terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y) pada Roti Gembong Gedhe Kota Yogyakarta.

Hasil dari penelitian uji simultan yang dilakukan menghasilkan kesimpulan bahwa variabel independent yaitu Harga (X1), Kualitas Produk (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen (Y) pada Roti Gembong Gedhe Kota Yogyakarta. Variabel independent yaitu Harga (X1), Kualitas Produk (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) terdapat pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen (Y) pada Roti Gembong Gedhe Kota Yogyakarta.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

THE EFFECT OF PRICE, PRODUCT QUALITY AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION IN ROTI GEMBONG GEDHE YOGYAKARTA CITY

RIKI SAHIDUN NURROHMAN

ABSTRACT

In this study aimed to see the effect of Price, Product Quality and Service Quality on Consumer Satisfaction on Roti Gembong Gedhe Yogyakarta City. This study aims to determine whether Price, Product Quality and Service Quality have a positive and significant effect on Consumer Satisfaction.

The population in this study were the people of Yogyakarta City who had bought Roti Gembong Gedhe Yogyakarta City at least 2 times. The sample in this study is part of the people of Yogyakarta City who live in five sub-districts in Yogyakarta City, namely Umbulharjo, Kotagede, Mergangsan, Gondokusuman, Kraton.

The sample was selected with the Probability Sampling Technique using the Cluster Sampling Method and 99 respondents were obtained. Data collection was carried out using a questionnaire that was distributed via the Google form.

The results of the partial test research conducted resulted in the conclusion that the independent variables namely Price (X1) and Product Quality (X2) have a positive and significant effect on the dependent variable Consumer Satisfaction (Y). Then for the independent variable Service Quality (X3) it has no positive and significant effect on the dependent variable Consumer Satisfaction (Y) on Roti Gembong Gedhe Yogyakarta City.

The results of the simultaneous test research conducted concluded that the independent variables namely Price (X1), Product Quality (X2) and Service Quality (X3) simultaneously had a positive and significant effect on the dependent variable namely Consumer Satisfaction (Y) on Roti Gembong Gedhe Yogyakarta City. The independent variables, namely Price (X1), Product Quality (X2) and Service Quality (X3), have a simultaneous effect on the dependent variable, namely Consumer Satisfaction (Y) on Roti Gembong Gedhe Yogyakarta City.

Keywords: Price, Product Quality, Service Quality, Consumer Satisfaction

A. PENDAHULUAN

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَٰلِكَ قَوَامًا

”Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta) mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.” (QS. Al-Furqon: 67).

Di era yang semakin maju ini, dunia usaha tumbuh dengan pesatnya sehingga seorang pengusaha harus mampu bekerja dan berproduksi secara efisien dan kreatif. Hal ini dimaksudkan supaya pengusaha mampu bersaing dengan perusahaan lain dan mampu bertahan serta memperoleh tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba. Perusahaan harus mampu menentukan klasifikasi komoditas yang harus mendapatkan perhatian utama supaya dapat menjaga permintaan konsumen. Selalu berubahnya keinginan konsumen, maka perusahaan harus bisa mengikuti keinginan konsumen dengan cara memberikan pelayanan terbaik. Dengan melakukan analisa melalui harga, kualitas produk dan pelayanan maka bisa mengukur kepuasan seorang konsumen atas produk yang telah dipakainya. Dikarenakan banyaknya konsumen yang menyukai Roti Gembong Gedhe dibanding pesaing lainnya, maka perusahaan Roti Gembong Gedhe ini selalu berusaha memberikan produk yang berkualitas serta pelayanan terbaik kepada konsumen. Hal ini memicu kepada semakin banyaknya konsumen yang datang, maka semakin besar pula laba yang diperoleh. Sehingga perusahaan Roti Gembong Gedhe ini terus berupaya meningkatkan kepuasan konsumen yang berdampaksecara terus menerus terhadap peningkatan penjualan produk seiring dengan meningkatnya kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen di setiap perusahaan merupakan salah satu kunci untuk memaksimalkan tujuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Tanpa adanya kepuasan konsumen, maka usaha atau bisnis yang dijalankan tidak akan berkembang pesat atau dengan kata lain tujuan utama tidak bisa digapai. Oleh karena itu, para pelaku usaha harus selalu memikirkan bagaimana cara mencapai yang namanya kepuasan konsumen. Hal ini bisa diperhatikan melalui penetapan harga, memberikan produk yang berkualitas, serta pelayanan yang sangat disukai oleh para konsumen.

Selain berusaha untuk terus meningkatkan omset melalui penjualan Roti Gembong Gedhe, perusahaan juga harus bersaing dengan para kompetitor nya. Bermunculannya *brand-brand* Roti Gembong lainnya akan membuat persaingan di bisnis ini semakin ketat. Harga tentunya memiliki peranan penting bagi konsumen dalam mempertimbangkan ketika melakukan proses pembelian. Menurut Kotler (2012:138) yang dimaksud dengan harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk membeli sebuah produk atau jasa. Di Roti Gembong Gedhe sendiri, harga jual produk berkisar Rp. 15.000 – Rp. 25.000 per-item dengan inovasi rasa dan harga yang berbeda. Dengan kisaran harga tersebut, maka semua kalangan konsumen dapat menikmati produk Roti Gembong Gedhe ini. Namun demikian, tentunya masih ada konsumen yang menganggap kisaran harga yang diberikan oleh perusahaan Roti Gembong Gedhe itu sendiri terlalu mahal. Oleh karena itu, perusahaan tetap harus memperhatikan atau menjadikan hal ini sebagai evaluasi dalam pemberian harga. Perusahaan harus mampu memberikan harga yang pas dan menguntungkan perusahaan ataupun konsumen.

Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut setiap pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan cara yang lebih memuaskan dari pada yang dilakukan pesaingnya. Sehingga dalam situasi ini diperlukan strategi-

strategi untuk memenangkan hati para konsumen, salah satunya dengan cara memberikan produk yang berkualitas dan disukai oleh para konsumen.

Kualitas produk yang diberikan perusahaan harus benar-benar berkualitas sehingga apa yang menjadi ekspektasi dari para konsumen dapat terwujud, Assauri (2015:211) mengatakan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan dari sebuah produk dalam memenuhi fungsi nya serta menjadi bahan untuk memenuhi kebutuhan dasar.Perusahaan Roti Gembong Gedhe diharuskan memiliki inovasi pada produk-produk nya. Hal ini dikarenakan perusahaan yang bergerak di bidang kuliner tentunya harus menjadikan rasa ataupun kualitas produk sebagai hal utama yang harus diperhatikan bagi perusahaan. Akan tetapi, tidak dapat dipungkiri bahwa rasa bosan dari konsumen dalam membeli produk-produk yang itu saja dapat terjadi. Tentu saja masih banyak konsumen yang tidak menyukai aneka rasa yang di produksi oleh Roti Gembong Gedhe. Karena hal tersebut, perusahaan Roti Gembong Gedhe harus selalu melakukan evaluasi ataupun mencari ide kreatif dalam menangani hal tersebut.

Pada kualitas pelayanan juga merupakan hal penting yang harus diperhatikan bagi setiap perusahaan yang bergerak di bidang kuliner. Tjiptono (2016:59) berkata jika kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yangdiharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Di Roti Gembong Gedhe sendiri memang menggunakan *system take away*, namun kualitas pelayanan yang diberikan karyawan sangat diperlukan untuk mencapai tingkat kepuasan konsumen. Seperti kesopanan, keramahan, kemampuan komunikasi, ketanggapakan serta kebersihan dan kenyamanan outlet. Karena perasaan senang ketika membeli produk di toko, membuat konsumen merasa betah untuk berlangganan pada produk tersebut. Di Roti Gembong Gedhe sendiri kebersihan toko

sangat diperhatikan. Ketanggapan, keramahan dan kesopanan karyawan dalam berkomunikasi dengan konsumen sangat bagus. Di toko Roti Gembong Gedhe sendiri pun sangat memperhatikan protokol kesehatan. Jadi intinya, dikarenakan Roti Gembong Gedhe ini hanya melakukan *system take away*

dan harus selalu memberikan kenyamanan ataupun pelayanan yang baik di bidang lainnya. Sehingga suasana jual beli di toko pun sangat tertib dan cepat. Hal ini dapat dilihat ketika merasakan suasana yang sangat nyaman ketika membeli produkdi Roti Gembong Gedhe.

Jika sebuah perusahaan khususnya di bidang kuliner seperti Roti Gembong Gedhe ini memperhatikan 3 hal ini (harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan) maka tingkat kepuasan konsumen pun akan tinggi. Hal ini tentu akan berdampak baik pada perusahaan karena konsumen akan merasa betah untuk selalu berbelanjadi perusahaan karena merasa terpenuhi keinginan dari konsumen tersebut atau merasa puas.

B. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Jenis penelitian tersebut dipilih karena di dalam penelitian ini mengkaji tentang bagaimana cara menjelaskan hubungan antar variabel, menguji teori, melakukan generalisasi fenomena sosial yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Yogyakarta yang sudah pernah membeli Roti Gembong Gedhe minimal 2 kali. Penarikan sampel dilakukan dengan teknik probability sampling yaitu merupakan teknik sampling yang memberi peluang sama kepada anggota populasiuntuk dipilih menjadi anggota sampel.

Teknik probability sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Cluster Sampling* (teknik sampling daerah). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 99 responden.

Data yang dipergunakan sebagai bahan analisis dalam penelitian ini terdiri dari data primer. Data primer digunakan sebagai bahan untuk menganalisis variabel – variabel penelitian. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan berupa kuesioner dalam bentuk *google formulir* kepada responden yang berisi tentang Harga, Kualitas produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen.

Dalam penelitian ini, harga terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Karena apabila harga di berikan perusahaan sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen, maka harga akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Karena setiap konsumen tentunya memiliki keinginan membeli suatu barang dengan harga terjangkau ataupun harga yang sesuai dengan apa yang ia inginkan. Dikarenakan harga yang diberikan perusahaan sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen, maka kepuasan konsumen akan timbul dengan sendirinya. Hal ini terjadi karena adanya rasa puas ketika membeli produk dari perusahaan dengan harga yang sesuai dengan apa yang diinginkan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Faizah dkk, (2013) juga membuktikan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.

Dalam penelitian ini, kualitas produk terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Karena apabila kualitas produk yang diberikan perusahaan sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen maka kualitas produk akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Karena setiap konsumen tentunya memiliki keinginan membeli suatu barang dengan kualitas produk yang bagus dan sesuai dengan apa yang ia inginkan. Dikarenakan kualitas produk yang diberikan perusahaan sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen, maka kepuasan konsumen akan timbul dengan sendirinya. Hal ini terjadi karena adanya rasa puas ketika membeli produk dari perusahaan dengan kualitas produk yang sesuai denganapa yang diinginkan. Intinya, fungsi dari produk bisa sesuai atau melebihi harapankonsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan olehInka dkk, (2014) juga membuktikan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan memang mempengaruhi kepuasan konsumen namun tidak begitu signifikan. Hal ini dikarenakan jika Roti Gembong Gedhe ini hanya melayani take away saja. Namun terlepas disitu semua perusahaan juga harus memperhatikan kenyamanan dari konsumen, mungkin bisa dari suasana, kebersihan, lahan parkir, kesopanan dan keramahan karyawan dan lain-lain yang tentunya bisa membuat konsumen merasa senang ataupun puas ketika berbelanja. Karena apabila perusahaan memberikan kualitas pelayanan yang sangat baik kepada konsumen, hal ini tentunya mempengaruhi kepuasan konsumen. Karena konsumen akan merasa sangat senang jika konsumen merasa dilayani ataupun

diperlakukan dengan baik oleh perusahaan. Nah, hal ini tentunya akan membuat konsumen merasa senang dan nyaman ketika melakukan pembelian dan akan berdampak untuk pembelian seterusnya ataupun berkepanjangan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurmalia dkk, (2018) menunjukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang tidak positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

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

Dalam penelitian ini, penetapan harga yang baik serta memproduksi produk-produk yang berkualitas sangat mempengaruhi kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan para konsumen akan merasa senang apabila semua ekspektasi nya sesuai dengan apa yang diberikan oleh pihak perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Purnomo (2017) dimana ia juga membuktikan harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Sedangkan untuk kualitas pelayanan di perusahaann Roti Gembong Gedhe Kota Yogyakarta hanya melayanai *take away* saja. Namun, untuk perihal dalam memperhatikan kenyamanan konsumen itu sendiri, perlu diperhatikan lebih oleh setiap perusahaan. Karena, ketika melakukan proses pembelian, konsumen akan merasa senang apabila mendapatkan pelayanan yang baik dari perusahaan. Setiap perusahaan atau toko yang melayani dengan menggunakan *system take away* diharapkan memberikan pelayanan dalam segi yang lainnya. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurmalia, (2018) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh tidak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

D. PENUTUP

1. Kesimpulan

Hasil analisis dan pembahasan terhadap penelitian pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Terdapat pengaruh positif dan signifkan antara harga terhadap kepuasan konsumen Roti Gembong Gedhe Kota Yogyakarta.

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Roti Gembong Gedhe Kota Yogyakarta.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Terdapat pengaruh yang tidak positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Roti Gembong Gedhe Kota Yogyakarta.

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

Variabel independent yaitu Harga (X1), Kualitas Produk (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) terdapat pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen (Y) pada Roti Gembong Gedhe Kota Yogyakarta.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan oeleh peneliti sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan Roti Gembong Gedhe Kota Yogyakarta

Perusahaan diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk agar dapat tetap bersaing dengan kompetitor lain karena persaingan antar perusahaan semakin ketat apalagi dalam bidang kuliner sekarang ini, lalu perusahaan juga diharapkan dapat mengevaluasi harga yang dipasarkan dengan daya beli yang dimiliki masyarakat agar dapat menjangkau setiap kalangan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melanjutkan atau menggunakan topik yang sama, sebaiknya menambahkan variabel-variabel lain yang belum ada dalam penelitian lain maupun teori yang dapat mendukung lainnya. Penambahan variabel tersebut berguna untuk menjelaskan faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang belum dapat dijelaskan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Adinugraha, A.T., & Michael, H.S. 2015. Analisis Pengaruh Kualitas Makanan dan Perspesi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di D'Cost Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa. Vol 3, No 2.*

Agus Purwanto, Erwan dan Ratih Sulistyastuti, Dyah. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif* (Edisi 2). Yogyakarta: GAVA MEDIA.

Andi Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 83–101.

Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka cipta

Assauri, Sofjan. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers

Basu Swastha Dharmmesta. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPFE: Yogyakarta

Danang Sunyoto. 2015. S*trategi Pemasaran*. Yogyakarta : Center for Academic Publishing Service (CAPS)

Daryanto. 2013. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran* (cetakan 2). Bandung. Penerbit: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.

Donni Priansa. 2017. *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta

Faizah, Nadia Rizqiyatul dkk. 2013. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran O-Mamamia Steak and Ice Cream Cabang Jati Semarang". Diponegoro *Journal Of Sosial and Politic*. http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/.

Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang

I Wayan Widya Suryadharma dan I Ketut Nurcahya. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Pesona Di Denpasar Timur, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 4

Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: unitomo press

Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent*. PT Raja Grafindo Persada. Depok.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran* Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks

Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1658–1667. https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20411

Moh. Nazir. 2014. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia

Nurmalia, Rima, Zainul Hidayat, and Jesi Irwanto. "Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen:(Studi Kasus Pada Usaha Kuliner Bakso H. Sabar Yosowilangun)." *Proceedings Progress Conference*. Vol. 1. No. 1. 2018.

Pradhana, Adhika. 2015. Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening (Studi Kasus Pada Lunpia Mbak Lien Semarang). Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang

Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis*

Rahman, A., Yuniarti, P., & Aprilia, D. (2020). Analisis Peran Kualitas Pelayanan Karyawan Rumah Makan Terhadap Kepuasan Konsumen PT Setya Kuliner Mandiri Jagakarsa Jakarta Selatan. Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer. Oktari, Rima Nurmalia., Zainul Hidayat,

& Jesi Irwanto, ‘Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen’ Jurnal

Riset Manajemen, vol.2, no.1, diakses 20 Maret 2020, http://jkm.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/view/132

Sangadji, Etta Mamang; Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Andi

Sembiring, Inka Janita. 2014. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Mcdonald’s Mt.Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 15. No.1.

Sugiyono (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet* : Implikasinya pada Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.

Tjiptono, F. (2000). *Perspektif manajemen dan pemasaran kontemporer*. Yogyakarta: Andi, 294.

Tjiptono, F. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik* Edisi 3. Yogyakarta:

Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa* (Prinsip, Penerapan dan Penelitian). Yogyakarta: Andi Offset

Turgay Bucak. 2014. The Effect of Service on Customer Satisfaction: A Research on Hotel Businesses Turkey, Internasional *Journal of Education and Research*, Vol.2, No.1.

Ummu Habibah & Sumiati. (2016). “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura”. JEB17. Vol.1, No.1, HAL 31-