



## PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT PAVA MANDIRI MAKMUR TANGERANG SELATAN

<sup>1</sup>Cornelia Dumarya Manik, <sup>2</sup>Yosef Andreas Simatupang

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[1\\*cornelia00720@unpam.ac.id](mailto:cornelia00720@unpam.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PT Pava Mandiri Makmur Tangerang Selatan. Adapun sampel penelitian sebanyak 124 responden dengan menggunakan teknik Simple Random Sampling (Probability Sampling) dan teknik Sampling Kuota (Non-Probability Sampling). Analisis dalam penelitian ini menggunakan program software SPSS (Statistical Package for Social Science) versi 26.0. Metode penelitian yang digunakan jenis penelitian kuantitatif melalui pendekatan deskriptif. Hasil secara parsial pada variabel Harga (X1) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen secara parsial, dilihat dari hasil uji t (uji parsial) yang menunjukkan nilai thitung > ttabel dan signifikan < 0,05, yaitu; 11,213 > 1,997 dan nilai signifikan < 0,05 yaitu; 0,025 < 0,05. Hasil secara parsial pada variabel Kualitas Produk (X2) menunjukkan terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen secara parsial, yang menunjukkan nilai thitung > ttabel dan signifikan < 0,05 yaitu; 20,339 > 1,997 dan nilai signifikan < 0,05 yaitu; 0,000 < 0,05. Hasil secara simultan variabel Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) menunjukkan terdapat harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen secara simultan, yang dilihat dari hasil uji F (uji simultan) yang menunjukkan nilai Fhitung > Ftabel dan signifikan < 0,05 yaitu; 208,401 > 2,68 dan nilai signifikan < 0,05 yaitu; 0,000 < 0,05. Berdasarkan hasil uji determinasi menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,771 atau 77,1%. Hal ini berarti, variabel Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) mampu menjelaskan besaran pengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsuen (Y) sebesar 77,1% sedangkan sisanya sebesar 22,9% dipengaruhi oleh variabel lain.

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

### Abstract

*This study aims to determine the effect of product price and product quality on customer satisfaction at PT Pava Mandiri Makmur Tangerang Selatan. The research sample consisted of 124 respondents using the Simple Random Sampling technique (Probability Sampling) and the Quota Sampling technique (Non-Probability Sampling). The analysis in this study used the SPSS (Statistical Package for Social Science) software version 26.0. The research method used is quantitative research through a descriptive approach. Partial results on the price variable (X1) show that there is a partial effect of product prices on customer satisfaction, seen from the results of the t test (partial test) which shows the value of tcount > ttable and significant <0.05, namely; 11.213 > 1.997 and a significant value <0.05 namely; 0.025 <0.05. The partial results on the Product Quality variable (X2) show that there is a partial effect of product quality on customer satisfaction, which shows the value of tcount > ttable and significant <0.05, namely; 20.339 > 1.997 and a significant value <0.05 namely; 0.000 < 0.05. The simultaneous results of the price (X1) and product quality (X2) variables show that there are product prices and product quality on consumer satisfaction simultaneously, as seen from the results of the F test (simultaneous test) which shows the value of Fcount > Ftable and significant <0.05 that is; 208.401 > 2.68 and a significant value <0.05 namely; 0.000 < 0.05. Based on the results of the determination test, the Adjusted R Square value is 0.771 or 77.1%. This means that the variable Price (X1) and Product Quality (X2) can explain the magnitude of the influence on the Consumer Satisfaction variable (Y) of 77.1% while the remaining 22.9% is influenced by other variables.*

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

## **PENDAHULUAN**

Kesejahteraan masyarakat menjadi tolak ukur dalam menilai pertumbuhan ekonomi di suatu negara. Pertumbuhan ekonomi merupakan peningkatan nilai serta jumlah produksi barang dan jasa yang dihitung suatu negara dalam suatu kurun waktu tertentu berdasarkan kepada beberapa indikator, misalnya saja naiknya pendapatan nasional, pendapatan perkapita, jumlah tenaga kerja yang lebih besar dari jumlah pengangguran, serta berkurangnya tingkat kemiskinan. Pertumbuhan ekonomi juga dapat diartikan sebagai proses perubahan yang secara berkesinambungan menuju kondisi yang lebih baik dalam kondisi perekonomian suatu negara. Ekonomi suatu negara sendiri dapat dikatakan bertumbuh jika kegiatan ekonomi masyarakatnya berdampak langsung kepada kenaikan produksi barang dan jasanya.

Kenaikan produksi barang dan jasa dalam suatu perekonomian akan menciptakan penawaran di masyarakat. Para pelaku bisnis atau usaha terus berupaya untuk memutar roda ekonomi dengan membuka bisnis-bisnis yang potensial serta menguntungkan.

Perekonomian masyarakat saat ini, pasca pandemi COVID-19 mengarah pada pertumbuhan yang positif. Dimana dunia usaha mulai bergerak dan berupaya mengerahkan segala sumber daya yang dimiliki untuk mendapatkan *profit*/keuntungan yang ditargetkan.

Perekonomian di Indonesia saat ini kian berkembang dan menuju ke arah yang lebih baik. Hal ini dapat dilihat dengan berkembang pesatnya dunia bisnis, dimana semakin banyak pelaku bisnis atau usaha menanamkan modal yang dimilikinya dengan membuka berbagai macam bisnis yang potensial serta mengembangkan bisnis yang telah berdiri. Dengan semakin banyaknya pelaku bisnis di masyarakat, maka akan terjadi perputaran ekonomi yang cepat.

### **1. Uji Normalitas**

Uji normalitas berguna untuk menguji apakah model regresi dalam penelitian ini memiliki residual yang berdistribusi normal atau tidak. Indikator model regresi yang baik adalah

Perputaran ekonomi yang cepat dan positif akan menciptakan pertumbuhan ekonomi yang baik sehingga tingkat kesejahteraan masyarakat meningkat pula. Faktor tersebut merupakan faktor investasi dalam negeri yang dilakukan oleh masyarakat dalam upaya menciptakan pertumbuhan ekonomi.

Walapun tidak semua bidang bisnis atau usaha mengalami perbaikan atau pertumbuhan ekonomi namun dapat dikatakan ekonomi menuju ke arah yang membaik atau positif. Tantangan demi tantangan dihadapi oleh setiap pelaku bisnis. Apapun bidang bisnis yang dijalankan, pelaku bisnis menghadapi tantangan yang berbeda dan kian kompleks. Banyaknya kompetitor yang bermain dibidang bisnis yang sama menjadikan setiap perusahaan terus melakukan inovasi dan meningkatkan kreativitas dalam menggaet konsumen untuk memberi produk barang atau jasa yang dijual. Berbagai macam strategi juga dijalankan demi tujuan perusahaan berupa pertumbuhan perusahaan.

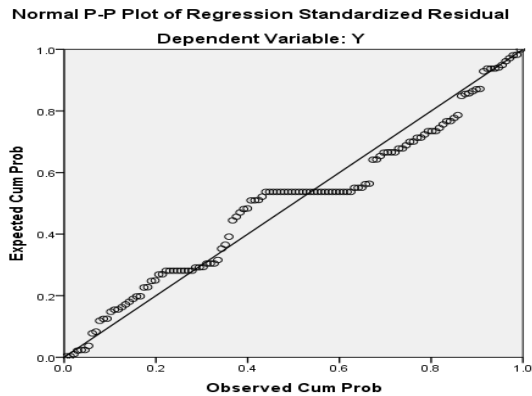
## **METODE**

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian dengan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:23) metode kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Kuantitatif yang dimaksud yaitu jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari hipotesis yang telah ditentukan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

memiliki data terdistribusi normal. Mendeteksi apakah data terdistribusi normal atau tidak juga dapat dilakukan dengan metode yang lebih handal yaitu dengan melihat *Normal Probability Plot*. Model regresi yang baik ialah data

berdistribusi normal, yaitu dengan mendeteksi dan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diaogonal grafik.

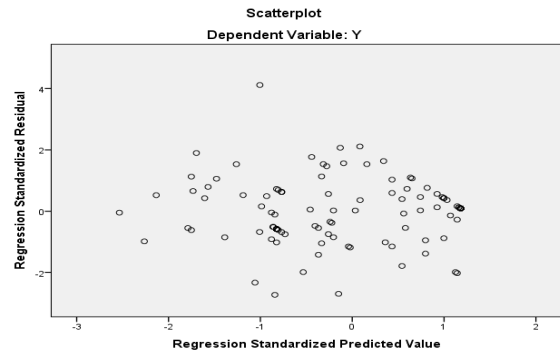


Gambar 1. Hasil Uji Normalitas (*Charts Normal P -P Plot*)

Berdasarkan pada hasil uji normalitas yang dapat dilihat dari gambar *Charts Normal P -P Plot Regression Standardized Residual* menunjukkan sebaran titik-titik relatif mendekati garis lurus diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa **data residual terdistribusi normal**.

#### 1) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode scatter plot dengan memlotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan ZPESID (nilai residualnya). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul di tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit. Tahap analisis pada uji heteroskedastisitas yaitu dengan membaca penyebaran titik-titik pada *Charts Scatterplot* hasil dari perhitungan statistik.



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas (*Charts Scatterplot*)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa sebaran titik-titik pada *Chart Scatterplot* mengumpul di area tengah, menyempit kemudian menyebar dengan membentuk alur atau pola tertentu pada grafik, sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini, **tidak terjadi heteroskedastisitas**.

#### Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui perhitungan statistik dan analisis dari setiap uji, menjelaskan bahwa terdapat keterikatan atau terdapat hubungan antara pada variabel Kepuasan Konsumen (Y) dapat dijelaskan oleh variabel Harga ( $X_1$ ) dan variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ).

##### 1. Harga ( $X_1$ )

Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada PT Pava Mandiri Makmur Tangerang Selatan secara parsial. Berdasarkan hasil uji t (uji parsial) yang menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan signifikan  $< 0,05$  yaitu;  $11,213 > 1,997$  dan nilai signifikan  $< 0,05$  yaitu;  $0,025 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti hipotesis yang sesuai adalah hipotesis  $H_a$ :  $\rho \neq 0$  Diduga terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada PT Pava Mandiri Makmur Tangerang Selatan secara parsial.

Dilihat dari hasil uji regresi linear berganda menghasilkan persamaan regresi, yaitu; konstanta  $Y = 7,501 + 0,078X_1 + 0,768X_2 + 0,05e$ . Maka dapat

diartikan bahwa nilai koefisien  $X_1 = 0,078$  yang menunjukkan nilai positif. Berarti adanya perubahan yang searah, dimana jika Harga ( $X_1$ ) meningkat sebesar satu satuan maka Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) juga akan meningkat dengan koefisien regresi sebesar 0,078 dan jika Harga ( $X_1$ ) menurun satu satuan maka Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) juga akan menurun dengan koefisien regresi yang sama. Dilihat dari hasil uji koefisien korelasi variable Harga ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) didapat nilai koefisien korelasi ( $R$ ) sebesar 0,712. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh hubungan yang "Kuat" antara variabel Harga Terhadap Kepuasan Konsumen, dikarenakan nilai koefisien korelasi ( $R$ ) berada pada nilai interval 0,60 - 0,799.

Penelitian terdahulu yang dapat mendukung dari penelitian yang dilakukan ini, yaitu pada jurnal penelitian yang ditulis oleh Suna Wicaksono dan Linda Kusuma pada tahun 2021 dengan judul penelitian "Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan OTO Car Wash". Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pencucian mobil di OTO Car Wash.

## 2. Kualitas Produk ( $X_2$ )

Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PT Pava Mandiri Makmur Tangerang Selatan secara parsial. Berdasarkan hasil uji  $t$  (uji parsial) yang menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan signifikan  $< 0,05$  yaitu;  $20,339 > 1,997$  dan nilai signifikan  $< 0,05$  yaitu;  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan  $H_02$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima, yang berarti hipotesis yang sesuai adalah hipotesis  $H_{a2}$ :  $\rho \neq 0$  Diduga terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PT Pava Mandiri Makmur Tangerang Selatan secara parsial.

Dilihat dari hasil uji regresi linear berganda menghasilkan persamaan regresi, yaitu; konstanta  $Y = 7,501 +$

$0,078X_1 + 0,768X_2 + 0,05e$ . Maka dapat diartikan bahwa nilai koefisien  $X_2 = 0,664$  yang menunjukkan nilai positif. Berarti adanya perubahan yang searah, dimana jika Kualitas Produk ( $X_2$ ) meningkat sebesar satu satuan maka Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) juga akan meningkat dengan koefisien regresi sebesar 0,664 dan jika Kualitas Produk ( $X_2$ ) menurun satu satuan maka Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) juga akan menurun dengan koefisien regresi yang sama. Dilihat dari hasil uji koefisien korelasi variable Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) didapat nilai koefisien korelasi ( $R$ ) sebesar 0,879. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh hubungan yang "Kuat" antara variabel Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen, dikarenakan nilai koefisien korelasi ( $R$ ) berada pada nilai interval 0,80 - 1,000.

Penelitian terdahulu yang dapat mendukung dari penelitian yang dilakukan ini, yaitu pada jurnal penelitian yang ditulis oleh Muhammad Syahendra Riswan, Handojo Djoko Waloejo & Sari Lisyorini pada tahun 2022 dengan judul penelitian "Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Smartphone Merek Iphone Apple Di Kota Semarang". Hasil penelitian pada variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen.

## 3. Kepuasan Konsumen ( $Y$ )

Terdapat pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PT Pava Mandiri Makmur Tangerang Selatan secara simultan. Berdasarkan hasil uji  $F$  (uji simultan) yang menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan signifikan  $< 0,05$  yaitu;  $208,401 > 2,68$  dan nilai signifikan  $< 0,05$  yaitu;  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan  $H_03$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima, yang berarti hipotesis yang sesuai adalah hipotesis  $H_{a1}$ :  $\rho \neq 0$  Diduga terdapat pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

pada PT Pava Mandiri Makmur Tangerang Selatan secara simultan.

Dilihat dari hasil uji regresi linear berganda menghasilkan persamaan regresi, yaitu; konstanta  $Y = 7,501 + 0,078X_1 + 0,768X_2 + 0,05e$ . Maka dapat diartikan bahwa nilai konstanta  $Y = 7,501$  yang menunjukkan nilai positif. Berarti menunjukkan terjadi perubahan yang searah, dimana jika Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) tidak berubah atau bersifat tetap atau nilai 0 (nol) maka Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) nilainya akan tetap dan bersifat positif.

Dilihat dari hasil uji koefisien korelasi variable Harga dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) didapat nilai koefisien korelasi ( $R$ ) sebesar 0,880. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh hubungan yang "Kuat" antara variabel Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen, dikarenakan nilai koefisien korelasi ( $R$ ) berada pada nilai interval 0,80 - 1,000. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi variabel Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,771 atau 77,1%. Hal ini berarti, variabel Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) mampu menjelaskan besaran pengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsuen ( $Y$ ) sebesar 77,1% sedangkan sisanya sebesar 22,9% dipengaruhi oleh variabel lain.

Penelitian terdahulu yang dapat mendukung dari penelitian yang dilakukan ini, yaitu pada jurnal penelitian yang ditulis oleh Raissa Aprita Nur Maharani & Iskandar Ali Alam pada tahun 2022 dengan judul penelitian "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumenselama Pandemi Covid-19 Pada Kebab Salahuddin". Dari hasil penelitian didapati bahwasannya Kualitas produk dan Harga secara bersama-sama memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen pada Kebab Salahuddin Bandar Lampung, terbukti dan dapat diterima kebenarannya.

## **PENUTUP**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada PT Pava Mandiri Makmur Tangerang Selatan secara parsial. Berdasarkan hasil uji t (uji parsial) yang menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan signifikan  $< 0,05$  yaitu;  $11,213 > 1,997$  dan nilai signifikan  $< 0,05$  yaitu;  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima.
2. Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PT Pava Mandiri Makmur Tangerang Selatan secara parsial. Berdasarkan hasil uji t (uji parsial) yang menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan signifikan  $< 0,05$  yaitu;  $20,339 > 1,997$  dan nilai signifikan  $< 0,05$  yaitu;  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima.
3. Terdapat pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PT Pava Mandiri Makmur Tangerang Selatan secara simultan. Berdasarkan hasil uji F (uji simultan) yang menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan signifikan  $< 0,05$  yaitu;  $208,401 > 2,68$  dan nilai signifikan  $< 0,05$  yaitu;  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,771 atau 77,1%. Hal ini berarti, variabel Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) mampu menjelaskan besaran pengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsuen ( $Y$ ) sebesar 77,1% sedangkan sisanya sebesar 22,9% dipengaruhi oleh variabel lain.

## **Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan penelitian yang peneliti hadapi dalam menjalankan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan berupa kesulitan dalam mengumpulkan data-data pendukung dari permasalahan yang ditemukan pada

- objek penelitian PT Pava Mandiri Makmur Tangerang Selatan.
2. Keterbatasan berupa tantangan dalam penyebaran dan pengumpulan kuesioner pada 124 (seratus dua puluh empat) responden yang dijadikan sampel penelitian.
  3. Keterbatasan berupa kesulitan dalam mengolah perhitungan statistik dengan menggunakan program *software* SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 23.0.

### **Saran**

Saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan penilaian jawaban responden pada variable Harga ( $X_1$ ) menunjukkan nilai rata-rata terendah terdapat pada indikator "Dayasaing Harga" dengan nilai rata-rata 4,30 ada pada keterangan "Sangat Setuju". Maka saran yang dapat diberikan pada PT Pava Mandiri Makmur, agar untuk meningkatkan daya saing produk yang dimiliki sehingga dapat bersaing dengan produk merek sehingga dapat memberikan kepuasan pada konsumen serta akan dapat menguasai pasar yang lebih besar lagi.
2. Berdasarkan penilaian jawaban responden pada variable Kualitas Produk ( $X_2$ ) menunjukkan nilai rata-rata terendah terdapat pada indikator "Mudah Memperbaiki (*Serviceability*)" dengan nilai rata-rata 4,27 ada pada keterangan "Sangat Setuju". Maka saran yang dapat diberikan pada PT Pava Mandiri Makmur, agar untuk memberikan kemudahan para konsumen dalam memperbaiki alat yang rusak dengan meningkatkan pelayanan pada servis alat-alat yang rusak dan perbaikan sehingga konsumen lebih mudah dalam melakukan perbaikan alat yang telah dibeli.
3. Berdasarkan penilaian jawaban responden pada variable Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) menunjukkan nilai rata-rata terendah terdapat pada indikator

"Sikap Terhadap Produk" dengan nilai rata-rata 4,35 ada pada keterangan "Sangat Setuju". Maka saran yang dapat diberikan pada PT Pava Mandiri Makmur, agar untuk memperbaiki dan meningkatkan lagi tempat penempatan produk yang dijual dengan rapih dan aman sehingga tidak mengurangi kualitas produk yang dijual dan pada akhirnya akan memberikan kepuasan kepada konsumen.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arianto, Nurmin. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Duli, Nicolas. (2019) *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Sleman: Deepublish.
- Ferine, Kiki Farida & Juniarti. (2022). *Pelayanan SDM*. Yogyakarta: Selat Media Patners.
- Ghozali, Imam. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 PLS Regresi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Haryadi, R. N., Sunarsi, D., Erlangga, H., Nurjaya, N., & Hamsinah, H. (2022). Pengaruh Komunikasi dan Motivasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan PT Timur Jaya Prestasi Cileungsi. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 5(3), 702-709.
- Herujito, Yayat M. (2020). *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Grasindo.
- Kotler, P & G. Armstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi ke-12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & K., Kaller. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kusuma, Suna Wicaksono dan Linda. (2021). *Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan OTO Car* Wash. <http://digilib.uinsby.ac.id>.
- Luta, Lola Syah. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV Amirta Tour Kediri (Studi pada Mahasiswa Manajemen UN PGRI Kediri). <http://simki.unpkediri.ac.id>.

- Maharani, Raissa Aprita Nur & Iskandar Ali Alam. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumenselama Pandemi Covid-19 Pada Kebab Salahuddin. *Sibatik Journal Jurnal Ilmian Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi dan Pendidikan*, E-ISSN : 2809-8544.
- Manik, Cornelia Dumarya. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan (Studi Pada Perumahan Serpong Garden). <http://download.garuda.kemdikbud.go.id>.
- Marinsyah, Alvin. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, vol.3 no.2, 2020, ISSN: 2085-0000.
- Nurjaya, N., Erlangga, H., Iskandar, A. S., Sunarsi, D., & Haryadi, R. N. (2022). Pengaruh Promosi dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pigeonhole Coffee di Bintaro Tangerang Selatan. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(2), 147-153.
- Riswan, Muhammad Syahendra., Handoyo Djoko Waloejo & Sari Lisyorini. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Smartphone Merek Iphone Apple Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 11, No. 2, 2022 e-ISSN 2746-1297.
- Sandi & Sunargo. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Benteng Indo Bangunan. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* Vol 6 No 1, Januari 2023, E-ISSN : 2599-3410, P-ISSN : 2614-3259.
- Setyawati, Amelia & Adelia Rahma. (2022). *Manajemen Pemasaran Di Era Bisnis Yang Serba Cepat*. Malang: MNC Publishing.
- Sholeha, Ludviyatus et.al. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Ahas Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. <https://jurnal.unej.ac.id>.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bantung: Alfabeta.
- Sukarsih, Ni Kadek Oni. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Habitat Ubud. <https://ejournal.unhi.ac.id>.
- Supomo, R & Eti Nurhayati. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Yrama Widya.
- Suyuthi, Nurmandhani Fitri., dkk. (2020). *Dasar-Dasar Manajemen, Teori, Tujuan dan Fungsi*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Tajuddin. (2019). *Kesuksesan Sistem Informasi Perguruan Tinggi Dan University Governance*. Malang: UB Press.
- Tarjo. (2019). *Metode Penelitian Sistem 3X Baca*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Tjiptono, F. (2018). *Startegi Pemasaran Edisi ke-Empat*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Triongko, Budi., Untung Widodo & Maduretno Widowati. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Aki Incoe PT Meka Adipratam di Kota Semarang). *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, E-ISSN : 2829-1433.
- Umar, Husein. (2019). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Warnadi & Aris Triyono. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.