

NASKAH PUBLIKASI
ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI KASUS PADA OLIVE FRIED CHICKEN JL. GLAGAHSARI)



Disusun oleh:

SITI FATIMAH

NIM: 1800011241

Skripsi ini Disusun Untuk Melengkapi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar
Ekonomi

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN YOGYAKARTA
MARET 2023

JOURNAL
ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND
PROMOTION ON CUSTOMER SATISFACTION
(CASE STUDY ON OLIVE FRIED CHICKEN JL. GLAGAHSARI)



Written by:

SITI FATIMAH

NIM: 1800011241

This thesis submitted as a fulfillment of the requirements to attain the Bachelor
Degree of Economic Studies

MANAGEMENT STUDY PROGRAM FACULTY OF ECOOMIC AND
BUSINESS UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN YOGYAKARTA

MARCH 2023

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan studi kasus pada Olive Fried Chicken Jl. Glagahsari. Pada penelitian ini terdapat 4 hipotesis yaitu, H1: Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan studi kasus pada Olive Fried Chicken Jl. Glagahsari H2: Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan studi kasus pada Olive Fried Chicken Jl. Glagahsari, H3: Promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan studi kasus pada Olive Fried Chicken Jl. Glagahsari, H4: Kepuasan Pelanggan Harga dan Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan studi kasus pada Olive Fried Chicken Jl. Glagahsari. Hipotesis ini diuji menggunakan sampel 100 responden dari konsumen Olive Fried Chicken Jl. Glagahsari. Teknik analisis data yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda dengan aplikasi SPSS 27. Hasil penelitian menunjukkan variabel Kualitas Produk, Harga dan Promosi berpengaruh secara positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Penelitian ini dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis.

Kata Kunci : *Kualitas Produk, Harga, Promosi, Kepuasan Pelanggan*

ABSTRAK

This study aims to determine the effect of Product Quality, Price and Promotion on Customer Satisfaction case study on Olive Fried Chicken Jl. Glagahari. In this study there are 4 hypotheses, namely, H1: Product Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction case study on Olive Fried Chicken Jl. Glagahari H2: Price has a positive and significant effect on customer satisfaction case study on Olive Fried Chicken Jl. Glagahari, H3: Promotion has a positive and significant effect on customer satisfaction case study on Olive Fried Chicken Jl. Glagahari, H4: Customer Satisfaction Price and Promotion simultaneously have a significant effect on Customer Satisfaction case study on Olive Fried Chicken Jl. Glagahari. This hypothesis was tested using a sample of 100 respondents from Olive Fried Chicken consumer, Jl.Glagahari. The data analysis technique used is Multiple Linear Regression with the SPSS 27 application. The results show that the variables of Product Quality, Price and Promotion have a positive effect on Customer Satisfaction. This research can provide theoretical and practical benefits..

Keywords: *Product Quality, Price, Promotion, Customer Satisfaction*

1) PENDAHULUAN

Bisnis kuliner menempati urutan pertama sebagai bidang wirausaha yang paling diminati sebab makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok setiap individu yang dibutuhkan setiap hari (kebutuhan primer) (Lestari dan Soesanto 2017). Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, banyak cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan. Salah satu yang dirasakan paling penting adalah memahami Kepuasan Pelanggan, selain itu perusahaan juga harus mengetahui karakteristik konsumen secara umum.

Kepuasan Pelanggan merupakan suatu evaluasi beli, jika Kepuasan Pelanggan tercapai maka akan timbul loyalitas dari pelanggan, oleh karena itu Kepuasan Pelanggan merupakan hal yang penting bagi perusahaan. Salah satu cara agar Kepuasan Pelanggan tercapai yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dari perusahaan itu sendiri. Kualitas pelayanan dan Kepuasan Pelanggan adalah elemen penting yang harus dipertanggungjawabkan demi meningkatkan tujuan perusahaan (Ismail et, al., 2006)

Aryani dan Rosinta, (2011) banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya Kepuasan Pelanggan yang tinggi, yakni dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap Harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang

diakibatkanoleh meningkatkan jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis.

Kotler dan Keller, (2009:143) mendefisikan bahwa kualitas produk adalah produk atau layanan yang telah memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Kualitas Produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang disebabkan oleh konsumen yang dibayar untuk mempertahankan loyalitas terhadap produk yang telah mereka beli dan membuat konsumen puas sesuai dengan harapan mereka . Rahayu dan Haryanto, (2017) mengatakan dalam penelitian mereka bahwa ada korelasi yang kuat antara Kualitas Produk dan keputusan pembelian di jurnal asuransi. Hasil penelitian ini juga didukung oleh Sejati dan Yahya, (2016) dalam judul Dampak Kualitas Produk, kualitas produk dan keputusan pembelian di Starbucks dan hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk, kualitas layanan dan variabel Harga memiliki pengaruh yang signifikan dan positif pada keputusan pembelian.

Kepuasan Pelanggan menjadi salah satu karakter penting yang harus menjadi fokus manajer. Perusahaan keunggulan kompetitif memuaskan klien lebih baik dari pada saingannya, melampaui kebutuhan konsumen, dan menyingkirkan yang lebih baik dari pesaingnya. Kepuasan Pelanggan dihasilkan dari evaluasi subjektif bahwa pilihan yang dipilih toko sesuai atau melebihi harapan. Kepuasan Pelanggan digunakan mengukur bagaimana produk atau jasa memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

Kepuasan hanya dapat dipenuhi ketika kinerja yang dihasilkan oleh perusahaan melebihi harapan pelanggan. Dalam konteks, berbagai penulis dan peneliti telah menekankan pentingnya Kepuasan Pelanggan serta ketidakpuasan terkait dengan pencapaian keberhasilan perusahaan dan timbulnya kegagalan dalam aspek pemenuhan harapan, baik dari pelanggan maupun perusahaan. Kepuasan Pelanggan juga merupakan suasana hati/sikap klien terhadap suatu produk / layanan setelah digunakan. Kepuasan Pelanggan adalah hasil yang signifikan dari aktivitas pemasaran bertindak sebagai hubungan antara berbagai langkah pembelian Philip dan Kotler, (2016)

Kepuasan konsumen hingga saat ini menjadi bagian dari tujuan sebagian besar perusahaan. Selain untuk memperoleh laba atau keuntungan yang sebesar-besarnya sekaligus agar perusahaan maupun pelaku usaha mampu menghadapi persaingan yang semakin ketat demi menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Kualitas Produk erat kaitannya dengan kepuasan konsumen, untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen perlu terlebih dahulu mengetahui Kualitas Produk yang diberikan produsen kepada konsumennya. Kepuasan konsumen akan timbul setelah seseorang mengalami pengalaman dengan Kualitas Produk yang diberikan oleh pihak pebisnis (Tirtayasa, et al., 2021).

Kepuasan Pelanggan dapat dirasakan dari beberapa hasil produk yang berkualitas. Hasil pengujian hipotesis mengartikan bahwa semakin tinggi Kualitas Produk maka semakin tinggi juga Kepuasan Pelanggan, sehingga

variabel Kualitas Produk memiliki peran yang cukup besar dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Kemudian hasil penelitian ini menunjukkan bahwa indikator yang digunakan pada variabel Kualitas Produk meliputi reliabilitas, kesesuaian dengan spesifikasi, dan daya tahan memiliki kontribusi yang besar untuk mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Mahira, et al., 2021).

Harga adalah sesuatu yang harus dikorbankan untuk mencocokkan jenis produk atau layanan tertentu dengan konsepsi kognitif konsumen. Persepsi Harga sangat mempengaruhi konsumen dalam membayar produk atau layanan. Secara umum, seseorang akan menganggap Harga yang lebih rendah sebagai produk yang lebih rendah dan kualitas pelayanan, dan sebaliknya. Harga berfungsi sebagai indikator tingkat kualitas, dan itu dianggap setara ketika setara dengan kualitas yang menyertainya. Dengan demikian, beberapa peneliti berpendapat Harga, Kualitas Produk, dan kualitas layanan dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Ini berarti Harga terjangkau dan layak kualitas dan pelayanan, yang menghasilkan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dalam aktivitas sehari-hari mereka, ada peluang besar bahwa konsumen akan membeli kembali dan bahkan membuat rekomendasi kepada orang lain tentang produk dan kualitas layanan, serta kepuasan, jika mereka merasa bahwa Harga produk sesuai keinginan konsumen (Albari dan Kartikasari, 2019).

Promosi merupakan penyajian informasi non personal tentang suatu produk, merk, perusahaan yang dilakukan dengan bayaran tertentu.

Promosi merupakan sebuah kegiatan yang dapat meningkatkan Kepuasan Pelanggan dalam membeli sebuah produk. Seperti pada jurnal sebelumnya Promosi merupakan kekuatan utama sebuah produk dalam mengenalkan produk-produk terbaru dan juga sebagai indikator menjaga Kepuasan konsumen agar tetap setia pada produk tersebut. Promosi selain dengan penyampaian informasi perhari melalui aplikasi, alangkah baiknya jika dibuat juga program Promosi bagi konsumen yang potensial sebagai konsumen yang loyal, berdasarkan data pemakaian dan penilaian konsumen tersebut agar terjalinnya hubungan yang baik antara konsumen dan produk/jasa (Kurniawan dan Hildayanati, 2019).

Kepuasan konsumen bisa dicapai dengan memberikan sebuah pemasaran ataupun Promosi yang menarik dan menjanjikan terhadap produk yang dipasarkan. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Artinya, semakin banyak Promosi menarik yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap produk skincare merek Wardah. Begitu pula sebaliknya, semakin sedikit dan semakin tidak menarik Promosi yang ditawarkan, maka semakin rendah tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap sebuah brand yang diterima (Arumdani, et al., 2021).

Makanan cepat saji lokal yang berada di Indonesia, khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta contohnya Olive Fried Chicken. Olive Fried Chicken berdiri tahun 2012, gerai makanan ini hadir dalam rangka memenuhi kebutuhan pemenuhan konsumsi makanan masyarakat

Yogyakarta. Olive Fried Chicken merupakan gerai makan yang menyediakan makan cepat saji (*fast food*) yang berupa nasi ayam dan soft drink, dan Harganya juga terjangkau bagi kalangan pelajar. Keberadaan makanan cepat saji lokal dirasakan sangat akrab dengan mahasiswa dan mahasiswi Yogyakarta. Rasa yang enak dan Harga yang murah kiranya bisa menjadi alasan utama mengapa makanan cepat saji lokal disenangi oleh masyarakat khususnya mahasiswa dan mahasiswi yang berdomisili di Yogyakarta. Penjualan Olive Fried Chicken ini terus meningkat dari tahun 2016, hingga saat ini Olive Fried Chicken memiliki 50 lebih cabang di kota Yogyakarta salah satunya yang berada di Jl. Glagahsari merupakan cabang yang ke 26.

Olive Fried Chicken Jl. Glagahsari mulai beroperasi usaha mulai tanggal 2 September 2019. Dengan Kunardi Sastrawijaya sebagai manajer di Olive Fried Chicken cabang Jl. Glagahsari. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan kepuasan pembelian. Lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen dan dekat dengan keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk menentukan usaha.

Tabel 1.1
Data penilain tempat makan produk ayam Jl. Glagahsari

NO	NAMA TEMPAT	BINTANG
1	Rocket Chicken	4.3
2	Olive Glagahsari	4.4

3	Olive Fried Chicken Glagah Sari	4.7
4	Nasi ayam Betutu dan Nasi Jinggo	4.6

Sumber ; google maps

Berdasarkan tabel data penilaian Kepuasan Pelanggan terhadap tempat makan yang menyajikan ayam sebagai salah satu produk unggulan di Jl. Glagahsari , Rocket chicken mendapat nilai terendah dan Olive fried chicken mendapat nilai tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat sesuatu yang menarik di Olive Fried Chicken sehingga mampu mendapat penilaian tertinggi di google maps dan juga Olive sampai membuka dua cabang di satu tempat yang berdekatan menunjukkan ketertarikan pelanggan sangat tinggi.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan (studi kasus pada Olive Fried Chicken Jl.Glagahsari).

2) METODE PENELITIAN

Jenis data penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Sumber data pada penelitian ini menggunakan data primer. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang didapat langsung dari lapangan (Sugiyono, 2015: 10).. Sumber data penelitian ini adalah seluruh pegawai Permata Minang Group.

3) HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian nilai uji t (parsial) pada tabel 4.9 variabel Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini ditunjukkan berdasarkan hasil *output SPSS 27* dengan nilai $t_{hitung} 4.904 > t_{tabel} 1,985$ dan nilai signifikansi (sig) $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X_1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan kata lain H_1 diterima. Artinya semakin baik Kualitas Produk maka Kepuasan Pelanggan semakin meningkat, hal itu tentunya akan membuat dampak baik juga bagi sebuah perusahaan. Penelitian ini di perkuat oleh penelitian Dahliani dan Ahwal, Roh, (2021) yang menyebutkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian nilai uji t (parsial) pada tabel 4.9 variabel Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini ditunjukkan berdasarkan hasil *output SPSS 27* dengan nilai $t_{hitung} 3.819 > t_{tabel} 1,985$ dan nilai signifikansi (sig) $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Harga (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan kata lain H_1 diterima. Artinya bahwa Harga juga akan mempengaruhi sebuah Kepuasan Pelanggan, jika Harga suatu produk yang ditawarkan suatu

perusahaan tidak sesuai dengan produknya, maka Kepuasan Pelanggan juga tidak akan tercapai. Penelitian ini di perkuat oleh penelitian Hamdun dan Romadhani, (2019) yang menyebutkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

3. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian nilai uji t (parsial) pada tabel 4.9 variabel Promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini ditunjukkan berdasarkan hasil *output SPSS 27* dengan nilai $t_{hitung} 2.682 > t_{tabel} 1,985$ dan nilai signifikansi (sig) $0,009 < 0,05$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Promosi (X_3) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dengan kata lain H_1 diterima. Artinya bahwa Promosi yang dilakukan suatu perusahaan akan sangat berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Karena Promosi juga sebagai ajang untuk memperkenalkan sebuah produk dan untuk mengambil hati pelanggan agar mereka dapat kembali lagi untuk membeli produk pada perusahaan tersebut. Penelitian ini di perkuat oleh penelitian Hamdun dan Romadhani, (2019) yang menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

4. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian nilai uji f (simultan) pada tabel 4.10 variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dan Promosi (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini ditunjukkan berdasarkan hasil *output SPSS 27* dengan nilai $f_{hitung} 33.610 > f_{tabel} 2.698$ dan

nilai signifikansi (sig) $0,000 < 0,005$. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dan Promosi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan kata lain H_4 diterima. Penelitian ini di perkuat oleh penelitian Dahliani dan Ahwal, Roh, (2021) yang menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Harga, lokasi, dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

4) PENUTUP

1. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Olive Fried Chicken Jl. Glagahsari)” sebagai berikut :

- 1) Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Olive Fried Chicken Jl. Glagahsari
- 2) Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Olive Fried Chicken Jl. Glagahsari
- 3) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Olive Fried Chicken Jl. Glagahsari
- 4) Kualitas Produk, Harga dan Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Olive Fried Chicken Jl. Glagahsari.

2. Saran

1) Bagi Olive Fried Chiken Jl. Glagahsari

Olive Fried Chiken Jl. Glagahsari harus mempertahankan Kualitas Produk, Harga dan Promosi yang sudah berjalan dengan baik, kemudian hal tersebut harus ditingkatkan lagi penerapannya oleh Olive Fried Chicken Jl. Glagahsari agar Kepuasan Pelanggan semakin meningkat. Mengingat persaingan produk sejenis di wilayah tersebut sangat banyak menjadikan pelanggan sangat mungkin berpindah ke pesaing disebabkan ketidakpuasan. Karena sebagian besar konsumen tertarik dengan menu paket teh serta rasa original sehingga olive fried chicken harus mempertimbangkan inovasi menu dan rasa agar konsumen tidak bosan.

2) Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka penulis memiliki saran untuk penelitian selanjutnya yaitu diharapkan untuk mengkaji kembali dalam melakukan penelitian dengan menambahkan jumlah variabel lain, tempat penelitian, dan jumlah responden yang berhubungan dengan Kepuasan Pelanggan agar lebih kompleks.

DAFTAR PUSTAKA

- Agussalim, Stephaldi Otto, and Arazzi Bin Hassan Jan. 2018. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Transportasi Online Go-Jek Di Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 6(4): 2318–27.
- Albari, Albari, and A Kartikasari. 2019. "The Influence of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Satisfaction and Loyalty." *Asian Journal of Entrepreneurship and Family Business* 3(1): 49–64.
- Ali Hasan. 2008. *Marketing*. Yogyakarta: MedPress (Anggota IKAPI).
- Argasha, Denis Volindo, and Giarti Slamet. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Smartphone Asus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Surakarta." *Surakarta Management Journal* 2(1): 40–49.
- Arumdani, Nur Wahyu, Ryna Parlyna, and Basrah Saidani. 2021. "The Influence Of Product Quality, Price, Sales Promotion On Customer Satisfaction In Skincare Product." *International Journal of Current Economics & Business Ventures* 1(2).
- Aryani, Dwi., and Febriana Rosinta. 2011. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan." 17(2).
- Astuty, Rini. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Super Indo Yogyakarta." Universitas Ahmad Dahlan.
- Dahlioni, Yani, and Rohmat Hasanul Ahwal. 2021. "Kajian Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Gieselin Food Sukser Makmur Di Jember." *Jurnal Inovasi Penelitian* 2(1).
- Darma, Budi. 2021. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Jakarta: Guepedia.
- Delima, Ade., Hajar Mareti. Ashary, and Osly. Usman. 2019. "Influence Of Service Quality, Product Quality, Price, Brand Image, and Promotion To Consumer Satisfaction Affecting On Consumer Loyalty (Online Shop)." *Journal Economics*: 1–15.
- Fendya, Wimona Talitha, and Setya Chendra Wibawa. 2018. "Pengembangan Sistem Kuesioner Daring Dengan Metode Weight Product Untuk Mengetahui Kepuasan Pendidikan Komputer Pada Lpk Cyber Computer." *Jurnal Information Technology and Education*: 45–53.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gulliando, Diego. 2019. "The Effect of Product Quality , Price and Promotion on the Purchase Decision of Telkomsel Service Products." *International Journal of Innovative Science and Research Technology* 4(9).
- Hakim, Riko Al, Ika Mustika, and Wiwin Yuliani. 2021. "Validitas Dan Reliabilitas Angket Motivasi Berprestasi,." *Fokus* 4(4): 263–68.
- Halim, Nico Rifanto., and Donant Alananto. Iskandar. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Persaingan Terhadap Minat Beli." *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 4(3): 415–24.

- Hamdun, Edy Kusnadi, and Denok Ariestya Romadhani. 2019. "Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Roti Fatimah Bakery Di Situbondo." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Growth* 14(2): 31–48.
- Herlambang, Susatyo. 2014. "Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran." *Yogyakarta: Gosyen Publishing*.
- Ismail, Ishak, Hasnah Haron, Daing Nasir Ibrahim, and Salmi Mohd Isa. 2006. "Service Quality, Client Satisfaction And Loyalty Towards Audit Firms: Perceptions Of Malaysian Public Listed Companies." *Managerial auditing journal* 21(7): 738–56.
- Istanti, Enny, Ruchan Sanusi, and G S Daengs. 2020. "Impacts of Price, Promotion and Go Food Consumer Satisfaction in Faculty of Economic and Business Students of Bhayangkara University Surabaya." *Ekspektra: Jurnal Bisnis dan Manajemen* 4(02): 104–20.
- Khairusy, Mirza Abdi., and Reni Febriani. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Manajemen Bisnis BAJA (JUMANIS BAJA)*: 1–12.
- Kotler, Philip., and Gary. Armstrong. 2010. *Principle of Marketing*. 13th ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip., and Gary Armstrong. 2001. *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. 2nd ed. Jakarta: Airlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Managemen*. 15th Editi. Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. 2008. 1 *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2009a. "Manajemen Pemasaran, Terjemahan: Bob Sabran." *MM. EdisiKetigaBelas*. Jakarta: Erlangga.
- . 2009b. *Manajemen Pemasaran*. 12th ed. Jakarta: PT Indeks.
- Kurniawan, Muhammad., and Siti Komariah. Hildayanati. 2019. "Analisis Citra Merek, Harga, Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kota Palembang (Studi Kasus Konsumen Grab)." *Jurnal Ecoment Global* 4.
- Lenaini, Ika. 2021. "Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling." *Jurnal Historis* 6(1): 33–39.
- Lestari, Yessi, and Harry Soesanto. 2017. "Pengaruh Atmosfer Kafe, Daya Tarik Promosi, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citramerek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Kafe Blackbone Coffee Banyumanik, Semarang)." *Diponegoro Journal ofmanagement* 4: 1–12.
- Lin, Yu, Biwei Liang, and Xuechang Zhu. 2018. "The Effect Of Inventory Performance On Product Quality: The Mediating Effect Of Financial Performance." *International Journal of Quality and Reliability Management*.
- M Imam, Fauzi. 2023. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengguna Honda Beat Pada Mahasiswa Angkatan 2020 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unila Bandar Lampung." Universitas Lampung.
- Mahira., Prasetyo. Hadi, and Heni. Nasiti. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome." *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Akuntansi* 2(1): 1267–83.
- Ningsih, Setia, and Hendra Dukalang. 2019. "Penerapan Metode Suksesif Interval Pada Analisis Regresi Linier Berganda." *Jambura Journal of Mathematics* 1: 43–53.
- Noor, Juliansyah. 2016. *Metodelogi Penelitian*. ed. Kencana Prenada Media Group

- Panjika 2000. Jakarta: Alfabeta.
- Nugroho, Rizma. 2018. "Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Taksi Online Go-Car Di Kota Solo." Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Padilah, Tesa Nur, and Riza Ibnu Adam. 2019. "Analisis Regresi Linier Berganda Dalam Estimasi Produktivitas Tanaman Padi Di Kabupaten Karawang." *Jurnal Pendidikan Matematika dan Matematika*: 117–28.
- Pramudita, Tegar, Nico Felix Gunawan, Martanti Cahya Ningsih, and Rana Adilah. 2022. "Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan : Harga Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran)." *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial* 3(1): 424–36.
- Pranatawijaya, Viktor Handrianus, Widiatry, Ressa Priskila, and Putu Bagus Adidyana Anugrah Putra. 2019. "Pengembangan Aplikasi Kuesioner Survey Berbasis Web Menggunakan Skala Likert Dan Guttman." 5(November): 128–37.
- Prastiwi, Francisca Triyana Resti, Christina Sri Ratnaningsih, Irary Windhyastiti, and Umu Khouruh. 2020. "Analisis Pengaruh Tren Budaya, Brand Ambassador Dan Harga Terhadap Purchase Intention." *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 7(1): 58.
- Putri, Nurul Amalia, and Diyan Lestari. 2019. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Tenaga Kerja Muda Di Jakarta." *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan* 1(1): 31–42.
- Rahayu, Suharni, and Joko Haryanto. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Majalah Media Asuransi." *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 1(1): 64–76.
- Rohaeni, Heni, and Nisa Marwa. 2018. "Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan." 2(2): 312–18.
- Sejati, Bayu Sutrisna Aria, and Yahya Yahya. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 5(3).
- Setyaleksana, Bony Yosua., Suharyomo., and Edy. Yulianto. 2017. "Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Grapari Telkomsel Di Kota Malang)." *Jurnal Administari Bisnis SI Universitas Brawijaya* 46(1).
- Sianipar, Gloria J M. 2019. "Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan GrabBike Di Kota Medan)." *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 19: 183–96.
- Siregar, Nurafrina. 2018. "Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Kampoeng Deli Medan." *Jumant* 8(2): 87–96.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- . 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Yogyakarta: Penerbit Bandung.
- . 2017. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, cv.
- Sulistiani, Ira. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Air Minum Dalam Kemasan Aqua (Studi Pada Paguyuban Pasundan Nganjuk)."
- Suratni, Ni Luh Saras, and Ni Made Dwi Ariani Mayasari. 2021. "Pengaruh Promosi Dan Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Layanan Grab-Food Pada Aplikasi Grab Di Singaraja." 13(1).

- Tesar, Muhammad, and Heru Suprihadi. 2022. "Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Promosi, Terhadap Kepuasan Pelanggan Layanan Gojek Di Surabaya." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 11(5).
- Tirtayasa, Satria, Anggita Putri Lubis, and Hazmanan Khair. 2021. "Keputusan Pembelian : Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen." 5(1): 67–86.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. 4th ed. Yogyakarta: Andi.
- . 2017. *Strategi Pemasaran*. 4th ed. ed. Andi. Yogyakarta.
- Volkmar, Gioia, Peter M. Fischer, and Sven Reinecke. 2022. "Artificial Intelligence and Machine Learning: Exploring Drivers, Barriers, and Future Developments in Marketing Management." *Journal of Business Research* 149(March): 599–614.
- Wahyuno, Cahyo. 2013. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Hotel Anugerah Glagah Indah Temon Kulon Progo Yogyakarta." *Skripsi Tidak Diterbitkan*.
- Wibowo, Pudjo. 2018. "Efektif." *Jurnal Bisnis dan Ekonomi* 9(1): 28.
- Yanuar, Masnia Mahardi, Nurul Qomariah, and Budi Santoso. 2017. "Dampak Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Optik Marlin Cabang Jember." 3(1): 61–80.
- Yusuf, A. Muri. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group.