

## Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Roti Bakar

**Fajar Saputro**

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, Sukoharjo.

Email: [fajarsaputro825@gmail.com](mailto:fajarsaputro825@gmail.com)

**Muhammad Jalari**

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, Sukoharjo.

Email: [muhammadjalari64@gmail.com](mailto:muhammadjalari64@gmail.com)

Korespondensi penulis : [fajarsaputro825@gmail.com](mailto:fajarsaputro825@gmail.com)

**Abstract.** *This research was conducted to examine how quality, product, service, and price affect customer satisfaction at Roti Bakar. To collect data for this study, respondents, especially those who had bought toast from Benntak, filled out a questionnaire. By using a purposive sampling technique using the Hair formula, et al., a sample of 100 respondents was obtained for this study. Validity test, reliability test, traditional assumption test, and hypothesis testing are the analytical techniques used in this study. The internet, old research papers, and books on customer satisfaction are where secondary data can be found. The results showed that there was a simultaneous significant effect (Test F) between product quality, service quality, and price. Customer satisfaction is significantly influenced by price, service quality, and product quality, at least partially (t test). The output data processing results show a coefficient of determination (R<sup>2</sup>) of 0.638, meaning that the effect of product quality, service quality, and price on customer satisfaction can reach 63.8%, with other variables not examined in this study. accounting studies for the remaining 36.2%.*

**Keywords:** *Product Quality, Service Quality, And Price*

**Abstrak.** Penelitian ini dilakukan untuk menguji bagaimana kualitas, produk, pelayanan, dan harga mempengaruhi kepuasan pelanggan di Roti Bakar. Untuk mengumpulkan data penelitian ini, responden khususnya mereka yang pernah membeli roti bakar dari Bentakan mengisi kuesioner. Dengan menggunakan teknik purposive sampling dengan menggunakan rumus Hair, et al., diperoleh sampel sebanyak 100 responden untuk penelitian ini. Uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi tradisional, dan uji hipotesis merupakan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini. Internet, makalah penelitian lama, dan buku tentang kepuasan pelanggan adalah tempat ditemukannya data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan (Uji F) antara kualitas produk, kualitas layanan, dan harga. Kepuasan pelanggan secara signifikan dipengaruhi oleh harga, kualitas layanan, dan kualitas produk, setidaknya secara parsial (Uji t). Hasil pengolahan data keluaran menunjukkan koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,638, artinya pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan dapat mencapai 63,8%, dengan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. studi akuntansi untuk 36,2% sisanya.

**Kata kunci :** *Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga*

### PENDAHULUAN

Guna mengungguli pesaing mereka dan memastikan kelangsungan bisnis di era globalisasi, pelaku bisnis harus menavigasi lingkungan bisnis yang berkembang pesat yang menghadirkan tantangan dan bahaya. Sekalipun Anda tidak mengejar prospek bisnis yang berbeda, memiliki perusahaan di era globalisasi saat ini adalah tugas yang tidak ada habisnya. Sebenarnya, berbagai hal dapat dimanfaatkan sebagai peluang bisnis untuk menghasilkan pendapatan, terutama secara finansial. Terlebih lagi, menjalankan bisnis seringkali menjadi kewajiban bagi setiap orang saat ini (Destyana & Yosephien, 2021).

Industri pangan merupakan salah satu usaha yang berkaitan dengan kebutuhan manusia. Keanekaragaman dunia kuliner baru saja meningkat akhir-akhir ini. Makanan yang berbeda telah dikembangkan dan disiapkan agar menggugah dengan tujuan menarik konsumen. Usaha UMKM di kota Sukoharjo yang sangat familiar di kenal berbagai kalangan yaitu roti bakar dengan bahan dasar roti tawar. Dilihat dari pertumbuhan kuliner yang terus meningkat maka usaha yang bergerak di bidang roti bakar terbilang cukup banyak tetapi dengan konsumsi roti tawar yang terus meningkat menandakan adanya potensi yang juga terus meningkat dalam menjalankan usaha roti bakar sendiri. Memang tidak ada data secara spesifik untuk roti bakar melainkan roti tawar. Bahan utama untuk membuat roti bakar yaitu roti tawar, roti tawar adalah roti yang terbuat dari tepung terigu dan air serta ragi. Alasan mengapa menggunakan roti tawar sebagai bahan dasar karena roti tawar dapat diolah dengan cara dibakar.

**Tabel 1. Persentase Perubahan Konsumsi Per Kapita 2018-2021**

Produk konsumsi olahan tepung terigu	Persentase(%) 2018-2021
Roti tawar	98%
Mie instan	77%
Kue kering	66%
Bubur	64%
Kue basah	61%
Ayam/daging	59%
Mie rebus/goring	58%
Gorengan	57%
Makanan ringan	55%
Makanan jadi lainnya	45%

Sumber : Data sekunder diolah, 2021

Berdasarkan tabel 1. Menunjukkan bahwa data statistik dari Kementrian Pertanian 2018-2021 menunjukkan bahwa konsumsi olahan tepung terigu seperti roti tawar mengalami peningkatan presentase tertinggi dari perubahan konsumsi per kapita. Roti tawar mengalami peningkatan sebesar 98%, Mie instan mengalami peningkatan sebesar 77%, Kue kering mengalami peningkatan sebesar 66%, Bubur mengalami peningkatan sebesar 64%, Kue basah mengalami peningkatan sebesar 61%, Ayam/daging mengalami peningkatan sebesar 58%, Gorengan mengalami peningkatan sebesar 57%, Makanan ringan mengalami peningkatan sebesar 55% dan makanan jadi lainnya mengalami peningkatan sebesar 45%. Angka konsumsi yang begitu besar menjadikan Indonesia sebagai negara dengan jumlah konsumsi roti tawar tertinggi di asia tenggara (Suara.com).

**Tabel 2. Data Jumlah Penduduk di Kecamatan Baki**

Kelurahan	Jumlah penduduk (ribu)
Ngrombo	3202
Mancasan	6462
Gedongan	3477
Jetis	5230
Bentakan	2883
Kudu	4166
Kadilangu	3146
Baki pandeyan	3950
Menuran	5866
Duwet	3843
Siwal	4727
Waru	6663
Gentan	9663
Purbayan	7563

*Sumber : Data sekunder diolah, 2021*

Pada data tabel 2, menunjukkan jumlah penduduk di Kecamatan Baki, Kelurahan Gentan memiliki jumlah penduduk paling banyak di Kecamatan Baki dengan jumlah penduduk 9663, maka akan dilakukan penelitian di Desa Gentan.

Pertumbuhan konsumsi roti tawar kala ini sangat berkembang dan banyak sekali peminatnya. Makanan dengan menggunakan bahan utama roti tawar yang populer disaat ini serta disukai oleh semua kalangan yaitu Roti bakar. Roti bakar menawarkan roti dengan berbagai isian yang dipadukan dengan macam macam varian dengan cara dibakar. Ditawarkan banyak varian pada roti bakar ini mulai dari roti bakar yang memiliki 3 varian adalah Roti bakar mix, Roti bakar coklat keju kacang, serta Roti bakar special. Untuk roti bakar premium terdapat rasa tiramisu, chococrunchy, cappucino, dan lain sebagainya. Tidak perlu diragukan lagi karena harganya yang terjangkau dan kelezatan roti bakarnya membuat permintaan semakin meningkat. Kualitas adiktif roti bakar mencakup berbagai variasi produk dan rasa.

Karena pelanggan mempertimbangkan rasa, kebersihan, keragaman, dan orisinalitas saat membuat keputusan pembelian tentang makanan, kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan. Selain itu, Anda pasti akan memberikan perhatian khusus pada tingkat layanan yang diberikan oleh berbagai toko dan tempat makan. Pelanggan akan merasa lebih nyaman dengan layanan di toko sebagai akibat dari hal ini. Harga juga memiliki dampak yang signifikan karena harga yang lebih murah akan memberi pembeli lebih banyak untuk uang mereka. Pelanggan akan setia jika bisnis memproyeksikan citra positif, yang akan menghasilkan timbal balik. Untuk memahami kesenangan pelanggan, penting untuk diingat bahwa ketika konsumen menyentuh suatu produk, mereka akan dapat menilai kualitas dan tingkat kenyamanannya dengan layanan yang disetujui. sedemikian rupa sehingga sesuai dengan hasil yang diinginkan

(Wibisono & Achsa, 2020). Menurut penelitian terdahulu oleh Aditya (2020) menunjukkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan selain kualitas produk. Menurut As'ari (2018), pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang mampu memberikan kepuasan kepada klien dan selalu berada pada batas pemenuhan kualifikasi pelayanan. Oleh karena itu, wajib dan harus dilakukan secara terus menerus. Ketika pelanggan memperoleh tingkat layanan yang memuaskan kebutuhan mereka, beberapa bentuk kepuasan pelanggan mungkin akan terpuaskan. Perusahaan jasa harus terus menyediakan pelanggan dengan layanan berkualitas tinggi yang lebih unggul dari pesaing mereka dan memuaskan preferensi mereka. Untuk melakukan ini, bisnis harus memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan untuk memenuhi harapan pelanggan dan mengubah persepsi mereka tentang barang dan jasa yang telah mereka terima. Menurut Rohaeni et al. (2018), kualitas layanan dapat menjadi kepuasan kebutuhan pelanggan yang dihasilkan dari tingkat keunggulan yang sejalan dengan ketepatan pelanggan atas layanan atau barang yang ditawarkan, membuat mereka merasa seolah-olah kebutuhan mereka telah terpenuhi sesuai dengan keinginan mereka. harapan. Menurut penelitian terdahulu Kusuma & Achsa (2023) menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Karena penetapan harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya berupa barang atau jasa, maka harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan (Firmasyah, 2018). Karena penetapan harga adalah salah satu dari empat bauran pemasaran, penetapan harga memainkan peran penting dalam pemasaran produk. Harga didefinisikan sebagai jumlah uang yang dikenakan untuk suatu barang atau jasa oleh Kotler & Armstrong (2012). Harga, dalam arti yang lebih luas, adalah total semua nilai yang dilepaskan konsumen sebagai imbalan atas keuntungan memiliki atau memanfaatkan barang atau jasa. Menurut penelitian terdahulu Wahana & Ningratri (2022) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian terdahulu menurut Nisa & Kusuma (2023) menunjukkan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kepuasan konsumen merupakan alat ukur yang bertujuan untuk memberikan hasil yang sesuai atau bahkan lebih sehingga dapat melampaui harapan konsumen. Jika ada ketidakpuasan, itu berarti jauh dari harapan. Kepuasan konsumen, di sisi lain, digambarkan secara keseluruhan dan sebagian besar stabil sepanjang waktu. Hal ini didasarkan pada keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan telah terpenuhi oleh barang yang telah mereka konsumsi (Sinaga et al., 2020). Menurut penelitian terdahulu oleh Nurramaadhanti &

Yulia (2021) menyatakan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian lain oleh Linardi (2019) menyatakan kualitas produk kualitas pelayan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pemaparan diatas, kepuasan pelanggan pada suatu produk dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan hubungan antara kebahagiaan konsumen dan atribut produk, layanan, dan harga. Selain itu, studi penelitian ini diharapkan dapat membantu produsen dan pengecer meningkatkan penjualan barang mereka. Mengingat konteks yang disebutkan di atas, sebuah penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Roti Bakar”

## **TEORI**

Jika suatu perusahaan menginginkan barang yang diproduksinya mampu bersaing di pasar dan memenuhi tuntutan dan aspirasi pelanggan, sangat penting untuk mengejar kualitas produk. Kualitas produk menurut Suryani (2019) Kapasitas suatu produk untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai dan bahkan di atas harapan klien didefinisikan sebagai kualitas produk. Menurut Halin (2018) menjelaskan bahwa kualitas produk adalah kapasitas produk untuk memenuhi tugasnya. Karena kualitas produk dapat dievaluasi oleh persepsi konsumen terhadap kualitas, preferensi pribadi memiliki dampak yang signifikan. Sedangkan menurut Pahlawan, dkk (2019) mengklaim bahwa kualitas produk secara langsung memengaruhi seberapa baik kinerja suatu produk atau layanan; dengan kata lain, kualitas terkait erat dengan nilai dan kebahagiaan pelanggan. Penelitian oleh Zakaria & Suwitho (2017) menunjukkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Faktor kunci yang digunakan untuk menentukan kebahagiaan pelanggan adalah kualitas layanan. Jika bisnis dapat memberikan produk atau layanan yang memenuhi kebutuhan klien, maka itu bagus. Kepuasan pelanggan akan dipengaruhi secara signifikan oleh produk berkualitas tinggi dan penyampaian layanan yang efektif. Suwarsito & Sabeli (2020) mendefinisikan kualitas layanan sebagai segala jenis kegiatan yang memiliki karakter tak terlihat yang terjadi ketika ada interaksi antara staf dan klien yang dilakukan oleh bisnis penyedia layanan. Menurut Atmaja (2018), kualitas layanan mencakup semua tindakan yang diambil oleh bisnis untuk memenuhi harapan pelanggan. Dalam konteks ini, pelayanan dipahami sebagai layanan atau layanan yang ditawarkan oleh penyedia layanan dalam bidang

kecepatan, hubungan, kapasitas, keramahan, dan kenyamanan dengan penekanan pada sikap dan sifat memberikan layanan untuk kepuasan pelanggan. Gofur (2019), di sisi lain, mengklaim bahwa kualitas layanan adalah kumpulan tindakan unggul yang harus memenuhi kebutuhan klien mengingat kualitas produk secara keseluruhan. Kualitas pelayanan sama pentingnya dengan kualitas produk. Penelitian terdahulu oleh Adli, dkk (2023) menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Jumlah uang yang dibebankan untuk suatu barang atau jasa disebut sebagai harga. Dengan kata lain, penetapan harga adalah total nilai yang harus dibayar pelanggan untuk memiliki atau memanfaatkan barang atau jasa. Firmansyah (2018) mengklaim bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan adalah penetapan harga karena hal itu mempengaruhi berapa banyak uang yang dihasilkan saat menjual produknya sebagai barang atau jasa. Harga merupakan salah satu komponen bauran pemasaran yang menurut Riawan & Setyaningrum (2018) memberikan uang sedangkan komponen lainnya menimbulkan biaya. Mungkin aspek paling sederhana dari program pemasaran adalah harga; mengubah karakteristik produk, metode distribusi, atau bahkan pesannya membutuhkan lebih banyak usaha.

Mengenalinya kepuasan pelanggan mengacu pada kepuasan atau ketidakpuasan seseorang terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk sehubungan dengan harapannya. Pendapat pelanggan tentang produk perusahaan dibentuk oleh pengalaman mereka dengan hal-hal tersebut, yang membantu menempatkan produk tersebut di benak konsumen. Akibatnya, memberikan layanan pelanggan yang baik dapat mempengaruhi kinerja jangka panjang perusahaan (Atmaja, 2018).

Penelitian yang dilakukan Aditya (2020). Mengatakan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga dilakukan oleh Savitri & Anggela (2020) kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya bahwa kepuasan konsumen terjadi karena dipengaruhi oleh kualitas produk.

Menurut Nurramaadhanti & Yulia (2021) menyatakan bahwa di Toko Sha'Ring Karanganyar Service Quality memiliki pengaruh yang baik dan cukup besar terhadap Customer Satisfaction. Kepuasan pelanggan akan meningkat jika kualitas pelayanan ditingkatkan. Hasil yang sama yang dilakukan oleh Hastuti (2022) Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Bakso Tukul Arwana Cabang Season City Jakarta Barat.

Hasil penelitian Loo petrus (2022) yang menyatakan secara parsial variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pasar Swalayan Maju Bersama Glugur. Hasil berbeda dapat ditemukan dipenelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurramaadhanti & Yulia (2022) bahwa variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kedai Sha”ring Karanganyar. mungkin dikarenakan Kedai Sha”ring memiliki harga yang kurang terjangkau

Rumusan masalah penelitian biasanya ditulis dalam bentuk frase pertanyaan karena penelitian hipotesis adalah solusi sementara untuk masalah tersebut. Disebutkan sementara karena solusi yang ditawarkan hanya berdasarkan ide-ide yang relevan dan belum pada fakta-fakta empiris yang ditemukan melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2010). Berdasarkan uraian diatas dapat di uraikan bahwa hipotesis antara lain :

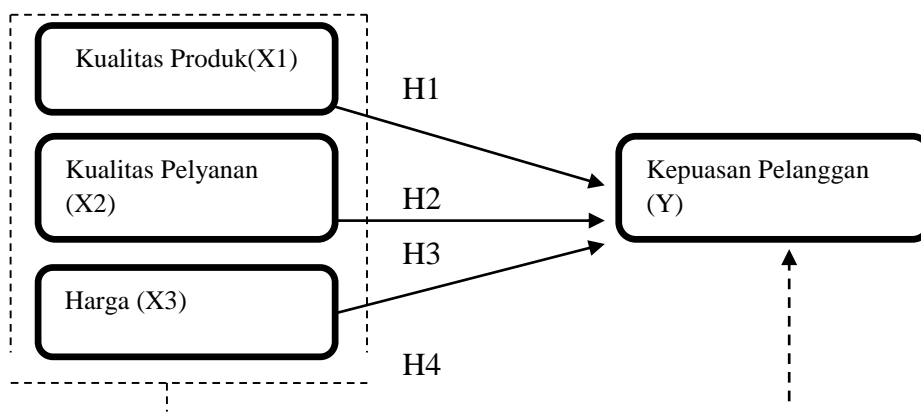
H1: Diduga terdapat pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Roti bakar.

H2: Diduga terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Roti bakar Berkah.

H3: Diduga terdapat pengaruh antara Harga terhadap Kepuasan pelanggan Roti bakar.

H4: Diduga terdapat pengaruh antara Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Roti bakar.

### Kerangka Pikir



## METODE PENELITIAN

### Objek Penelitian

Objek penelitian yang telah digunakan saat ini adalah pelanggan Roti Bakar. Objek ini dipilih disebabkan adanya peningkatan konsumsi roti seperti roti tawar pada 2018-2021 dengan presentase kenaikan hampir 100% dalam 4 tahun. Roti tawar adalah bahan dasar roti bakar

yang berarti apabila konsumsi roti tawar semakin besar berarti potensi konsumsi roti bakar juga akan besar.

### **Metode Pengumpulan Data**

Data kuantitatif adalah jenis data yang digunakan dalam penelitian ini. Kedua sumber sekunder dan primer digunakan untuk mendapatkan data untuk penyelidikan ini. Yang dimaksud dengan “data sekunder” adalah berbagai jenis data yang sebelumnya telah dikumpulkan secara sukarela oleh peneliti dan digunakan untuk melengkapi data penelitian. Biasanya, data sekunder berbentuk grafik, diagram, atau statistik penting seperti sensus penduduk. Menurut Sugiyono (2019) data primer adalah sumber langsung yang memberikan data, misalnya responden melalui kuisisioner. Berdasarkan sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data menggunakan daftar pernyataan atau kuisisioner dalam proses pengumpulan data. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara menyebar pertanyaan kepada responden yang telah melakukan pembelian roti bakar di Bentakan. Menurut Sugiyono (2019) skala liker digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang dimodifikasi menjadi 4 opsi yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju yang secara berurutan diberikan skor 4,3,2,1.

### **Populasi**

Menurut Sugiyono (2019), populasi adalah kategori luas yang terdiri dari item atau topik yang memiliki kualitas dan jumlah tertentu yang telah diidentifikasi melalui studi untuk diteliti sebelum diambil kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan Roti bakar di Gentan Kecamatan Baki yang tidak diketahui jumlahnya.

### **Sampel**

Sugiyono (2019) mengklaim bahwa sampel mencerminkan ukuran dan ciri populasi. Purposive sampling adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini karena ukuran populasi tidak diketahui dan strategi non-probabilitas digunakan untuk memilih sampel. Metode pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang ditargetkan dikenal sebagai sampling tujuan. Kriteria pengambilan sampel penelitian ini dilakukan kepada pelanggan Roti Bakar berdasarkan data penduduk di Gentan Kecamatan Baki karena Desa Gentan Kecamatan Baki memiliki jumlah penduduk paling banyak sekecamatan baki yaitu 9.663 penduduk. dalam penelitian ini pengambilan sampelnya menggunakan *rumus Hair, et al* oleh karena itu ukuran sampel minimal 5-10 pengamatan



untuk setiap parameter yang di estimasi.

Ukuran sampel diambil dari rumus Hair, et al karena ukuran populasi tidak diketahui secara pasti dan menyarankan 5-10 dikali variabel indikator sebanyak 20 indikator ( $20 \times 5 = 100$  responden). Sehingga dengan menggunakan perhitungan rumus Hair, et al di dapat dari jumlah sampel penelitian minimal 100 responden yang melakukan pembelian Roti Bakar di Gentan Kecamatan Baki.

## **Teknik Analisis Data**

### **Uji Validitas dan Reliabilitas**

Penelitian ini menggunakan teknik analisa data secara kuantitatif yang digunakan untuk menganalisis angka-angka yang dapat dihitung maupun diukur menggunakan Uji Instrumen data:

1. Uji Validitas digunakan untuk mengukur dalam penelitian apakah data yang kita dapat adalah valid atau tidak valid. Pendapat lain menyatakan bahwa uji validitas digunakan sebagai alat mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner (Sugiyono, 2019). Dikatakan valid jika nilai  $r$ -hitung dan  $r$ -tabel sehingga dikatakan valid atau signifikan  $< 0,5$  maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.
2. Uji Reliabilitas adalah pengukuran dengan onjek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2019). Merupakan alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indicator dari variabel konstruk. Uji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Croncbach*, jika  $\alpha$  yang dinilai  $> 0,6$  maka item yang digunakan dalam kuisisioner dapat dikatakan reliabel.

### **Uji Asumsi Klasik**

#### **1. Uji Normalitas**

Uji Normalitas merupakan salah satu pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent atau dependen memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018). Uji Normalitas menggunakan Uji kol mogorov, smirnov dengan memiliki criteria dengan hasil signifikan  $> 0,05$ .

#### **2. Uji Multikolinieritas**

Uji Multikolinieritas merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent/bebas (Ghozali, 2018). Adanya multikolinieritas jika dapat dibuktikan dengan nilai *toleransi value* diatas 0,01 atau nilai VIF (*Varriance Inflation Faktor*) kurang dari 10.

### **3. Uji Heteroskedastisitas**

Penelitian Uji Heteroskedastisitas data ini memakai Uji Glejser. Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi ada ketidaksamaan varian residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Variabel dinyatakan tidak ada heteroskedastisitas jika nilai signifikan  $> 0,05$ .

### **Uji Hipotesis**

#### **1. Uji Parsial (Uji t)**

Pengujian yang dilakukan sebagai cara mengetahui masing-masing pengaruh dari variabel independen pada variabel dependen. Kriteria dari pengujian ini apabila nilai signifikan kurang  $0,05$  sehingga hipotesis diterima dan jika nilai signifikan lebih besar dari  $0,5$  maka hipotesis ditolak. Uji t ini digunakan sebagai cara untuk mengetahui apakah variabel independent secara parsial berpengaruh nyata atau tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Mulyono, 2018).

#### **2. Uji Simultan (Uji F)**

Digunakan untuk mengetahui pengaruh secara Bersama-sama (simultan) dari variabel independen terhadap variabel dependen . Kriteria dari Uji F yaitu jika nilai signifikan  $F < 0,05$  maka  $H_0$  ditolakk dan  $H_1$  diterima (Ghozali, 2016), sehingga dapat diartikan bahwa semua variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

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

Koefisien Determinasi merupakan alat yang dipergunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menunjukkan variasi variabel dependen. Nilai determinasi ialah  $0$  dan  $1$ , nilai yang mendekati nomor satu bias dikatakan contoh tersebut semakin baik, demikian baik atau buruknya suatu persamaan regresi ditentukan Adjusted R Squarenya yang memiliki nilai antara  $0-1$ .

### **Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda merupakan pengembangan dari regresi linier berganda yang sama digunakan untuk melakukan prediksi permintaan dimasa yang akan datang. Metode regresi linier bergadadigunakan untuk mengetahui hubungan sebab akibat menentukan nilai Y (sebagai variabel terikat) dan untuk memperkirakan nilai-nilai yang berhubungan dengan X (sebagai variabel bebas). Variabel bebas terdiri dari kualitas produk ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), harga ( $X_3$ ) memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y). Perumasan regresi linier berganda yaitu sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

$\alpha$  = Konstanta

$b_{123}$  = Koefisien regresi

$X_1$  = Kualitas Produk

$X_2$  = Kualitas Pelayanan

$X_3$  = Harga

### Definisi Variabel

Variabel menurut (Sugiyono 2019) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini menggunakan variabel dependen dan independen.

Variabel bebas (Independen) : variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2019). Dalam variabel ini terdapat variabel bebas yaitu kualitas produk ( $X^1$ ), kualitas pelayanan ( $X^2$ ), harga ( $X^3$ ).

Variabel terikat atau (dependen) : variabel yang dipengaruhi atau akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikatnya yaitu kepuasan pelanggan (Y).

### Pengukuran Variabel

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pengukuran *skala likert*. Menurut (Sugiyono, 2019) *skala likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu objek fenomena tertentu. Pengukuran untuk masing-masing variabel bebas dilakukan dalam bentuk *scoring* yaitu kegiatan yang berupa penelitian atau penghargaan yang berupa angka-angka kuantitatif yang diperlukan dalam perhitungan hipotesis. Penelitian ini jawaban yang diberikan oleh konsumen kemudian diberi skor dengan mengacu pada pengukuran data interval yaitu dengan teknik *agree-disagree scale* dengan mengembangkan pernyataan yang menghasilkan jawaban setuju- tidak setuju dalam berbagai rentang nilai (Sugiyono, 2019). Urutan skala terdiri dari :

1. Sangat Setuju (SS)
2. Setuju (S)
3. Netral (N)

- 4. TidakSetuju (TS)
- 5. Sangat TidakSetuju (STS)

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

Hasil Uji Validitas diketahui variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan memiliki nilai r-hitung > r-tabel dan nilai sig > 0.05, sehingga pernyataan pada masing-masing variabel tersebut dikatakan valid.

Variabel	Indikator	R hitung	R table	Sig.	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X 1.1	0.883**	0,1654	0,000	Valid
	X 1.2	0.877**	0,1654	0,000	Valid
	X 1.3	0.898**	0,1654	0,000	Valid
	X 1.4	0.860**	0,1654	0,000	Valid
	X 1.5	0.828**	0,1654	0,000	Valid
Kualitas pelayanan (X2)	X 2.1	0.717**	0,1654	0,000	Valid
	X 2.2	0.862**	0,1654	0,000	Valid
	X 2.3	0.846**	0,1654	0,000	Valid
	X 2.4	0.864**	0,1654	0,000	Valid
	X 2.5	0.721**	0,1654	0,000	Valid
Harga (X3)	X 3.1	0.690**	0,1654	0,000	Valid
	X 3.2	0.830**	0,1654	0,000	Valid
	X 3.3	0.855**	0,1654	0,000	Valid
	X 3.4	0.818**	0,1654	0,000	Valid
	X 3.5	0.760**	0,1654	0,000	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y 1.1	0.676**	0,1654	0,000	Valid
	Y 1.2	0.768**	0,1654	0,000	Valid
	Y 1.3	0.830**	0,1654	0,000	Valid
	Y 1.4	0.805**	0,1654	0,000	Valid
	Y 1.5	0.499**	0,1654	0,000	Valid

Sumber: data primer diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel 1 dapat dilihat bahwa besarnya koefisien korelasi dari seluruh pernyataan terdiri dari 5 pernyataan untuk variable kualitas produk (X1), 5 pernyataan untuk variable kualitas pelayanan (X2), 5 pernyataan untuk variable harga (X3), dan 5 pernyataan untuk Kepuasan Pelanggan (Y). Hasil perhitungan koefisien korelasi (r<sub>xy</sub>) seluruhnya mempunyai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,1654). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dinyatakan valid.

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitiy**

Uji Reliabilitas diketahui bahwa variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan memiliki nilai alpha Cronbach > 0,6 , sehingga variabel tersebut dikatakan reliabel.

Variabel	A cronbach's	A standard	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,918	0,60	Reliabel
Kualitas Peayanan (X2)	0, 862	0,60	Reliabel
Harga (X3)	0, 862	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0, 862	0,60	Reliabel

Sumber: data primer diolah, 2022

Hasil uji reliabilitas di peroleh Alpha Cronbach's sebesar 0,918 untuk variabel Kualitas produk. Alpha Cronbach's pada variabel Kualitas pelayanan 0,862. Alpha Cronbach's pada variabel Harga sebesar 0,862. Sedangkan untuk variabel Kepuasan Pelanggan Alpha Cronbach's sebesar 0,862. Variabel ini dapat dinyatakan reliable karena koefisien Alpha Cronbach semua lebih besar dari  $r$  tabel = 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan pada variable penelitian merupakan pernyataan yang reliabel. Hasil dari keempat analisis reliabilitas diatas dapat diartikan bahwa secara menyeluruh kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini telah dinyatakan reliable.

## UJI ASUMSI KLASIK

### Uji Normalitas

Hasil pengujian statistic Kolmogrov-Smirnov pada table dibawah menunjukkan bagian Sig. dengan nilai sebesar 0,200 artinya nilai tersebut lebih besar dari 0.05.  $0,200 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal atau memenuhi syarat uji normalitas.

**Tabel 3. Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.20865574
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.061
	Negative	-.056
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		200

Sumber: data primer diolah, 2022

### Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas menggunakan collinearity ststistic, data dikatakan tidak terjadi multikolinieritas dimana nilai VIF kurang dari 10 dan tolerance value diatas 0,01.

**Tabel 4. Hasil Uji (Multikolinieritas)**

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas Produk (X1)	.669	1.495
Kualitas Pelayanan (X2)	.604	1.657
Harga (X3)	.754	1.326

Sumber: data primer diolah,2022

Berdasarkan dari table diatas dapat dilihat bahwa besarnya nilai VIF pada variable Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Harga (Y3) kurang dari 10, sedangkan nilai toleransinya diatas 0.01, maka data tersebut bisa dikatakan tidak terjadi multikolinieritas.

### Uji Herokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Apabila varian dari residual satu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Uji ini menggunakan statistic yaitu dengan metode Glejser.

**Tabel 5. Hasil Uji Heterokedastisitas**

Variabel	T	Sig.
Kualitas Produk (X1)	-.480	.632
Kualitas Pelayanan (X2)	-1.520	.132
Harga (X3)	-.238	.812

Sumber: data primer diolah,2022

Berdasarkan table diatas dinyatakan bahwa variable Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Harga (X3 ) tidak terjadi gejala heterokedastisitas, di karenakan nilai signifikan nya lebih besar dari 0,05.

### UJI HIPOTESIS

#### Uji F dan Uji t

**Tabel 6. Hasil Uji t**

Model	Unstandaridized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	7.713	1.159		6.655	.000
Kualitas Produk(X1)	.273	.047	.434	5.781	.000
Kualitas Pelayanan (X2)	.238	.062	.304	3.850	.000
Harga (X3)	.185	.054	.242	3.421	.001

Sumber: data primer diolah,2022

Variabel bebas dan variabel terkait dapat dikatakan signifikan jika nilai sig. pada Uji t,  $< 0,05$ . Berdasarkan tabel 7 terlihat bahwa kualitas produk (X1) memiliki nilai sig. 0,000 ( $< 0,05$ ) maka kualitas produk (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Nilai sig. dari kualitas pelayanan (X2) ialah 0,000 ( $< 0,05$ ) maka Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Variabel harga (X3) memiliki nilai sig. 0,001 ( $< 0,05$ ) dapat dikatakan bahwa harga (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

**Tabel 7. Hasil Uji F**

Model	Sum Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regresi	254.766	3	84.922	56.370	.000 <sup>b</sup>
Residual	144.624	96	1.507		
Total	399.390	99			

Sumber: data primer diolah,2022

Berdasarkan tabel 8 hasil uji F menunjukkan nilai sig.  $0.000 < 0,05$  yang berarti signifikan, maka dapat diartikan bahwa variabel kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), harga (X3) berpengaruh secara bersama sama atau simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

### Analisis Linear Berganda

**Tabel 8. Regresi Linear Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
Constant		7.713	1.159			6.655	
Kualitas Produk (X1)	Produk	.273	.047	.434		5.781	0.000
Kualitas Pelayanan (X2)	Pelayanan	.238	.062	.304		3.850	0.000
Harga (X3)		.185	.054	.242		3.421	0.001

Sumber: data primer diolah 2022

Berdasarkan hasil dari coefficient di atas dapat dikembangkan dengan menggunakan model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

Kepuasan pelanggan =  $\alpha + \beta_1$  Kualitas produk +  $\beta_2$  Kualitas pelayanan +  $\beta_3$  Harga + e apabila nilai pada tabel 7 diatas di substitusikan maka akan diperoleh nilai sebagai berikut:

Kepuasan Pelanggan (Y) =  $7,713 + 0,273 X_1 - 0,238 X_2 + 0,185 X_3$  Dari persamaan Regresi Linear Berganda di atas, menjelaskan bahwa :

1. Nilai konstanta sebesar 7,713 atau konstanta bernilai positif, artinya jika variable Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X3) bernilai konstan, maka variable Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 7,713.

2. Nilai koefisien regresi Kualitas Produk ( $b_1$ ) bernilai positif yang memiliki nilai sebesar 0,273 yang berarti apabila Kualitas Produk meningkat satu-satuan maka Kepuasan Pelanggan juga mengalami peningkatan sebesar 0,273, dengan anggapan bawasannya hanya variable kualitas produk yang digunakan dan variable Kualitas Pelayanan dan Harga dianggap bernilai 0 atau konstan.
3. Koefisien regresi Kualitas Pelayanan ( $b_2$ ) bernilai positif yang memiliki nilai sebesar 0,238 yang berarti apabila Kualitas Pelayanan meningkat satu satuan maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,238 satuan dengan anggapan bawasannya hanya variabel kualitas produk yang digunakan dan variable Kualitas Pelayanan dan Harga dianggap bernilai 0 atau konstan.
4. Koefisien regresi Harga ( $b_3$ ) bernilai positif yang memiliki nilai sebesar 0,185 yang berarti apabila Harga meningkat satu-satuan maka Kepuasan Pelanggan juga mengalami peningkatan sebesar 0,185, dengan anggapan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan konstan.

### **Analisis Koefisien determinasi**

**Tabel 9. Hasil Koefisien determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of Estimate	Durbin-Watson
1	.799	.638	.627	1,227	2,164

Sumber: data primer diolah, 2022

Hasil uji koefisien determinasi memperoleh nilai R Square sebesar 0.638 atau 63,8 %. Hal tersebut dapat di artikan kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), harga (X3) mempunyai kontribusi sebesar 63,8 % terhadap kepuasan konsumen sedangkan sisanya 36,2 % dapat dipengaruhi oleh variable lain.

### **PEMBAHASAN**

#### **Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan**

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan, sehingga rumusan masalah dan tujuan dalam penelitian ini dapat diselesaikan, berdasarkan uji hipotesis 4 diperoleh hasil F hitung lebih besar dari pada F tabel yaitu = (56.370 > 3,094) dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sehingga disimpulkan bahwa hipotesis 4 diterima, yang



berarti bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan Roti Bakar.

### **Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk memiliki nilai sig. sebesar 0,000 ( $<0,05$ ) yang berarti kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Roti Bakar, yang berarti bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan. Hal ini berarti kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Sehingga kualitas produk mampu membuat pelanggan tidak merasa ragu untuk melakukan pembelian maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan pada Roti Bakar.

### **Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan**

Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memiliki nilai sig. sebesar 0,000 ( $<0,05$ ) yang berarti kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Roti Bakar.

### **Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga memiliki nilai sig. 0,001 ( $<0,05$ ) yang berarti harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Roti Bakar, sehingga H3 diterima. Hal ini dapat ditarik kesimpulan bahwa harga pada roti bakar memberikan kualitas harga yang terjangkau.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa :

1. Variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan roti bakar.
2. Variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan roti bakar.
3. Variabel harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan roti bakar.

4. Variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan roti bakar.

## **SARAN**

Saran dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi Roti bakar

Saran peneliti supaya masyarakat lebih tertarik terhadap roti bakar sebaiknya kedai dapat meningkatkan inovasi produk yang lebih baik misalnya dari segi isian, topping, dan rasa dari roti bakar tersebut. Seharusnya kedai roti bakar selalu upgrade melakukan inovasi untuk pembaruan produk agar pelanggan tetap tertarik dan pelanggan yang telah percaya terhadap produk roti bakar puas dan selalu mengingat roti bakar tersebut saat melakukan pembelian, karena rasa kepuasan pelanggan dapat berdampak terhadap proses pemasaran yang dilakukan roti bakar tersebut. Alangkah lebih baik jika kedai roti bakar tersebut melakukan hal baru dengan inovasi produk yang lebih banyak lagi.

2. Bagi Peneliti selanjutnya

Saran bagi peneliti selanjutnya agar dapat lebih mengembangkan kembali variabel penelitian serta dapat menambahkan jumlah sampel yang besar dan factor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Hal ini disarankan agar dapat mengetahui bahwa, jika masih terdapat banyak faktor yang mungkin dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, karena penelitian ini masih terbatas karena ketentuan waktu maka diharap penelitian lain bias melakukan penelitian tidak terbatas.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Firmansyah, Anang M. 2019. *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Pasuruan : Qiara Media.
- Kotler, P., & Armstrong, D. G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (13th ed.)*. Erlangga.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Edisi Kedua Puluh Tiga.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- <https://jateng.bps.go.id/indicator/12/766/1/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-di-jawa-tengah.html>
- <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/971/3/29160320%20-%20VENNY%20LIEANA%20-%20bab%202.pdf>
- <https://www.google.com/search?q=data+konsumsi+roti+di+indonesia&tbm=isch&hl=en&client=ms-android-oppo-rvo2&prmd=niv&sa=X&ved=2ahUKEwiMzOSA7pT-AhXBieYKHWZZBUMQrNwCKAB6BAgBEDc&biw=360&bih=668#imgrc=1qtS43NmjIF6rM&Inspr=W10=>

- Aditya, R. B. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 17(1), 61-68.
- Adli, M. F., Wijayanto, A., & Farida, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Nako. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 321-331.
- Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 49-63.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Toi. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37– 44.
- Loo, p. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pasar Swalayan Maju Bersama Glugur. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 6(1), 68-78.
- Mandey, S. L. (2018). Pengaruh Inovasi Produk, Tempat Dan Promosi Terhadap Kinerja Pemasaran Motor Suzuki (Pada Pt. Sinar Galesong Mandiri Cab. Malalayang). *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Nurramaadhanti, D. H., & Yulia, Y. A. (2021). Efek Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai Sha'ring Karanganyar. *Excellent*, 8(2), 161-167.
- Pahlawan, M. R., Nurlia, N., Laba, A. R., Pakki, E., & Hardiyono, H. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (Pdam) Kota Makassar. *Journal of applied business administration*, 3(2), 228-244.
- Halin, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Semen Baturaja di Palembang Pada PT Semen Baturaja (PERSERO) Tbk. *Jurnal Ecoment Global: Kajian Bisnis dan Manajemen*, 3(2), 79-94.
- Hastuti, I. N. D., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Bakso Tukul Arwana Cabang Season City Jakarta Barat. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(1), 124-133.
- Kusumawardani, B. H., & Achsa, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Mie Gacoan Magelang. *TRANSEKONOMIKA: AKUNTANSI, BISNIS DAN KEUANGAN*, 3(1), 148-161.
- Linardi, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Online Shop Rl\_Watch. *Agora*, 7(1).
- Riawan, R., & Setyaningrum, A. (2018). Studi Mengenai Pengaruh Self Expressive, Hedonic Product, Brand Trust Dan Brand Engagement Terhadap Brand Love Pada Produk Smartphone Samsung. *Prosiding Working Papers Series In Management*, 10(2), 147– 162.
- Rohaeni, Heni, Marwa, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312–318. <https://doi.org/10.53978/jd.v5i1.45>
- Savitri, C., & Anggela, F. P. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan pelanggan PT. XXX. *Buana ilmu*, 4(2), 234-252.

- Suryani, Ade Ni 2019. Pengaruh Kualitas Produk Herbalife Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Club Sehat Sky Town. *Jurnal Adminika*, Volume.5no.1 Januari - Juli 2019.
- Suwarsito, S., & Aliya, S. (2020). Kualitas Layanan dan Kepuasan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(1), 27-35.
- Wahana, S. T., & Ningratri, Y. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Dippo 88 Cafe Lubuk Pakam. *CIVITAS: Jurnal Studi Manajemen*, 4(2).
- Wibisono, H. B., & Achsa, A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Servis Kendaraan. *Journal IMAGE* |, 9(2), 92–100.
- Zakaria, D. G., & Suwitho, S. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(4).