



## Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Dr. Mansyur Medan

Nabila Malona Siregar<sup>1</sup>, Agus Edi Rangkuti<sup>2</sup>, Annalisa Hasibuan<sup>3</sup>, Ika Mary Pasaribu<sup>4</sup>,  
Parenta Ritonga<sup>5</sup>

<sup>1-5</sup>Politeknik Negeri Medan, Indonesia

E-mail: [nabilamalona@gmail.com](mailto:nabilamalona@gmail.com)<sup>1\*</sup>, [agusrangkuti@polmed.ac.id](mailto:agusrangkuti@polmed.ac.id)<sup>2</sup>, [annalisahasibuan@polmed.ac.id](mailto:annalisahasibuan@polmed.ac.id)<sup>3</sup>,  
[Marypasaribu@polmed.ac.id](mailto:Marypasaribu@polmed.ac.id)<sup>4</sup>, [parentaritonga@polmed.ac.id](mailto:parentaritonga@polmed.ac.id)<sup>5</sup>

\*Korespondensi penulis: [nabilamalona@gmail.com](mailto:nabilamalona@gmail.com)

**Abstract.** *In the current era of globalization, the business world is experiencing rapid growth, particularly in the culinary industry. This business is directly related to the basic human need for food, as it is one of the fundamental necessities for survival. The influence of product quality and price on customer satisfaction at Mie Gacoan Dr. Mansyur Medan has become an interesting topic for research, given the importance of these two factors in maintaining and enhancing customer satisfaction. This study aims to determine the extent to which product quality and price affect customer satisfaction at Mie Gacoan in Medan, with a focus on students of the Business Administration Department at Politeknik Negeri Medan as the research subjects. This study employs a quantitative research method with a descriptive approach, including tests for validity, reliability, classical assumptions, hypothesis testing (t-test, F-test, and analysis of the coefficient of determination (adjusted R square)). Data analysis techniques were performed using multiple linear regression analysis with SPSS version 26, involving 100 respondents. Data collection was carried out through questionnaires and literature studies. The results of the study show that product quality (X1) and price (X2) have a positive and significant influence on customer satisfaction (Y), both partially and simultaneously. The results of the multiple linear regression analysis reveal that the price variable has a greater or more dominant influence on customer satisfaction, with a regression value of 76.9% compared to the product quality variable, which obtained a value of 16.9%. Additionally, the results of the coefficient of determination test (adjusted R square) indicate that the variables of product quality and price can explain 81.3% of the influence on customer satisfaction, while the remaining 18.7% is influenced by other variables not examined in this study, such as service quality, ambiance, promotion, and other variables.*

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

**Abstrak.** Era globalisasi saat ini dunia bisnis mengalami perkembangan yang sangat pesat, salah satunya dibidang bisnis kuliner. Bisnis ini berkaitan dengan kebutuhan pangan manusia yang merupakan salah satu kebutuhan dasar Manusia atau Basic Needs, karena termasuk kebutuhan dasar, maka pemenuhan terhadap pangan menjadi hal mutlak bagi manusia yang ingin tetap menjaga kelangsungan hidupnya. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan Dr. Mansyur Medan telah menjadi topik yang menarik untuk diteliti, mengingat pentingnya kedua faktor tersebut dalam menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan di Kota Medan, dengan fokus pada mahasiswa Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan sebagai subjek penelitian. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis (uji t, uji F, dan uji analisis koefisien determinasi (adjusted R square)). Teknik analisis data dilakukan dengan analisis regresi linear berganda menggunakan program SPSS versi 26, dengan melibatkan 100 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) dan harga (X2) secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil uji regresi linear berganda mengungkapkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang lebih besar atau dominan terhadap variabel kepuasan pelanggan, dengan nilai regresi sebesar 76,9% dibandingkan dengan variabel kualitas produk yang memperoleh nilai sebesar 16,9%. Selain itu, hasil uji koefisien determinasi (adjusted R square) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan harga mampu menjelaskan 81,3% pengaruh yang terjadi terhadap variabel kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya 18,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti variabel pelayanan, suasana tempat, promosi, dan variabel lainnya.

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

## **1. PENDAHULUAN**

Era globalisasi saat ini dunia bisnis mengalami perkembangan yang sangat pesat, salah satunya dibidang bisnis kuliner. Bisnis ini berkaitan dengan kebutuhan pangan manusia yang merupakan salah satu kebutuhan dasar Manusia atau *Basic Needs*, karena termasuk kebutuhan dasar, maka pemenuhan terhadap pangan menjadi hal mutlak bagi manusia yang ingin tetap menjaga kelangsungan hidupnya. Seperti yang telah diketahui perkembangan kuliner di Indonesia semakin beranekaragam, khususnya di kota Medan. Berbagai macam makanan dibuat dan diolah semenarik mungkin yang bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Kualitas produk atau kualitas makanan sangatlah berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena banyak dari pelanggan yang menilai makanan dari segi rasa, variasi, dan harga.

Menurut Priansa dalam Kapirossi & Probowo (2023) kualitas produk merupakan persepsi dari manfaat yang diberikan ke konsumen terhadap kualitas produk atau jasa, apakah sesuai dengan harapan konsumen. Berbagai macam bahan baku kuliner seperti makanan siap saji saat ini memiliki banyak peminat seperti nasi, mie ataupun bahan lainnya yang memiliki penggemarnya masing-masing.

Bisnis kuliner mie di Kota Medan sangat banyak, dengan persaingan bisnis kuliner mie produk yang sama ini, tidak semua kedai mie memiliki konsumen sebanyak Mie Gacoan Kota Medan yang beralamat di Jl. Dr Mansyur Medan, lokasi tempat yang strategis berdekatan dengan kampus Usu dan Politeknik Negeri Medan, buka mulai pukul 10.00 - 22.00 WIB. Dimana Mie Gacoan membuat produk makanan seperti mie suit, mie hompimpa dan mie gacoan sebagai menu utamanya. Serta banyak makanan pelengkap (camilan) lainnya seperti dimsum ayam, pangsit goreng, udang keju, udang rambutan, dan berbagai minuman dengan nama menarik seperti es petak umpet, es gobak todor, es teklek, es sluku bathok dan menu lainnya.

Salah satu penentu keberhasilan suatu usaha yaitu kualitas produk. Karena suatu produk dikatakan berkualitas apabila kebutuhan dan keinginan konsumen terpenuhi. Mie Gacoan sangat ramai dikunjungi para pelanggannya khususnya para pecinta makanan pedas karena Mie Gacoan terkenal dengan mie pedasnya.

Menu yang disediakan oleh Mie Gacoan mempunyai tiga varian yaitu mie suit, mie hompimpa, dan mie gacoan. Selain mie mereka juga menyediakan aneka dimsum dan juga minuman yang sangat cocok untuk dipadukan satu sama lain. Berdasarkan hasil observasi di Mie Gacoan Dr Mansyur Medan tampak banyak pembeli sekitar 120 orang dari mulai mahasiswa hingga berkeluarga berkunjung setiap harinya. Banyaknya pelanggan Mie Gacoan

tersebut bisa dinyatakan bahwa pelanggan tersebut merasa puas, dengan mempertimbangkan kualitas produk yang diberikan, selain itu banyak kedai-kedai yang memperhatikan kualitas pelayanannya karena ketika pelayanan rumah makan itu baik maka pelanggan akan merasa dihormati dan pelanggan pun akan merasa nyaman dan mengajak temannya untuk kembali mendatangi tempat tersebut, namun banyak dari mereka yang mengatakan bahwa tempat makan atau restoran yang memiliki suasana tempat yang nyaman, bersih, dan juga memiliki desain yang estetis akan menambah nilai dari kepuasan pelanggan itu sendiri.

Pada jaman milenial seperti ini, sebagian besar orang makan di restoran tidak hanya duduk lalu menikmati hidangan makanan saja melainkan mengerjakan tugas dan nongkrong sambil foto-foto. Mie Gacoan Dr Mansyur juga memiliki ulasan yang cukup baik. Pada aplikasi *Go-Food* dan *Grab Food*. Berikut terlampir data berdasarkan ulasan dari *platform* pesan antar makanan secara *online*.

Berdasarkan data dari berbagai *Platform* seperti *Go-Food* dan *Grab Food*, Mie Gacoan Dr Mansyur memiliki ulasan yang cukup baik. Pada aplikasi *Go-Food* Mie Gacoan Dr Mansyur memiliki rating 4.5 dengan total jumlah orang yang memberi penilaian yaitu 10.000 orang. Sedangkan pada aplikasi *Grab Food*, Mie Gacoan memiliki rating 4.6 dengan jumlah total ulasan yaitu 4.810 penilaiin. Dengan data berikut maka dapat dikatakan bahwa mayoritas pelanggan yang berkunjung ke Mie Gacoan Dr Mansyur merasa puas setelah berkunjung.

Menurut Munir & Putra dalam Sutrisno dan Dermawan (2022:2) konsumen modern sangat menekankan inovasi produk dengan teknologi yang berkembang dan lebih maju untuk memuaskan harapannya sehingga hal ini memaksa perusahaan untuk terus berkembang untuk mencapai keinginan konsumen. Mie Gacoan memperhatikan kualitas produk seperti dalam penyajiannya cukup menjaga kebersihan menggunakan sarung tangan, rasa mie yang diberikan memiliki rasa khas pedasnya, dengan tiga varian yang ditawarkan kepada calon konsumen, yang pertama mie suit dengan cita rasa gurih dan tidak pedas. yang kedua mie hompimpa dengan cita rasa pedas manis, dan yang ketiga mie gacoan dengan cita rasa pedas gurih. Di dalam satu porsi mie sudah ada pelengkap daging ayam, topping pangsit, dan dua pangsit goreng.

Menurut Angelova & Zekiri dalam Silvia dan Arfiansyah (2023:664) Kepuasan pelanggan adalah sesuatu yang telah dinikmati konsumen dan memenuhi harapan dari produk suatu perusahaan. Jadi dapat disimpulkan kepuasan adalah upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Pelanggan akan merasa puas apabila keinginan dan harapannya dapat terpenuhi.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### Pengertian Kualitas

Menurut Hardana, Nasution, Damisa (2022), Kualitas didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan mampu tersirat. Kualitas sangat penting dalam banyak hal, seperti kesuksesan produk atau layanan, kepuasan pelanggan, dan reputasi perusahaan. Kualitas yang baik membantu pekerjaan lebih efisien, menghemat biaya dalam jangka panjang, dan memperkuat kepercayaan dalam bisnis. Sebaliknya, kualitas yang buruk dapat menimbulkan masalah dan merusak citra perusahaan.

### Pengertian Produk

Menurut Nurdin dalam Hardana, Nasution, Damisa (2022) “Produk adalah segala sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen”. Produk yang didesain untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen melibatkan berbagai macam barang atau jasa. Ini tidak hanya mencakup aspek dasar kehidupan (kebutuhan), tetapi juga memberikan nilai tambah atau kepuasan sesuai dengan preferensi dan keinginan masing-masing individu.

### Pengertian Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Fadhli & Pratiwi (2021:605) menjelaskan kualitas produk merupakan perusahaan menghasilkan produk yang berkualitas terhadap konsumen sehingga konsumen merasa puas karena produk yang digunakan memiliki kemampuan untuk melaksanakan fungsinya. Dalam menjalankan suatu bisnis, produk maupun jasa yang dijual harus memiliki kualitas yang baik atau sesuai dengan harga yang ditawarkan agar suatu usaha atau perusahaan dapat bertahan dalam menghadapi persaingan, terutama persaingan dari segi kualitas.

Menurut Firmansyah & Haryanto dalam Aghitsni dan Busyara (2022), Kualitas produk merupakan sesuatu yang bisa memuaskan keinginan dan kebutuhan yang ditawarkan ke pasar agar dapat dipunyai, diperhatikan, digunakan, ataupun dikonsumsi.

### Pengertian Harga

Menurut Buchori dalam Indrasari (2019:39) harga (*Price*) adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.

Menurut Ramli dalam Indrasari (2019:39) pengertian harga disebutkan sebagai nilai relatif dari produk atau jasa dan bukan indikator pasti dalam menunjukkan besarnya sumber daya yang diperlukan dalam menghasilkan produk atau jasa.

### **Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Menurut Umar dalam Indrasari (2019:82) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Menurut Kotler dan Keller yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (2019:83).

## **3. METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Sugiyono (2020:16-17) mengatakan bahwa metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode survei eksplanasi. Metode survei eksplanasi merupakan metode yang digunakan untuk menggambarkan dan menjelaskan pengaruh dari variabel dependen dan variabel independen tersebut dengan cara pengumpulan data, misalnya menyebarkan kuisioner. Pada tingkat eksplanasi, penelitian ini termasuk kedalam penelitian asosiatif, yakni penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih.

### **Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Politeknik Negeri Medan Jl. Almamater No.1, Padang Bulan, Kota Medan, Sumatera Utara 20155. Waktu penelitian dilakukan selama Oktober 2023 hingga Mei 2024.

## Populasi dan Sampel

### 1) Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan yang berjumlah 1.310. Menurut Sugiyono (2019:126) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam Penelitian Kuantitatif, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

### 2) Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah slovin dengan menggunakan Teknik *purposive sampling*.

Pada penelitian ini ukuran sampel diambil dengan menggunakan rumus slovin

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Dari 1.310 mahasiswa Administrasi Niaga, penelitian ini memerlukan 93 responden yang akan mewakili populasi sebanyak 1.310 mahasiswa. Batas toleransi kesalahan sebesar 10%. Perolehan sampel minimum responden dengan perhitungan: sebanyak 1.310 mahasiswa. Batas toleransi kesalahan besar 10%. Perolehan sampel minimum 93 responden dengan perhitungan:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{1.310}{1 + 1.310(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.310}{1 + 1.310(0,10)}$$

$$n = \frac{1.310}{1 + 13,1}$$

$$n = \frac{1.310}{14,1}$$

n = 92,9078 dibulatkan menjadi 93 mahasiswa

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **Hasil Penelitian**

##### **Profil Perusahaan**

Mie Gacoan memiliki sejarah yang menarik yang dimulai pada tahun 2008, ketika pendirinya, Bapak Andy Yudhanto, menemukan resep mie dengan cita rasa khas yang unik. Dengan obsesinya terhadap cita rasa dan keinginan untuk berbagi kelezatan ini dengan orang lain, Bapak Andy mulai menjual mie buatannya secara door-to-door di sekitar lingkungannya. Kesuksesan awal ini mendorongnya untuk mengembangkan usahanya, dan pada tahun 2010, bersama putranya, Bapak Samuel Yudhanto, mereka membuka gerai pertama Mie Gacoan di Malang, Jawa Timur.

Gerai pertama ini menjadi titik awal bagi ekspansi Mie Gacoan yang cepat. Dengan resep yang terus diperbaiki dan layanan pelanggan yang ramah, Mie Gacoan segera menarik perhatian masyarakat lokal dan wisatawan. Kombinasi mie lezat dengan berbagai pilihan topping dan kuah yang gurih membuatnya menjadi favorit di kalangan pecinta kuliner di Indonesia.

Kesuksesan Mie Gacoan tidak hanya terbatas pada Malang; dengan model waralaba yang sukses, gerai-gerai Mie Gacoan mulai bermunculan di berbagai kota di seluruh Indonesia. Mie Gacoan tidak hanya menawarkan hidangan yang lezat, tetapi juga memberikan kesempatan bagi para pengusaha lokal untuk bergabung dalam jaringan waralabanya.

Seiring berjalannya waktu, Mie Gacoan terus berkembang dan menjadi salah satu merek kuliner yang paling dicari di Indonesia. Dengan komitmen terhadap kualitas, inovasi dalam menu, dan pelayanan yang terbaik, Mie Gacoan terus mempertahankan posisinya sebagai ikon kuliner yang dicintai oleh masyarakat Indonesia.

## Uji Validitas dan Uji Realibilitas

### a. Uji Validitas

Berikut hasil uji validitas terhadap pernyataan variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ), Hargga ( $X_2$ ), dan Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) menunjukkan bahwa nilai  $R_{hitung}$  harus lebih besar dari  $R_{tabel}$  untuk memastikan validitas data.

**Tabel 1. Pernyataan Uji Validitas**

Variabel	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Kualitas Produk ( $X_1$ )	X1.1	0,824	0,361	Valid
	X1.2	0,728		Valid
	X1.3	0,779		Valid
	X1.4	0,636		Valid
	X1.5	0,784		Valid
	X1.6	0,688		Valid
	X1.7	0,637		Valid
	X1.8	0,75		Valid
	X1.9	0,669		Valid
Harga ( $X_2$ )	X2.1	0,732	0,361	Valid
	X2.2	0,821		Valid
	X2.3	0,804		Valid
	X2.4	0,808		Valid
	X2.5	0,695		Valid
	X2.6	0,859		Valid
	X2.7	0,685		Valid
	X2.8	0,718		Valid
	X2.9	0,746		Valid
Kepuasan Pelanggan ( $Y$ )	X3.1	0,625	0,361	Valid
	X3.2	0,636		Valid
	X3.3	0,694		Valid
	X3.4	0,774		Valid
	X3.5	0,597		Valid
	X3.6	0,732		Valid
	X3.7	0,725		Valid
	X3.8	0,796		Valid
	X3.9	0,763		Valid

Sumber: data diolah SPSS, 2024

Ketentuan validitas suatu pernyataan pada kuesioner dibandingkan dengan nilai  $R_{tabel}$ , maka terlebih dahulu dapat dihitung nilai derajat bebas (*degree of freedom*) dengan rumus sebagai berikut:

$$df = n - 2$$



Keterangan:

$df = Degree\ of\ Freedom$  (derajat bebas)

$n =$  Jumlah sampel

Sesuai dengan jumlah sampel yang telah dihitung untuk uji validitas, yaitu minimal 30 responden, derajat kebebasan dapat diestimasi sebagai  $df = 30 - 2 = 28$ . Nilai  $R_{tabel}$  untuk derajat kebebasan 28 pada taraf signifikansi  $\alpha = 0.05$  adalah 0.361. Kriteria untuk menentukan validitas adalah jika nilai  $R_{hitung} > R_{tabel}$ . Oleh karena itu, hasil dari Tabel 1 pernyataan uji validitas menunjukkan bahwa semua pernyataan dalam uji validitas tersebut dapat dianggap valid..

## b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan digunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian adalah reliabel atau tidak. Kuesioner dikatakan reliabel jika, ketika dilakukan pengukuran ulang, hasilnya tetap konsisten. Jika hasil analisis *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$ , maka data empiris yang diuji dianggap handal atau reliabel.

Berikut merupakan tabel hasil uji reliabilitas pada penelitian variabel ini sebagai berikut:

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	rtabel	Keterangan
X1	0,774	0,60	Reliabel
X2	0,78	0,60	Reliabel
Y	0,771	0,60	Reliabel

Sumber: data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan data pada tabel diatas, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini memiliki koefisien *alpha*  $> 0.60$  maka dapat dikatakan bahwa pernyataan dari seluruh variabel tersebut yang telah dibagikan oleh peneliti kepada responden adalah reliabel dan dapat dipercaya.

## Uji Asumsi Klasik

### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah variabel dalam sebuah model regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Ada tiga cara untuk melakukan uji normalitas dalam penelitian ini, yaitu:

a. *Kolmogorov Smirnov Test*

Berikut merupakan hasil dari uji *kolmogorov smirnov* yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,43048456
Most Extreme Differences	Absolute	,073
	Positive	,060
	Negative	-,073
Test Statistic		,073
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.  
 b. Calculated from data.  
 c. Lilliefors Significance Correction.  
 d. This is a lower bound of the true significance.

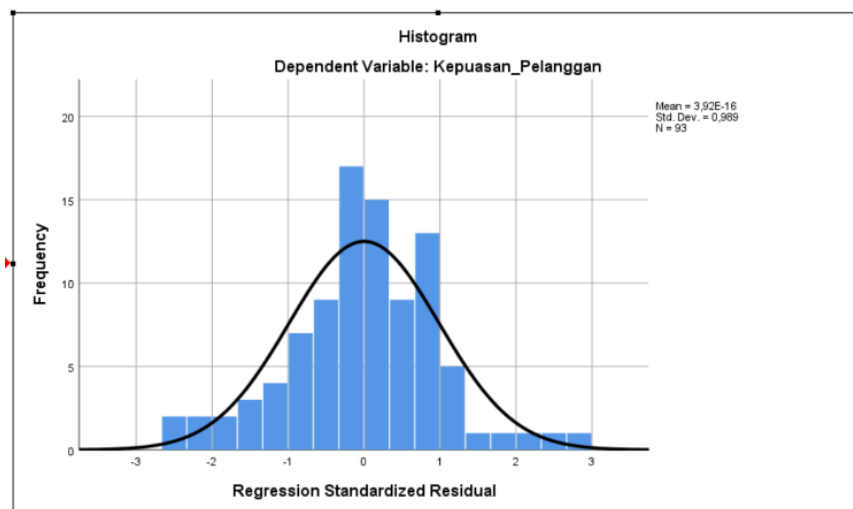
Sumber: data diolah SPSS, 2024

**Gambar 1. Hasil *Kolmogorov Smirnov***

Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikan Asym. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 yang mana  $> 0,05$ . Mengacu pada kriteria pengambilan keputusan dalam uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov*, dapat disimpulkan bahwa data memiliki distribusi yang normal..

b. *Grafik Histogram*

Berikut merupakan data distribusi normal berupa grafik histogram yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



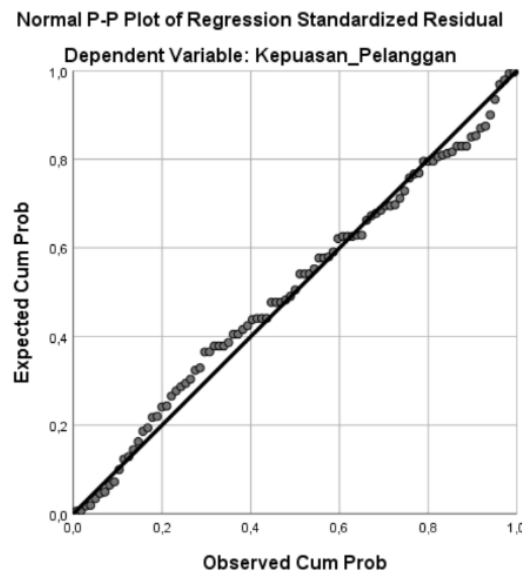
Sumber: data diolah SPSS, 2024

**Gambar 2. Grafik Histogram**

Dari grafik diatas, dapat dilihat bahwa histogram menunjukkan pola distribusi yang normal dengan bentuk lonceng yang simetris, tanpa kemiringan ke kiri atau ke kanan, menandakan puncaknya berada di titik nol. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel dalam penelitian ini mengikuti distribusi normal.

c. Grafik Normal *Probability Plot* (P-Plot)

Hasil uji normalitas dengan melihat hasil uji pada grafik normal (P-Plot) dapat dilihat pada grafik dibawah ini:



Sumber: data diolah SPSS, 2024

**Gambar 3. Grafik Normal *Probability Plot* (P-Plot)**

Gambar grafik diatas menggambarkan titik-titik yang tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti pola garis tersebut. Hal ini mengindikasikan bahwa data mengikuti distribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

**2) Uji Multikolinearitas**

Berikut merupakan tabel hasil uji multikolinearitas:

		Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics		
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	2,235	1,696		1,318	,191		
	Kualitas_Produk	,169	,079	,182	2,153	,034	,269	3,720
	Harga	,769	,087	,749	8,879	,000	,269	3,720

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pelanggan

Sumber: data diolah SPSS, 2024

**Gambar 4. Uji Multikolinearitas**

Berdasarkan gambar tabel diatas dapat diperoleh data sebagai berikut:

- a. Pada variabel kualitas produk diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $0,269 > 0,1$  dan VIF nya sebesar  $3,720 < 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa pada variabel kualitas produk tidak terjadi multikolinearitas.
- b. Pada variabel Harga diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $0,269 > 0,1$  dan VIF nya sebesar  $3,720 < 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa pada variabel harga tidak terjadi multikolinearitas.

### 3) Uji Heterokedastisitas

Untuk memperoleh penilaian yang lebih akurat mengenai kemungkinan heteroskedastisitas, kita dapat menggunakan uji Glejser yang mampu mengidentifikasi tanda-tanda heteroskedastisitas, seperti yang dijelaskan berikut ini:

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,866	1,077		3,591	,001
	Kualitas_Produk	,021	,051	,081	,417	,678
	Harga	-,076	,054	-,272	-1,402	,164

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: data diolah SPSS, 2024

**Gambar 5. Koefisien Uji Heterokedastisitas**

Dari data diatas, dapat dilihat bahwa variabel kualitas produk dan harga memiliki nilai yang signifikansi  $> 0,05$  yaitu  $0,678$  dan  $0,164$  yang dimana berarti tidak terjadinya gejala heteroskedastisitas.

### Uji Regresi Linear Berganda

Berikut merupakan tabel koefisien untuk melihat hasil uji regresi linear berganda:

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,235	1,696		1,318	,191
	Kualitas_Produk	,169	,079	,182	2,153	,034
	Harga	,769	,087	,749	8,879	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pelanggan

Sumber: data diolah SPSS, 2024

**Gambar 6. Koefisien Uji Regresi Linear Berganda**

Berdasarkan data pada gambar diatas, persamaan regresi yang dapat disimpulkan dari hasil koefisien tersebut dalam bentuk persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = 2,235 + 0,169X_1 + 0,769X_2$$

Maka dapat diketahui bahwa regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta bernilai 2,235 ini menunjukkan jika variabel Kualitas Produk dan Harga tidak ada, maka tingkat variabel Kepuasan Pelanggan adalah 2,235.
- b. Koefisien regresi variabel kualitas produk memiliki nilai 0,169 (bernilai positif) yang dimana ini menunjukkan pengaruh positif pada variabel kualitas produk dalam pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti jika variabel Kualitas Produk mengalami kenaikan sebesar 1%, maka variabel kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,169, *ceteris paribus*.
- c. Koefisien regresi variabel harga memiliki nilai 0,769 (bernilai positif) yang dimana variabel ini memiliki arah yang positif dalam pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini artinya jika variabel Harga mengalami kenaikan sebesar 1%, maka variabel kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,769, *ceteris paribus*.
- d. Hasil regresi variabel berganda di atas menunjukkan bahwa variabel bebas, yaitu kualitas produk dan harga, memiliki pengaruh positif terhadap variabel terikat, yaitu kepuasan pelanggan.

## Uji Hipotesis

### 1) Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dengan kriteria pengujian jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan signifikan 95% atau  $\alpha < 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat secara signifikan, sedangkan jika  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  dengan signifikan 95% atau  $\alpha > 0,05$  maka dikatakan bahwa variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Untuk melihat  $t_{tabel}$  dapat dilihat pada tingkat kesalahan ( $\alpha$ ) 5% yang diperoleh dari  $df$  (*degree of freedom*) dengan rumus  $df = n - k$   $df = 93 - 3 = 90$ . Dengan keterangan  $df$  ialah *Degree of Freedom*,  $n$  ialah jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian yaitu 93, dan  $k$  ialah jumlah variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu 3.

Maka dapat dihitung,  $t_{tabel}$  sejumlah 93, probabilitas 5%, dan  $df$  90 sebesar 1,986. Hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat dilihat pada tabel dibawah ini sebagai berikut:

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,235	1,696		1,318	,191
	Kualitas_Produk	,169	,079	,182	2,153	,034
	Harga	,769	,087	,749	8,879	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pelanggan

Sumber: data diolah SPSS, 2024

**Gambar 7. Uji Parsial t**

Berdasarkan gambar diatas, dapat diketahui bahwa:

- a. Hasil uji menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0,034 < 0,05$  atau  $t_{hitung} 2,153 > t_{tabel} 1,986$ . Maka, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Hal uji menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  atau  $t_{hitung} 8,879 > t_{tabel} 1,986$ . Maka, dapat disimpulkan bahwa Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## 2) Uji Simultan (Uji-F)

Uji simultan dilakukan untuk melihat secara simultan atau serempak apakah variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka terdapat pengaruh variabel bebas ( $X_1$ ) dan ( $X_2$ ) secara simultan terhadap variabel terikat (Y).
- b) Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka tidak terdapat pengaruh variabel bebas ( $X_1$ ) dan ( $X_2$ ) secara simultan terhadap variabel terikat (Y).

Untuk menunjukkan nilai  $F_{tabel}$ , maka diperlukan derajat bebas pembilang dan derajat bebas penyebut. Berikut merupakan rumus dari derajat bebas pembilang dan derajat bebas penyebut adalah sebagai berikut:

$$\text{Derajat pembilang (df1)} = k - 1 = 3 - 1 = 2$$

$$\text{Derajat penyebut (df2)} = n - k = 93 - 3 = 90 \text{ (Ftabel bernilai 3,09)}$$

Hasil uji simultan (Uji-F) dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2433,715	2	1216,858	201,516	,000 <sup>b</sup>
	Residual	543,467	90	6,039		
	Total	2977,183	92			

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pelanggan  
 b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas\_Produk

Sumber: data diolah SPSS, 2024

**Gambar 8. Uji Simultan F**

Berdasarkan tabel di atas, nilai  $F_{hitung}$  adalah 201,516 dengan tingkat signifikansi 0,000, sedangkan  $F_{tabel}$  untuk alpha 5% adalah 3,09. Karena  $F_{hitung}$  201,516 >  $F_{tabel}$  3,09 dan signifikansi 0,000 < 0,05, hipotesis diterima. Ini menunjukkan bahwa variabel independen Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan (Y).

**3) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Hasil uji koefisien dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,904 <sup>a</sup>	,817	,813	2,457

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas\_Produk

Sumber: data diolah SPSS, 2024

**Gambar 9. Uji Koefisien Determinasi R2**

Berdasarkan pada gambar tersebut, dapat diketahui bahwa nilai *adjusted R square* adalah sebesar 0,813. Hal ini berarti model regresi memiliki tingkat kebaikan sebesar 81,3% dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan Mie Gacoan.

## **Pembahasan**

### **1) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan di jalan Dr Mansyur, bila dilihat dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,153 > 1,986$ ) dan nilai signifikansi  $< 0,05$  ( $0,034 < 0,05$ ) yang menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan di jalan Dr Mansyur.

Hasil penelitian ini juga relevan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Septian Andika Pratama (2023) pada penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan UD Brontoseno Nganjuk” yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga relevan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Islahani dan Andang Fazri (2023) pada penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas dan Harga Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Busana Muslimah Nibra’s di Kecamatan Singkut” yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian, hasil penelitian juga relevan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Maria Magdalena dan Musthafa (2023) pada penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada pakaian bekas impor di pasar lereng kota Bukittinggi” yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan yang terakhir untuk membandingkan dan mencocokkan hasil penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah dengan hasil penelitian milik Gusti Pratiwi dan Tukimin Lubis (2021) dengan judul penelitian yaitu “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan UD Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan” yang menyatakan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **2) Pengaruh Harga dan Kepuasan Pelanggan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan di jalan Dr Mansyur, bila dilihat dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $8,879 > 1,986$ ) dan nilai signifikansi  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) yang menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan di jalan Dr Mansyur.



Hasil penelitian ini juga relevan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Maria Magdalena dan Musthafa (2023) pada penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada pakaian bekas impor di pasar lereng kota Bukittinggi” yang menyatakan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga relevan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Septian Andika Pratama (2023) pada penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan UD Brontoseno Nganjuk” yang menyatakan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian, hasil penelitian juga relevan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Maria Magdalena dan Musthafa (2023) pada penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada pakaian bekas impor di pasar lereng kota Bukittinggi” yang menyatakan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan yang terakhir untuk membandingkan dan mencocokkan hasil penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah dengan hasil penelitian milik Aldi An Nurfalih, Surti, Zahra dan Muhammad Bayi Tabrani dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Kopi Mustafa 85 Pandeglang Banten” yang menyatakan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **3) Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan dan bersamaan variabel kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil analisis data  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $201,516 > 3,09$ ) dan nilai signifikansi  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan di jalan Dr Mansyur.

Berdasarkan pada hasil uji koefisien determinasi  $R^2$  dengan tujuan melihat besarnya hubungan antara ketiga variabel bebas yaitu kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan, maka ditunjukkan dengan nilai Koefisien Determinan Adjusted R Square sebesar 0,813. Dari jumlah nilai tersebut, berarti seluruh variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) mempengaruhi kepuasan pelanggan (Y) Mie Gacoan di jalan Dr Mansyur yaitu sebesar 66,5%.

Uji regresi linear berganda digunakan untuk mengukur dan memahami sejauh mana variabel independen memengaruhi variabel dependen. Hasil uji analisis regresi linear berganda, dimana nilai regresi harga menunjukkan angka 0,769, sedangkan nilai regresi kualitas produk adalah 0,169. Berdasarkan kriterianya, variabel yang memiliki nilai terbesar dan menjauhi titik 0 adalah variabel yang memiliki pengaruh paling besar atau dominan terhadap variabel terikat. Maka variabel harga merupakan variabel yang paling besar atau dominan pengaruhnya terhadap variabel kepuasan pelanggan dibandingkan dengan variabel kualitas produk.

## **5. SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan dalam penelitian ini, kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

- 1) Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Dokter Mansyur kota Medan. Hal ini dapat dilihat dari hasil (uji t) menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0,034 < 0,05$  atau  $t_{hitung} 2,153 > t_{tabel} 1,986$ . Maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Mie Gacoan Dokter Mansyur Medan. Urutan indikator variabel kualitas produk dari yang paling berpengaruh dan dominan terhadap kepuasan pelanggan adalah Produk, layanan produk yang baik, harga kesesuaian dengan nilai produk, promosi mengenai informasi produk, lokasi, pelayanan karyawan, fasilitas dan suasana (yang merupakan indikator yang memiliki pengaruh terkecil terhadap kepuasan pelanggan).
- 2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan Dokter Mansyur. Bila dilihat dari uji menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  atau  $t_{hitung} 8,879 > t_{tabel} 1,986$ . Maka, dapat disimpulkan bahwa Harga ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Mie Gacoan Dokter Mansyur Medan. Urutan indikator variabel Harga yang paling berpengaruh dan dominan terhadap kepuasan pelanggan adalah keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat dan harga yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan (yang merupakan indikator yang memiliki pengaruh terkecil terhadap kepuasan pelanggan).
- 3) Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan Dokter Mansyur Medan. Hal ini dapat dilihat dari

uji simultan (uji F), data  $F_{hitung}$  adalah 201,516 dengan tingkat signifikansi 0,000, sedangkan  $F_{tabel}$  untuk alpha 5% adalah 3,09. Karena  $F_{hitung} 201,516 > F_{tabel} 3,09$  dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

Nilai *adjusted R square* adalah sebesar 0,813 atau 81,3% yang berarti 81,3% kepuasan pelanggan Mie Gacoan.

- 4) Harga merupakan variabel yang paling besar atau dominan pengaruhnya terhadap variabel kepuasan pelanggan dibandingkan dengan variabel kualitas produk. Hal ini terlihat dari hasil uji analisis regresi linear berganda, dimana nilai regresi Harga menunjukkan angka 0,769, sedangkan nilai regresi kualitas produk 0,169. Berdasarkan Kriteriannya, variabel yang memiliki nilai terbesar dan menjauhi titik 0 adalah variabel yang memiliki pengaruh paling besar atau dominan terhadap variabel terikat.

## Saran

- 1) Kualitas Produk menjadi salah satu penentu penerimaan produk oleh konsumen. Oleh karena itu Mie Gacoan Dr Mansyur Medan harus mengoptimalkan cita rasa dari setiap makanannya. Dilihat dari penilaian konsumen, indikator kualitas produk memiliki nilai rata-rata terendah sedangkan harga memiliki nilai rata-rata tertinggi. Berdasarkan hal tersebut, untuk menambah daya tarik tersendiri bagi konsumen, peneliti mengusulkan untuk meningkatkan kualitas produk makanan pada Mie Gacoan Dr Mansyur Medan seperti meningkatkan cita rasa dengan memberikan rasa yang berbeda sebagai bentuk ciri khas tertentu pada produk Mie Gacoan dan penambahan bumbu masakan agar lebih terasa enak, gurih tidak hambar dan tidak hanya sekedar terasa pedasnya saja, serta mempertahankan kualitas mie agar ketahanan pada mie suit, mie gacoan dan mie hompimpa bisa bertahan lama dan tetap memiliki aroma khas, agar semakin banyak konsumen yang datang dan menjadi pelanggan Mie Gacoan Dr Mansyur Medan karena cita rasanya yang bertambah dan ketahanan mie yang mampu bertahan lama sehingga apabila konsumen *take away* rasa dan aroma miennya masih pada utuh dan enak.
- 2) Bagi peneliti selanjutnya agar memanfaatkan penelitian ini sebagai rujukan dalam melakukan penelitian- penelitian selanjutnya, dimana penelitian ini dapat diteliti kembali disaat adanya hal- hal baru dan unik untuk diteliti terkait dengan kepuasan pelanggan pada Produk Mie Gacoan Dr Mansyur Medan.

## REFERENSI

- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi*, 6(3), 38-51.
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh digital marketing, kualitas produk, dan emosional terhadap kepuasan konsumen Poskopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603-612.
- Hardana, A., Nasution, J., & Darnisa, A. (2019). Analisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menabung pada PT. BSI Cabang Padangsidimpuan. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(2), 828-838.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & kepuasan pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Islahani, & Fazri, A. (2023). Pengaruh kualitas dan harga produk terhadap kepuasan pelanggan busana muslimah Nibra's di Kecamatan Singkut. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 12(2), 3-387.
- Kapirossi, B., & Probowo, R. E. (2023). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian (Studi di Antariksa Kopi Semarang). *Journal of Economics and Business*, 7(1), 66-73.
- Nurfalah, A. A., Zahra, S., & Tabrani, M. B. (2020). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen di Kedai Kopi Mustafa 85 Pandeglang Banten. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 13(2), 313-318.
- Magdalena, M., & Mustafa. (2023). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada pakaian bekas impor di Pasar Lereng Kota Bukittinggi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 3(1), 323-337.
- Pratama, S. A. (2023). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan UD. Brontoseno Nganjuk. *Journal of Management and Social Sciences*, 2(2), 105-110.
- Pratiwi, G., & Lubis, T. (2021). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan UD Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 1(1), 121-134.
- Silvia, R., & Arifiansyah, R. (2023). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Cillo Coffee. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(2), 662-675.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, R. I., & Darmawan, D. (2022). Pengaruh promosi penjualan, diversifikasi produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen, Bisnis, dan Kewirausahaan*, 2(1), 1-12.