



Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM Batik Sendang di Kabupaten Lamongan

M. Wahyudin Setiawan¹; Fien Zulfikarijah²; Chalimatuz Sa'diyah³

Universitas Muhammadiyah Malang¹⁻³ Email: wahyudinsetiawan652@gmail.com;
wahyudinsetiawan115@gmail.com; datafien@gmail.com

Abstrak. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Batik Sendang di Kabupaten Lamongan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan populasi tidak diketahui dan menentukan jumlah sampel berdasarkan rumus untuk populasi tidak diketahui dan mengambil untuk penelitian berjumlah 100 responden yaitu pelanggan UMKM Batik Sendang. Penelitian ini menggunakan skala likert untuk pengukuran data dari jawaban responden dan teknik pengumpulan data untuk dianalisis menggunakan kuesioner dengan media google form dan langsung datang ke lokasi. Uji instrument pada penelitian ini ada uji validitas dan uji reliabilitas, dan untuk teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis.. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut: harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : Harga; Kualitas Produk; Kepuasan Pelanggan

Abstract. This study aims to determine the effect of price and product quality on customer satisfaction at Batik Sendang SMEs in Lamongan Regency. This research is a quantitative study with an unknown population and determines the number of samples based on the formula for an unknown population and takes 100 respondents for the study, namely customers of UMKM Batik Sendang. This study uses a Likert scale for measuring data from respondents' answers and data collection techniques to be analyzed using a questionnaire with google form media and directly come to the location. The instrument test in this study has validity and reliability tests, and for data analysis techniques using classical assumption tests, multiple linear regression analysis and hypothesis testing.

Keywords: Price; Product Quality; Customer Satisfaction

A. PENDAHULUAN

Aktivitas dibidang industri barang atau jasa mengalami peningkatan yang cukup luas dan hal ini dirasakan oleh seluruh masyarakat Indonesia, termasuk para pengusaha. Sehingga dalam keadaan ini memaksa perusahaan agar lebih berwawas terhadap perubahan pasar yang cepat. Jika perusahaan ingin tetap percaya diri dalam persaingan, maka perusahaan harus memperhatikan dan melakukan satu aspek dalam berbisnis yaitu pemasaran. Persaingan di era globalisasi akan semakin tertuju ke sistem perekonomian negara dan mekanisme pasar yang pada akhirnya pemasar untuk selalu meningkatkan dan merebut pangsa pasar (Aziz Abdil, 2016).

Persaingan dalam dunia bisnis, khususnya dalam bisnis batik sampai saat ini semakin berkembang pesat. Dengan banyaknya macam bentuk atau desain batik yang bermuculan karena mengikuti keinginan pasar. Produk baru yang lahir menjadikan ketertarikan tersendiri terhadap para pengusaha batik, sehingga dapat bisa mempertahankan pasar. salah satu cara mempertahankan atau memenangkan persaingan pasar adalah berusaha mempertahankan pelanggan yang ada, karena mencari pelanggan yang baru membutuhkan biaya yang lebih besar dari pada mempertahankan pelanggan yang ada (Muttaqien, 2019).

Batik salah satu adalah asli murni hasil karya bangsa Indonesia yang terus berkembang secara turun menurun dan sudah dapat pengakuan resmi secara internasional. Batik merupakan komoditas unggul dan unik milik Indonesia. Batik dapat dijadikan bagi industri dan perekonomian yang bisa meningkatkan penghasilan bagi seluruh pemangku yang ada di tanah air batik memiliki ekonomi yang meningkat dan meningkatkan penghasilan, baik yang diteruma pegelola industri, perajin, maupun pedagang. Bahkan, menurut catatan, ada 3,5 juta rakyat Indonesia yang bekerja dalam usaha batik, baik secara langsung maupun tidak langsung (Kompas.com, 2013). Saat ini meskipun banyaknya pelanggan menemukan daya tarik dari mempunyai lebih banyak pilihan, tetapi kadang-kadang pelanggan dapat dibingungkan karena semakin banyaknya pilihan yang ditawarkan. Keadaan tersebut dikarenakan kondisi pasar yang telah mengalami perubahan yang disebabkan oleh perkembangan teknologi dan ekonomi secara pesat (Pasaribu & Prayoga, 2019).

Kabupaten Lamongan merupakan salah satu daerah Jawa Timur yang menyimpan seni tradisi rakyat berupa pembuatan seni kerajinan batik. Tepatnya di desa Sendang Duwur kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan. Desa Sendang merupakan salah satu desa yang masih menghidupkan batik termasuk batik milik Ibu Aniek Pujiati yang sering mengikuti pameran, pernah beberapa menjuari desain batik dan sampai diundang Bapak Sandiaga Uno dalam acara desain batik untuk perwakilan Kabupaten Lamongan. Batik Sendang salah satu UMKM yang berada di Kabupaten Lamongan yang bergerak dalam sektor fashion khususnya pada kerajinan batik.

UMKM Batik Sendang terletak di Jl. Sendang Duwur, Paciran, Lamongan. Batik Sendang berdiri sejak tahun 2012. Batik Sendang juga membuat banyak motif seperti motif bandeng lele, motif gapura, motif singo mengkok, motif paduraksa, motif terate, motif anggrek dll. Sehingga konsumen tertarik dalam membeli produk Batik Sendang dan konsumen yang datang ke Batik Sendang cenderung berubah-ubah. Selain itu, UMKM Batik Sendang ini juga menyediakan beberapa macam motif dan harga serta kuliatas dari desainnya, yang paling sering dipesan konsumen adalah seragam sekolah untuk harga seragam sekolah mulai kisaran 130.000-175.000 dan untuk batik yang dibuat kondongan dll berkisar 250.000 sampai 500.000.

Seiring dengan tumbuh dan perkembangan batik banyak daerah-daerah tertentu yang menjadi penghasil batik di Indonesia. Contohnya seperti Solo, Yogyakarta, Pacitan, Pekalongan, Madura, Indramayu, Sukoharjo dan daerah lainnya penghasil batik, salah satunya adalah daerah Jawa Timur. Jawa Timur yang secara resmi memiliki 9 kota dan 29 kabupaten,



pada setiap kota dan kabupaten memiliki khas batik daerahnya masing-masing. Tiap batik dikota maupun kabupaten di Jawa Timur telah memiliki ciri khas yang berbeda. Hal ini dapat dilihat dari segi motif, ragam hias dan juga warna yang biasanya disesuaikan dengan sumber daya alam dan lingkungan di daerah tersebut (Rohmaya & Yulistiana, 2016).

UMKM Batik Sendang perlu melakukan pengembangan produk secara konsisten dan meningkatkan kualitas produk yang ada dengan merancang desain baru serta kekinian agar produk tersebut tetap dapat bersaing di pasaran karena di era sekarang, produk yang up to date dan berdaya guna tinggi lebih dibutuhkan oleh pelanggan. Selain untuk memenuhi kebutuhan dasar pelanggan, pembaharuan produk juga bisa menciptakan rasa puas pelanggan yang membeli produk dari UMKM Batik Sendang, sehingga mereka memiliki mindset bahwa produsen yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka adalah batik dari UMKM Batik Sendang. Langkah dari UMKM Batik Sendang tersebut juga untuk menunjang pertumbuhan ekonomi yang baik dengan cara menciptakan dan mempertahankan keunggulan produk yang kompetitif dan untuk mengurangi keunggulan produk pada pesaing (Tjiptono, 2020).

Penelitian mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan sudah pernah dilakukan sebelumnya di dalam penelitian terdahulu. Untuk meningkatkan produktivitas, UMKM Batik Sendang tentu memerlukan langkah-langkah yang tepat agar hal tersebut bisa dicapai dengan lebih mudah. Yakni, dengan menambah jumlah karyawan yang berkompeten untuk ditempatkan di sektor penting UMKM Batik Sendang. Sebab, dengan penambahan jumlah karyawan, maka beban kerja dan waktu yang dibutuhkan dalam proses produksi bisa ditekan, dampaknya tiap karyawan yang bekerja dalam UMKM Batik Sendang bisa lebih fokus pada bidang masing-masing karena jobdesk tiap karyawan bisa dibagi sama rata. Selain itu, karena beban kerja dan waktu pengerjaan yang berkurang, kondisi fisik tiap karyawan pun bisa lebih terjaga sehingga kinerja mereka bisa tetap maksimal, dan kemungkinan mereka kelelahan hingga jatuh sakit bisa ditekan, karena hal seperti itu bisa menghambat target perusahaan yang sudah direncanakan sebelumnya. UMKM Batik Sendang masih tetap bisa bertahan dan terus berkembang karena UMKM Batik Sendang mampu menjaga harga produk tetap bersaing dan kualitas produk yang terus terjaga. Sehingga dapat menjadikan Batik Sendang sebagai UMKM yang masih berkembang di kabupaten Lamongan saat ini.

B. KAJIAN LITERATUR

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan dapat diukur dengan seberapa besar harapan pelanggan tentang produk, harga dan pelayanan yang sesuai dengan kinerja produk (Aziz Abdil, 2016).

- 1) Loyalitas terhadap suatu produk
- 2) Perasaan puas dari segi produk maupun pelayanan
- 3) Prioritas konsumen
- 4) Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli

Harga

Harga adalah suatu bauran pemasaran yang nantinya akan dapat menghasilkan laba bagi perusahaan. Cahya Eva & Harti, (2015), menyampaikan indikator yang ada pada variabel harga yang dikelompokkan sebagai berikut:

- 1) Keterjangkauan harga yang sesuai dengan keinginan konsumen
- 2) Harga yang telah dikeluarkan disesuaikan dengan kualitas produk
- 3) Harga yang telah dikeluarkan siap bersaing dengan merek-merek lain
- 4) Harga yang telah dikeluarkan harus disesuaikan dengan manfaat yang diperoleh.

Kualitas Produk

Kualitas Produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia atau tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Isfahila et al, (2018) yaitu, keistimewaan yang diberikan oleh batik, kinerja pada batik dalam menjalankan desainnya, daya tahan pada batik memiliki daya tahan yang cukup awet, estetika pada batik memiliki bentuk desain yang unik dan mewah (elegan).

C. METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi penelitian dilakukan di UMKM Batik Sendang Kecamatan Paciran Desa Sendang Duwur Kabupaten Lamongan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan populasi tidak diketahui dan menentukan jumlah sampel berdasarkan rumus untuk populasi tidak diketahui dan mengambil untuk penelitian berjumlah 100 responden yaitu pelanggan UMKM Batik Sendang. Penelitian ini menggunakan skala likert untuk pengukuran data dari jawaban responden dan teknik pengumpulan data untuk dianalisis menggunakan kuesioner dengan media google form dan langsung datang ke lokasi. Uji instrument pada penelitian ini ada uji validitas dan uji reliabilitas, dan untuk teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, menggunakan uji korelasi menggunakan aplikasi SPSS dan didapatkan hasil tertera pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

No	Indikator	r-tabel	r-Calculate	Keterangan
Harga				
1.	X1.1	0.1946	0,732	Valid
2.	X1.2		0,650	Valid
3.	X1.3		0,730	Valid
4.	X1.4		0,674	Valid
Kualitas Produk				
5.	X2.1	0.1946	0,759	Valid
6.	X2.2		0,698	Valid
7.	X2.3		0,704	Valid
8.	X2.4		0,605	Valid
Kepuasan Pelanggan				
9.	Y.1	0.1946	0,784	Valid
10.	Y.2		0,638	Valid
11.	Y.3		0,654	Valid
12.	Y.4		0,769	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui seluruh indikator r hitung lebih dari r tabel maka seluruh indikator/item dinyatakan valid. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua indikator item dari variabel harga, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan telah valid.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	N of items	Alpha Cronbach	Keterang
Harga (X1)	4	0.632	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	4	0.630	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	4	0.674	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan tabel 2, diketahui bahwa Alpha Cronbach dari variabel harga, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan lebih besar dari kriteria 0,6. Hasil tersebut dapat dikatakan reliabel karena menunjukkan hasil yang reliabel setelah berberapa kali pengujian.

Analisis regresi linear berganda digunakan menganalisis hubungan variabel bebas dan variabel terikat apakah variabel-variabel tersebut berhubungan positif ataupun negatif dalam memprediksi nilai variabel terikat apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan ataupun penurunan yang dapat dilihat pada tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	
	B	Std. Error				
	(Constant)	3.308	1.328	2.491	.014	
1	Harga	.569	.109	.534	5.238	.000
	Kualitas Produk	.240	.099	.248	2.432	.017

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan hasil regresi linear berganda pada tabel 4.15 maka dapat dirumuskan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut: $Y = 3,308 + 0,569X_1 + 0,240X_2 + e$

Berdasarkan hasil regresi linear berganda diatas dapat diketahui pengaruh variabel harga (X1) dan kualitas produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Nilai konstanta

Nilai sebesar 3,308 memiliki nilai positif dan nilai signifikansi 0,014. Hal ini menjelaskan bahwa apabila variabel harga dan kualitas produk memiliki nilai sama dengan nol (0), maka variabel dependen (kepuasan pelanggan) sebesar 3,308.

b. Harga (X1)

Nilai koefisien regresi harga (X1) sebesar 0,569 memiliki nilai positif yang menunjukkan jika semakin baik harga dari Batik Sendang maka akan mempengaruhi pada kepuasan pelanggan. Hal tersebut dapat diartikan adanya pengaruh positif dan signifikan antara harga (X1) dengan kepuasan pelanggan (Y).

c. Kualitas Produk (X2)

Nilai koefisien kualitas produk (X2) sebesar 0,240 memiliki nilai positif yang mengartikan bahwa semakin baik kualitas produk Batik Sendang maka akan semakin mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan dan positif antara kualitas produk (X2) dengan kepuasan pelanggan (Y).

Hasil perbandingan antara t hitung dengan t table tiap-tiap variabel secara parsial

terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel harga terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 4 Hasil Uji T

Variabel	t hitung	Sig	t tabel
Harga (X1)	5,238	0,000	1,984
Kualitas Produk (X2)	2,432	0,017	1,984

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Uji F atau simultan digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen secara keseluruhan berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengujian ini membandingkan hubungan nilai fhitung dengan ftabel dari sig 5% (0,05) dengan n = 100 yang memiliki df = 3,09 (berdasarkan tabel statistik). Variabel tersebut dinyatakan berpengaruh signifikan jika fhitung > ftabel atau signifikan $\leq \alpha = 0,05$. Hasil uji f bisa dilihat pada tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5 Hasil Uji F

Model	F hitung	F tabel	Nilai sig.	Keterangan
Regresi	57,507	3,09	0.000	Signifikan

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan tabel 5 di atas diketahui hasil dari uji f sebesar 57,507. Nilai statistik uji f atau fhitung lebih besar dibandingkan dari nilai ftabel sebesar 3,09 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga menyatakan bahwa harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan yang dijelaskan dapat disimpulkan sebagai berikut: Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan UMKM batik Sendang di Kabupaten Lamongan. Berpengaruh positif dan signifikan artinya semakin baik harga maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggan.

Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan UMKM batik Sendang di Kabupaten Lamongan. Berpengaruh positif dan signifikan artinya semakin baik kualitas produk maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggan.

Harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan UMKM batik Sendang di Kabupaten Lamongan. Berpengaruh positif dan signifikan artinya semakin baik harga dan kualitas produk maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggan.

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh, maka penulis memberikan saran-saran sebagai berikut : Diharapkan masyarakat mendapatkan wawasan mengenai strategi pemasaran yang berkaitan dengan harga dan kualitas produk dalam pengambilan keputusan hingga strategi pemasaran yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, diharapkan UMKM Batik Sendang memperbaiki proses produksi batik agar motif dan warna batik tidak mudah pudar atau lebih tahan lama, dimana kualitas yang baik akan memberikan nilai yang bagus terhadap produk tersebut, diharapkan UMKM Batik Sendang memberikan harga yang lebih murah dibandingkan dengan batik yang lain, tetapi kualitas dari produk tersebut harus mempunyai kualitas yang baik, selain itu diperkuat oleh tanggapan tentang harga batik Sendang lebih murah dibandingkan dengan batik yang lain, yang memberikan penilaian paling

rendah diantara indikator-indikator variabel harga lainnya, diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas penelitian ini dengan menggunakan variabel lain yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan menggunakan alat analisis yang berbeda dengan harapan penelitian ini dapat lebih berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, E., Lie, D., Butarbutar, M., & Nainggolan, N. T. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar. *Maker: Jurnal Manajemen*, 5(1), 38–49. <https://doi.org/10.37403/maker.v5i1.106>
- Albari, & Kartikasari, K. (2019). *Impact of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Satisfaction Loyalty*. 3, 1491–1498.
- Ayni Nur, I. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Batik Cap Jenegoroan*. 108.
- Aziz Abdil, F. (2016). *Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Batik Murni dan Artis di Kabupaten Bojonegoro*. 96.
- Cahya Eva, & Harti. (2015). *Pengaruh Kualitas produk dan harga Terhadap Keputusan Pembelian Sony Experia Z Series Di Counters Insight Marina Surabaya*. 1–15.
- Eriskawati, E. (2020). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Herbal Penawar AL Wahida (APH) di Kota Jambi*. 1–88.
- Fauzyah, N., Endang, & Sari, B. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Butik Amel Pondok Gede Kota Bekasi*. 4.
- Gema, Z. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmi Dan Riset Manejemen, kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan*.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 25*.
- Hidayat, P. H. M. (2018). the Influence of Product Quality , Price , Store Atmosphere , and Promotion Effectiveness on Consumer Purchase Decision of Flinders Lane Espresso Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(05), 87–98. <https://www.semanticscholar.org/>
- Isfahila, A., Fatimah, F., & S Eko, W. (2018). *Pengaruh Harga, Desain, Serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Umah Batik Sayu Wiwit DI Banyuwangi*. 1–14.
- Jaya, U. A., Bagja, S. I., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Price dan Product Quality Terhadap Costumer Loyalty Internet Indosat Ooredoo di Sukabumi. *Cakrawala*, 3(1), 33–42.
- Kotler, P., & Keller, L. kevin. (2009). *Manajemen Pemasaran* (M. Adi & W. Hardani (eds.)).
- Lesmana, R., & Sunardi, N. (2021). Futuristic Leadership Through PEKA Analysis Approach. *HUMANIS (Humanities, Management and Science Proceedings)*, 2(1).
- Lesmana, R., Sunardi, N., & Kartono. The Effect of Financing and Online Marketing on MSMEs Income Increasing at Intermoda Modern Market BSD City Tangerang Selatan. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(7), 25-34
- Lupiyoadi. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa* (D. Hamdi (ed.); Lupiyoadi,). Lupiyoadi, Rambat.

- Madiistriyatno, H., & Nurzaman, F. (2020). The Impact of Product Quality and Price on Consumer Satisfaction of PD Jamu Seduh Utama Pamanukan. In *International Journal of Progressive Sciences and Technologies*
<http://repository.stimaimmi.ac.id/file/dosen/1438337009.pdf>
- Madistriyatno, H., & Nurzaman, F. (2020). The Impact of Product Quality and Price on Consumer Satisfaction of PD Jamu Seduh Utama Pamanukan. *International Journal of Progressive Sciences and Technologies (IJPSAT)*, 23(2), 639–643.
- Muttaqien, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV, Arlin Di Desa Tempeh Kidul Kabupaten Lumajang. *Pengaruh Kuallitas Dan Promosi*, 2–1, 173.
- Napitupulu, F. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Ramayana Lesatari Sentosa. *Journal Feb Unmul*, 1–9.
- Pasaribu, D., & Prayoga, S. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Baju Batik Hem Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Home Industri Batik Sahara Indah*. 2, 77–83.
- Pratama, Y. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuaan Konsumen di Agya Collection Ponorogo*.
- Purnamasari, I.G.A Yulia, 2015. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online Di Singaraja Tahun 2015. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJP)*, 5(1), 1–12.
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/6353>
- Purnamasari, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online di Singaraja Tahun 2015. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi*, 5.
- Rahayu, E. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen T-Mart Express Indonesia. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 1–10.
<https://doi.org/10.36407/jmsab.v3i1.114>
- Rohmaya, R., & Yulistiana. (2016). Batik Sendang Lamongan. *E-Journal*, 5, 1–9.
- Rudy, R., Sunardi, N., & Kartono, K. (2020). Pengetahuan Keuangan dan Love Of Money pengaruhnya terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi dan dampaknya terhadap Kesejahteraan Masyarakat Desa Cihambulu, Kec. Pabuaran Kab. Subang. *Jurnal SEKURITAS (Saham, Ekonomi, Keuangan dan Investasi)*, 4(1), 43-56.
- Sunardi, N., & Lesmana, R. (2020). Konsep Icepower (Wiramadu) sebagai Solusi Wirausaha menuju Desa Sejahtera Mandiri (DMS) pada Masa Pandemi Covid-19. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 4(1).