

## PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN D'BESTO PADA CABANG MERUYUNG DI KOTA DEPOK JAWA BARAT

Iqra Nur Alam<sup>1</sup>, Masran Mustakim<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan  
e-mail: <sup>1</sup>iqranuralam01@gmail.com

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan  
e-mail: <sup>2</sup>dosen01037@unpam.ac.id

### Abstract

*This research aims to determine the effect of product quality and price on consumer satisfaction at D'Besto Meruyung Branch, Depok City, West Java. The method used is a quantitative method. The sampling technique used is Probability Sampling with Random Sampling type. The number of samples used in this research was 100 respondents. Data analysis techniques use instrument tests, namely validity and reliability tests, classic assumption tests, namely normality test, multicollinearity test, autocorrelation test, heteroscedasticity test, multiple linear regression test, correlation coefficient test, coefficient of determination and hypothesis test. tests, namely the t test and F test. The results of this research are that product quality has a significant effect on consumer satisfaction with the regression equation  $Y = 21.324 + 0.487X_1$ . Hypothesis testing obtained a value of  $t_{count} > t_{table}$  ( $6.681 > 1.660$ ). Price has a significant effect on customer satisfaction with the regression equation  $Y = 15.191 + 0.625X_2$ . Hypothesis testing obtained a value of  $t_{count} > t_{table}$  ( $8.623 > 1.660$ ). Product quality and price simultaneously have a significant effect on customer satisfaction with the regression equation  $Y = 12.894 + 0.207X_1 + 0.481X_2$ . Hypothesis testing obtained a value of  $f_{count} > f_{table}$  ( $42.150 > 3.090$ ). Thus it can be concluded that product quality and price have a positive and significant effect on customer satisfaction.*

*Keywords: Product Quality; Price; Customer Satisfaction*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada D'Besto Cabang Meruyung Di Kota Depok Jawa Barat. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Probability Sampling dengan jenis Random Sampling. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik analisa data dengan uji instrumen yaitu uji validitas dan uji reabilitas, uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, uji regresi linear berganda, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis yaitu uji t dan uji F. Hasil penelitian ini adalah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan persamaan regresi  $Y = 21,324 + 0,487X_1$ . Uji hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,681 > 1,984$ ). Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan persamaan regresi  $Y = 15,191 + 0,625X_2$ . Uji hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $8,623 > 1,984$ ). Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan persamaan regresi  $Y = 12,894 + 0,207X_1 + 0,481X_2$ . Uji hipotesis diperoleh nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  ( $42,150 > 3,090$ ). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : Kualitas Produk; Harga; Kepuasan Pelanggan

## 1. PENDAHULUAN

D'Besto adalah perusahaan ayam goreng asli di Indonesia, dengan fokus pada layanan kecil dan cepat, menu yang lebih kontemporer yakni ayam goreng, burger unik, dan kentang goreng yang cocok untuk orang dewasa dan anak-anak. D'besto secara konsisten mempertahankan integritas ayam krispi kuno dengan interpretasi modernnya, serta secara konsisten menanggapi preferensi pelanggan, jenis kelamin, dan jumlah peluncuran produk baru. Ini berarti bahwa D'besto secara konsisten berinovasi dalam menciptakan merek yang menghormati kebutuhan pasar dengan terus meningkatkan kualitas, layanan, dan penawaran produk.

Visi D'Besto adalah menjadi perusahaan nasional dengan hubungan yang kuat dengan beberapa kota, berkontribusi pada pembangunan ekonomi nasional dengan menawarkan lebih banyak peluang kerja dan bisnis kepada warga Indonesia daripada negara lain dalam bentuk kemitraan. Misi D'Besto adalah untuk menyediakan makanan sehat, tinggi protein dengan harga terjangkau untuk sebanyak mungkin orang Indonesia, dengan bahan-bahan halal yang bersih.

Dalam situasi lain, meskipun ada banyak makanan yang tersedia di pasar, ini tidak membuat sikap pelanggan terhadap makanan menurun, bahkan sampai titik di mana makanan menjadi kebutuhan yang paling penting. Faktor utama yang menyebabkan pelanggan tidak tertarik pada produk yang dijual adalah kualitas dan harga mereka. Dalam situasi lain, meskipun ada banyak makanan yang tersedia di pasar, ini tidak membuat sikap pelanggan terhadap makanan menurun, bahkan sampai titik di mana makanan menjadi kebutuhan yang paling penting. Faktor utama yang menyebabkan pelanggan tidak tertarik pada produk yang dijual adalah kualitas dan harga mereka. Seperti yang dinyatakan oleh Lumintang dan Jopie (2015:1292), "Kualitas produk merupakan indikator utama yang dapat mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian pada barang atau produk yang ditawarkan kepada mereka di pasaran."

Kualitas produk D'Besto memiliki produk yang berbeda dengan pesaingnya. Selain itu,

produk ayam yang dijual memiliki ukuran yang agak tidak teratur. Selain itu, makanan cepat saji ini harus disiapkan sebaik mungkin, karena ayam yang pengolahannya kurang baik menjadikan ayam yang dihasilkan kurang dalam segi tingkat kematangan hingga bumbu yang kurang matang. Kualitas produk dan harga adalah faktor penting bagi D'Besto karena dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kualitas produk dan harga adalah hal penting bagi D'Besto yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. D'Besto kurang mempertimbangkan kualitas produk dan harga, yang mengakibatkan sejumlah besar pelanggan yang tidak puas. Hal ini ditunjukkan oleh fakta bahwa tujuan yang ditetapkan D'Besto tidak tercapai sebagai akibat dari fluktuasi harga yang ditawarkan dan produk yang dijual tidak memenuhi harapan. Daftar menu yang dijual D'Besto antara lain:

Tabel 1. 1 Daftar Menu D'Besto

Menu	Harga Jual
Sayap	Rp. 9.000
Paha Bawah	Rp. 10.000
Dada	Rp. 12.000
Paha Atas	Rp. 12.000
Nasi	Rp. 5.000
Spagheti	Rp. 11.000
Paket Sadas	Rp. 14.500
Kentang Goreng	Rp. 7.000
Burger	Rp. 15.000
Ayam Geprek	Rp. 14.000
Air Mineral	Rp. 3.000
The Botol Kotak	Rp. 4.500
Milo	Rp. 7.000

Berdasarkan tabel di atas untuk menu D'Besto, ada berbagai pilihan menu. D'Besto akan berupaya meningkatkan kepuasan pelanggan karena ada banyak pilihan bagi pelanggan untuk memilih, memungkinkan mereka untuk menyesuaikan pengalaman mereka sesuai dengan keinginan mereka. Dengan itu, pelanggan akan puas dengan pilihan yang ditawarkan D'Besto dan pilihan yang mereka pilih tersedia. Dengan item menu yang tersedia secara banyak untuk dibeli, akan memberi D'Besto kesempatan untuk meningkatkan kinerja penjualan. Oleh karena itu, sebuah survei awal diperlukan, menganalisis tanggapan responden berdasarkan standar kualitas produk yang ditetapkan oleh D'Besto. Berikut adalah hasil pra survei yang sudah dibuat kepada responden:

Tabel 1. 2 Pra Survey Kualitas Produk

No	Pernyataan	Jawaban (%)		Jumlah responden	Target %	Interpretasi
		Ya	Tidak			
1.	Apakah hasil pembuatan ayam D'Besto memuaskan? (Kinerja)	57	43	30	100%	Baik
2.	Apakah ukuran fried chicken D'Besto sesuai harapan pelanggan? (Fitur)	33	67	30	100%	Kurang Baik
3.	Apakah tepung D'Besto dapat diandalkan kenyahannya? (Kehandalan)	35	65	30	100%	Kurang Baik
4.	Apakah kualitas produk D'Besto sesuai dengan harapan pelanggan? (Kesesuaian)	63	37	30	100%	Baik
5.	Apakah produk D'Besto dapat bertahan lama? (Ketahanan)	33	67	30	100%	Kurang Baik
6.	Apakah D'Besto menerima kritik dan saran? (Kemudahan Layanan Perbaikan)	70	30	30	100%	Baik

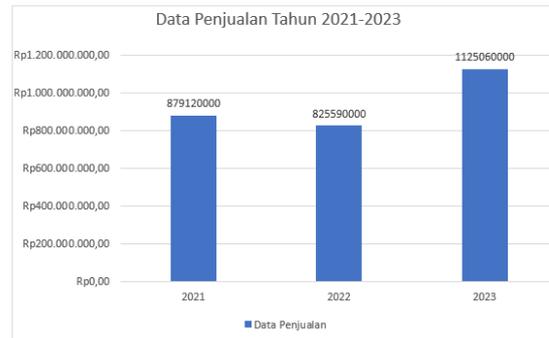
Sumber : Data Pra-Survey D'Besto Pada Cabang Meruyung Depok 2023  
 Sugiyono (2010 : 137)  
 Interval Interpretasi  
 0% - 24,99% Tidak Baik  
 25% - 49,99% Kurang Baik  
 50% - 74,99% Baik  
 75% - 100% Sangat Baik

Berdasarkan pada tabel 1.2 diatas, maka dapat disimpulkan bahwa saya melakukan pra survey dari 30 responden terhadap variabel kualitas produk yang saya teliti, dari data diatas menunjukkan bahwa pada indikator Kinerja pada pernyataan 1 diatas yang menjawab “Ya” menghasilkan 57% maka dapat disimpulkan bahwa pendapat responden diatas Baik. Pada Indikator Fitur penyataan 2 diatas yang menjawab “Ya” menghasilkan 33% maka dapat disimpulkan bahwa pendapat responden diatas Kurang Baik. Pada indikator Kehandalan pernyataan 3 diatas yang menjawab “Ya” menghasilkan 35% maka dapat disimpulkan bahwa pendapat responden diatas Kurang Baik. Pada indikator Kesesuaian pernyataan 4 diatas yang menjawab “Ya” menghasilkan 63% maka dapat disimpulkan bahwa pendapat responden diatas Baik. Pada indikator Ketahanan pernyataan 5 diatas yang menjawab “Ya” menghasilkan 33% maka dapat disimpulkan bahwa pendapat responden diatas Kurang Baik. Pada indikator Kemudahan Layanan Perbaikan pernyataan 6 diatas yang menjawab “Ya” menghasilkan 70% maka dapat disimpulkan bahwa pendapat responden diatas Baik. Berikut data penjualan D'Besto Cabang Meruyung Depok:

Tabel 1. 3 Data Penjualan Tahun 2020-2022

2021	2022	2023
Rp. 879.120.000	Rp. 825.590.000	Rp. 1.125.060.000

Sumber : Data Penjualan D'Besto Cabang Meruyung Depok



Gambar 1. 1 Data Penjualan Tahun 2021-2023

Berdasarkan gambar 1.1 diatas, dapat dilihat bahwa pada tahun 2021 mengalami penurunan dengan penjualan sebesar Rp 879.120.000, Pada tahun 2022 mengalami penurunan kembali penjualan sebesar Rp 825.590.000. dan tahun 2023 mengalami peningkatan dengan penjualan sebesar Rp 1.125.060.000.

Tabel 1. 4 Data Penjualan Perbulan (Dalam Tiga Tahun Terakhir)

Bulan	Penjualan Tahun 2021	Persentase %	Jumlah Pelanggan	Penjualan Tahun 2022	Persentase %	Jumlah Pelanggan	Penjualan Tahun 2023	Persentase %	Jumlah Pelanggan
Januari	Rp.74.350.000	8%	730	Rp.63.950.000	7,75%	733	Rp.91.500.000	8,13%	775
Februari	Rp.72.280.000	8%	727	Rp.68.450.000	8,29%	682	Rp.92.550.000	8,23%	798
Maret	Rp.75.550.000	9%	745	Rp.73.050.000	8,83%	728	Rp.93.750.000	8,33%	800
April	Rp.75.750.000	8,62%	740	Rp.67.580.000	8,19%	677	Rp.94.050.000	8,36%	818
Mei	Rp.76.140.000	8,66%	760	Rp.69.720.000	8,44%	685	Rp.92.250.000	8,20%	790
Juni	Rp.66.980.000	7,62%	676	Rp.68.280.000	8,27%	678	Rp.90.750.000	8,07%	765
Juli	Rp.69.620.000	7,92%	680	Rp.67.580.000	8,19%	677	Rp.90.000.000	8,00%	750
Agustus	Rp.71.450.000	8,13%	718	Rp.68.580.000	8,31%	683	Rp.94.350.000	8,39%	822
September	Rp.72.950.000	8,30%	720	Rp.71.520.000	8,66%	719	Rp.96.000.000	8,53%	840
Oktober	Rp.73.750.000	8,39%	734	Rp.65.350.000	7,92%	657	Rp.97.500.000	8,67%	855
November	Rp.75.350.000	8,57%	746	Rp.66.920.000	8,11%	680	Rp.95.040.000	8,45%	828
Desember	Rp.74.950.000	8,53%	755	Rp.74.610.000	9,04%	746	Rp.97.320.000	8,65%	850
Target Penjualan	Rp.1.000.000.000	87,91 %	8.731	Rp.1.000.000.000	82,56 %	8.345	Rp.1.000.000.000	112,51 %	9.691
Total	Rp.879.120.000			Rp.825.590.000			Rp.1.125.060.000		

Sumber : Data di olah 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa selama 2 (dua) tahun terakhir penjualan pada D'Besto Cabang Meruyung Depok mengalami penurunan pada tahun 2021 sampai 2022, sehingga tidak mencapai target yang ditentukan oleh perusahaan. Pada tahun 2022 D'Besto Cabang Meruyung Depok ini mengalami penurunan yang sangat tinggi. Dalam hal ini mengarah pada kesimpulan bahwa kualitas produk dan harga memiliki dampak atau pengaruh pada kepuasan pelanggan. Pelanggan percaya bahwa D'Besto Cabang Meruyung Depok kurang memperhatikan kualitas produk dan harga seperti yang diinginkan pelanggan.

Begitupun pada harga yang di tetapkan, dari jumlah hingga ukuran produk yang dijual bagi sebagian pelanggan terbilang mahal. Menurut

Tjiptono dan Candra dalam Priansa (2017: 209), harga merupakan bagian penting dari produk dan mencerminkan kualitas produk. Harga untuk produk ayam dengan porsi yang kurang banyak di bandingkan dengan harga satu ayamnya lebih memuaskan dari pada porsi ayam itu sendiri. Dari segi kualitas produk dan harga ini dapat dilihat bahwa terdapat faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Meskipun begitu terdapat banyak pesaing yang menjual makanan cepat saji dengan kualitas serta harga yang bisa menjadi ancaman untuk dbesto sendiri. Berikut ini merupakan perbandingan harga produk fried chicken dari berbagai tempat:

Tabel 1. 5 Daftar Perbandingan Harga *Fried Chicken*

D'Besto Meruyung		Hisana Pasir Putih		Sabana Pancoran Mas	
Keterangan	Harga Jual	Keterangan	Harga Jual	Keterangan	Harga Jual
Paha Bawah	Rp. 10.000,-	Paha Bawah	Rp. 9.000,-	Paha Bawah	Rp. 8.000,-
Dada	Rp. 12.000,-	Dada	Rp. 11.000,-	Dada	Rp. 10.000,-
Sayap	Rp. 9.000,-	Sayap	Rp. 9.000,-	Sayap	Rp. 8.000,-
Paha Atas	Rp. 12.000,-	Paha Atas	Rp. 10.000,-	Paha Atas	Rp. 10.000,-

Sumber : Daftar harga kompetitor

Dari data perbandingan harga diatas dapat diketahui bahwa D'besto memiliki keunggulan dari segi harga. Namun, harga yang ditawarkan D'besto terbilang cukup mahal dari pesaingnya. Dengan harga yang ditetapkan tersebut kualitas D'besto tidak sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan, karena pesaingnya memiliki kualitas produk yang lebih baik. Dengan ini, dapat disimpulkan bahwa adanya persaingan harga karena setiap produk dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dilihat dari harga pesaingnya. Untuk melakukan pembelian berdasarkan kebutuhan dan keinginan yang puas, kualitas produk yang diberikan kepada pelanggan merupakan bagian yang penting. Dalam memenuhi kebutuhan makan, pelanggan juga mempertimbangkan produk yang di jual karena pelanggan menginginkan kepuasan terhadap produk yang dibelinya.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2017: 177), dikutip dari bukunya Manajemen Pemasaran, "Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dialami seseorang setelah membandingkan hasil suatu produk yang bersangkutan terhadap kinerja yang diharapkan." Berdasarkan uraian tersebut maka, pelanggan tidak hanya memikirkan kebutuhan makanannya terpenuhi, melainkan pelanggan juga

dapat menikmati yang telah dibelinya. Dengan begitu pelanggan akan merasa puas terhadap produk yang dibelinya. Berikut data kepuasan pelanggan D'Besto Pada Cabang Meruyung Di Depok Jawa Barat dibawah ini:

Tabel 1. 6 Data Kepuasan Pelanggan D'Besto Pada Cabang Meruyung

No	Pernyataan	Jawaban (%)		Jumlah responden	Target %	Interprestasi
		Ya	Tidak			
1.	Pelanggan akan tetap setia membeli D'Besto (Tetap setia)	53	47	30	100%	Baik
2.	Pelanggan akan membeli menu lain yang ditawarkan D'Besto (Membeli produk yang ditawarkan)	87	13	30	100%	Sangat Baik
3.	Pelanggan akan merekomendasikan produk D'Besto kepada teman-teman/keluarga (Merekomendasikan produk)	57	43	30	100%	Baik
4.	Pelanggan tertarik terhadap promo menarik yang ditawarkan D'Besto walaupun harus membayar lebih (Bersedia membayar lebih)	40	60	30	100%	Kurang Baik
5.	D'Besto selalu membuka saluran masukan dan saran terhadap kualitas produk dan harga (Memberi masukan)	83	17	30	100%	Sangat Baik

Sumber : Data Pra-Survey D'Besto Pada Cabang Meruyung Depok 2023

Sugiyono (2010 : 137)

Interval Interpretasi

0% - 24,99% Tidak Baik

25% - 49,99% Kurang Baik

50% - 74,99% Baik

75% - 100% Sangat Baik

Berdasarkan pada tabel 1.6 diatas, maka dapat disimpulkan bahwa saya melakukan pra survey dari 30 responden terhadap variabel kualitas produk yang saya teliti, dari data diatas menunjukkan bahwa pada pernyataan 1 diatas yang menjawab "Ya" menghasilkan 53% maka dapat disimpulkan bahwa pendapat responden diatas Baik. Pada pernyataan 2 diatas yang menjawab "Ya" menghasilkan 87% maka dapat disimpulkan bahwa pendapat responden diatas Sangat Baik. Pada pernyataan 3 diatas yang menjawab "Ya" menghasilkan 57% maka dapat disimpulkan bahwa pendapat responden diatas Baik. Pada pernyataan 4 diatas yang menjawab "Ya" menghasilkan 40% maka dapat disimpulkan bahwa pendapat responden diatas Kurang Baik. Pada pernyataan 5 diatas yang menjawab "Ya" menghasilkan 83% maka dapat disimpulkan bahwa pendapat responden diatas Sangat Baik. Berikut data keluhan pelanggan pada D'Besto cabang meruyung Depok:

Tabel 1. 7 Data Keluhan Pelanggan D'Besto

No	Bentuk Komplain	Frekuensi	Persen(%)
1	Ukuran dari ayam D'Besto kecil	35	35
2	Tepung dari ayam kurang crispy	20	20
3	Menu banyak yang kosong	15	15
4	Harga dan Pembayaran	20	20
5	Karyawan dan Layanan	10	10
	<b>Total</b>	100	100%

Sumber : Didapat dari objek penelitian

## 2. PENELITIAN YANG TERKAIT

Ahmad Maulana Irfanudin, Universitas Pamulang Jurnal Semarak, Vol. 2 No 1 Februari (2019) P-ISSN: 2615-6849 E-ISSN: 2622-3686 Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada XL Center PT. Axiata Tbk). Metode ini menggunakan analisis regresi linier berganda. 1) Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga dan kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Stephani Imanuela Laetitia, Elke Alexandrina, Satria Fajar Adrianto, Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR Jurnal Alamiah Manajemen Ekonomi dan Akutansi, Vol. 5 No 1 Januari-April (2021) P-ISSN : 2541-5255 E-ISSN : 2621-5306 Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Tanamera Coffe Pacific Place. Metode ini menggunakan kuantitatif. 1) Hasil penelitian ini yakin bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Riri Oktarini, Universitas Pamulang Jurnal Ilmiah Ilmu Sekertaris/Administrasi Perkantoran, Vol. 6 No 2 Juni (2019) P-ISSN : 2354-6557 E-ISSN : 2614-5456 Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek Di Kota Tangerang. Metode ini menggunakan asosiatif kausal. 1) Hasil dari penelitian ini menunjukkan secara parsial dan secara simultan kualitas pelayanan dan harga memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi gojek di kota tangerang

Gina Beta Nurlia, Mahmud, Universitas Persada Indonesia Y.A.I Jakarta. Jurnal Ikraith Ekonomika, Vol. 4 No 2 Juli (2021) P-ISSN : 2654-4946 E-ISSN : 2654-7538. Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Kiyomi Jeans Di ITC Cempaka Mas Jakarta Pusat. Metode ini

menggunakan kuantitatif. 1) Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Indy, Andi Surya Rahmana dan Tuti Adriliyani, Universitas Pamulang. Humanities, Management dan Science Proceedings, Vol. 1 No 2 November, Maret, Juli (2021) P-ISSN : 2746-2250 E-ISSN : 2746-4482. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Domino's Pizza Indonesia Cabang Giant CBD Bintaro, Tangerang Selatan. Metode ini menggunakan kuantitatif. 1) Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Monica Maria, Yusak Anshori, Universitas Ciputra Surabaya. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan, Vol. 6 No. 1 September (2016) P-ISSN : 2548-2149 E-ISSN : 1979-3650. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan King Cake. Metode ini menggunakan kuantitatif. 1) Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan

Alvin Mariansyah, Amirudin Syarif, Universitas Bina Darma. Jurnal Ilmiah Bina Manajemen, Vol. 3 No. 2 September (2020) P-ISSN : 2085-0336 E-ISSN : 2655-6531 Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Kabalu Metode ini menggunakan kuantitatif. 1) Hasil penelitian ini diketahui bahwa variabel kualitas produk tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Fadillah, Universitas Pamulang. Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi, Vol. 4 No.3 Oktober (2021) P-ISSN : 2615-6849 E-ISSN : 2662-3686. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Prodi Sarjana Manajemen Universitas Pamulang . Metode ini menggunakan kuantitatif. 1) Hasil kajian ini menunjukkan bahwa aritmetik t adalah 1,976 lebih besar daripada t jadual 2,00 dengan nilai sig 0,000<0,05, maka H01 ditolak dan Ha1 diterima. Yang bermaksud bahwa kualiti perkhidmatan memberi kesan positif dan signifikan terhadap pemboleh ubah kepuasan pelajar

Abdul Gofur, Universitas Islam Attahiriyah. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis, Vol. 4, No.1 Juni (2019) P-ISSN: 2581-2165. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. Metode ini menggunakan kuantitatif. 1) Hasil Penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan

### 3. METODE PENELITIAN

#### a. Uji Instrumen Data

Analisis data ini dilakukan setelah data diperoleh dari sampel melalui instrumen, dan akan digunakan untuk menjawab masalah dalam penelitian atau untuk menguji hipotesis yang diajukan.

##### 1) Uji Validitas

Sugiyono (2019) menyatakan suatu skala atau instrumen pengukuran dapat dikatakan valid apabila alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa saja yang diukur. Jika  $r$ -hitung  $>$   $r$ -tabel maka instrumen dikatakan valid. Jika  $r$ -hitung  $<$   $r$ -tabel maka instrumen dikatakan tidak valid. Adapun rumus yang digunakan dalam melakukan pengujian ini

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

##### 2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Susan Stainback (1998) dalam Sugiyono (2015:267-268) menyatakan bahwa reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistic (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Rumus reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus metode cronbach alpha

$$rca = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum S_i^2}{\sum St^2}\right)$$

#### b. Uji Asumsi Klasik

##### 1) Uji Normalitas

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

##### 2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah suatu model regresi penelitian terdapat korelasi antar variabel independen (bebas).

##### 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018:120).

##### 4) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah hubungan antara residual satu observasi dengan residual observasi lainnya (Winarno, 2015:5.29).

#### c. Analisis Regresi Linier

##### 1) Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah regresi linear dimana variabel yang terlibat di dalamnya hanya dua, yaitu variabel terikat Y, dan satu variabel bebas X serta berpangkat satu.

$$Y = a + b.X$$

##### 2) Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2017:275) analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, apabila peneliti meramalkan bagaimana naik turunnya keadaan variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dinaik turunkan nilainya (dimanipulasi).

$$Y = (a + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \epsilon)$$

#### d. Uji Koefisien Korelasi

Menurut Sugiyono (2018:286) korelasi parsial digunakan untuk analisis atau pengujian hipotesis apabila peneliti bermaksud untuk mengetahui pengaruh atau hubungan variabel independen dengan dependen, dimana salah satu variabel independennya dikendalikan (dibuat tetap). Perhitungan korelasi parsial dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut

$$R_{y_{x_1}, x_2} = \frac{ry_{x_1} - ry_{x_2} \cdot rx_1x_2}{\sqrt{1 - r^2_{x_1x_2}} \sqrt{1 - r^2_{yx_2}}}$$

e. Analisis Koefisien Determinasi

Dalam penelitian ini, analisis determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menerangkan variasi variabel dependen. Untuk mengetahui nilai dari koefisien determinasi, maka dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut

$$KD = r^2 \times 100\%$$

f. Uji Hipotesis

1) Uji Regresi Parsial (Uji t)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2017:22). Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikan < 0,05 maka Ha diterima dan H0 ditolak, berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b) Jika nilai signifikan > 0,05 maka Ha ditolak dan H0 diterima, berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

2) Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen. Hipotesis akan diuji dengan menggunakan tingkat signifikansi (a) sebesar 5 persen atau 0.05. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis akan didasarkan pada nilai

probabilitas signifikansi. Jika nilai probabilitas signifikansi < 0.05, maka hipotesis diterima. Hal ini berarti model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel independen. Jika nilai probabilitas signifikansi > 0.05, maka hipotesis ditolak. Hal ini berarti model regresi tidak dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Validitas

Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel (X1)

Item Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X1-1	0,576	0,1966	VALID
X1-2	0,413	0,1966	VALID
X1-3	0,579	0,1966	VALID
X1-4	0,650	0,1966	VALID
X1-5	0,550	0,1966	VALID
X1-6	0,604	0,1966	VALID
X1-7	0,638	0,1966	VALID
X1-8	0,611	0,1966	VALID
X1-9	0,599	0,1966	VALID
X1-10	0,500	0,1966	VALID

Hasil uji validitas tabel 4.8 di atas, Kualitas Produk (X1) menunjukkan bahwa semua item atau nilai potensial dalam variabel Kualitas Produk (X1) valid, dengan nilai r hitung > r tabel (0, 1966). Maka, data yang dipakai pada penelitian ini layak untuk diteliti.

Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel (X2)

Item Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X2-1	0,583	0,1966	VALID
X2-2	0,675	0,1966	VALID
X2-3	0,561	0,1966	VALID
X2-4	0,598	0,1966	VALID
X2-5	0,569	0,1966	VALID
X2-6	0,605	0,1966	VALID
X2-7	0,546	0,1966	VALID
X2-8	0,455	0,1966	VALID
X2-9	0,645	0,1966	VALID
X2-10	0,604	0,1966	VALID

Hasil uji validitas tabel 4.9 di atas, Harga (X2) menunjukkan bahwa semua item atau nilai potensial dalam variabel Harga (X2) valid, dengan nilai r hitung > r tabel (0,1966). Maka, data yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk diteliti.

Tabel 4. 10 Uji Validitas Variabel (Y)

Item Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Y-1	0,695	0,1966	VALID
Y-2	0,587	0,1966	VALID
Y-3	0,558	0,1966	VALID
Y-4	0,477	0,1966	VALID
Y-5	0,649	0,1966	VALID
Y-6	0,533	0,1966	VALID
Y-7	0,454	0,1966	VALID
Y-8	0,574	0,1966	VALID
Y-9	0,493	0,1966	VALID
Y-10	0,513	0,1966	VALID

Hasil uji validitas tabel 4.10 di atas, Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan bahwa semua item atau nilai potensial dalam variabel Kepuasan Pelanggan (Y) valid, dengan nilai r hitung > r

tabel (0,1966). Maka, data yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk diteliti

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4. 11 Hasil Uji Reabilitas Variabel Independen dan Dependen

Reability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of items
,770	10

Reability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of items
,786	10

Reability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of items
,743	10

Sumber : Hasil olah data dengan SPSS 26 (2023)

Dari data tabel 4.11 di atas, menyatakan pada kualitas produk (X1) didapat Cronbach's Alpha 0,770, Harga (X2) diperoleh cronbach's alpha 0,786 terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,743 dimana ketiganya > 0,60, dan dinyatakan reliabel.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tabel 4. 12 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
Unstandardized Residual	
N	100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean = 0,000000 Std. Deviation = ,08202489
Most Extreme Differences	Absolute = ,085 Positive = ,063 Negative = -,085
Test Statistic	,085
Asymp. Sig. (2-tailed)	,074 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data. c. Lilliefors Significance Correction.	

Sumber : Hasil olah data dengan SPSS 26 (2023)

Hasil uji normalitas tabel 4.12 di atas, diperoleh angka signifikansi asymptotic 0,074 yang berarti nilai sebesar 0,074 > 0,05 sehingga dinyatakan berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Tabel 4. 13 Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	12,894	3,015		4,277	,000	
	Kualitas Produk	,207	,084	,238	2,467	,015	,595
	Harga	,481	,092	,506	5,250	,000	,595

Sumber : Hasil olah data dengan SPSS 26 (2023)

Hasil uji multikolinearitas tabel 4.13 di atas, terlihat angka tolerance kualitas produk dan harga senilai 0,595 > 0,1 dan angka VIF kualitas produk dan harga senilai 1,681 < 10, oleh karena itu variabel kualitas produk dan harga tidak menunjukkan gejala multikolinearitas.

3) Uji Autokorelasi

Tabel 4. 15 Uji Autokorelasi dengan Durbin-Watson

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,682 <sup>a</sup>	,465	,454	3,12809	2,026

Sumber : Hasil data diolah dengan SPSS 26 (2023)

Hasil uji autokorelasi tabel 4.15 di atas, maka dapat disimpulkan dalam pengujian menggunakan uji Durbin-Watson dapat diterima. Hal ini dapat dilihat bahwa koefisien Durbin-Watson adalah 2,026 karena berada di tengah koefisien du dan 4-du, yang adalah  $1,7152 < 2,026 < 2,2848$ . Ini berarti bahwa data dalam variabel penelitian ini tidak memiliki autokorelasi positif atau negatif.

4) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. 16 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,149	1,956		4,165	,000
	Kualitas Produk	-,037	,054	-,065	-,678	,500
	Harga	-,108	,059	-,230	-1,824	,071

Sumber : Hasil olah data dengan SPSS 26 (2023)

Hasil uji heteroskedastisitas tabel 4.16 di atas, seluruh variabel independen memberikan hasil yang tidak signifikan. Hal ini dikarenakan pentingnya nilai variabel independen, kualitas produk dan harga > 0,05 yang berarti tidak ada satupun variabel independen yang mengalami heteroskedastisitas pada varian errornya.

d. Uji Regresi Linier

Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Berganda Variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,894	3,015		4,277	,000
	Kualitas Produk	,207	,084	,238	2,467	,015
	Harga	,481	,092	,506	5,250	,000

Sumber : Hasil olah data dengan SPSS 26 (2023)

Dari hitungan regresi dalam tabel 4.19 di atas, mendapatkan persamaan regresi  $Y = 12,894 + 0,207X1 + 0,481X2$

e. Uji Koefisien Korelasi

Tabel 4. 19 Hasil Analisis Koefisien Korelasi Secara Parsial Antara Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Correlations			
Kualitas Produk	Pearson Correlation	Kualitas Produk	1
	Sig. (2-tailed)		,559 <sup>**</sup>
	N		100
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	Kepuasan Pelanggan	,559 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)		,000
	N		100

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).  
 Sumber : Hasil olah data dengan SPSS 26 (2023)

Hasil uji koefisien korelasi tabel 4.21 di atas, terlihat kedua variabel ini mempunyai tingkat korelasi yang sedang dengan nilai koefisien sebesar 0,559.

Tabel 4. 20 Hasil Analisis Koefisien Korelasi Secara Parsial Antara Harga X2 Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Correlations			
Harga	Pearson Correlation	1	657 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)		.000
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.657 <sup>**</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).  
 Sumber : Hasil olah data dengan SPSS 26 (2023)

Hasil uji koefisien korelasi tabel 4.22 di atas, terlihat kedua variabel ini mempunyai tingkat korelasi yang kuat dengan nilai koefisien sebesar 0,657.

Tabel 4. 21 Hasil Analisis Koefisien Korelasi Secara Simultan Antara Kualitas Produk X1 dan Harga X2 Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.559 <sup>a</sup>	.313	.306	3.527	.313	44.633	1	98	.000

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk  
 Sumber : Hasil olah data dengan SPSS 26 (2023)

Hasil uji koefisien korelasi tabel 4.23 di atas, angka koefisien korelasi didapat senilai 0,559 yang berarti kedua variabel (X1) dan (X2) memiliki tingkat korelasi yang Sedang terhadap (Y).

f. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4. 22 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Secara Parsial Antara Kualitas Produk X1 Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.559 <sup>a</sup>	.313	.306	3.527

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk  
 Sumber : Hasil olah data dengan SPSS 26 (2023)

Hasil uji koefisien determinasi tabel 4.24 di atas, diketahui R-square senilai 0,313 maka, diputuskan hingga variabel (X1) dan (Y) senilai 31,3%, sementara sisanya senilai 68,7% dipengaruhi faktor lain.

Tabel 4. 23 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Secara Parsial Antara harga X2 Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.657 <sup>a</sup>	.431	.426	3.208

a. Predictors: (Constant), Harga  
 Sumber : Hasil olah data dengan SPSS 26 (2023)

Hasil uji koefisien determinasi tabel 4.25 di atas, diketahui R-square senilai 0,431 maka, diputuskan hingga variabel (X1) dan (Y) senilai 43,1%, sementara sisanya senilai 56,9% dipengaruhi faktor lain

Tabel 4. 24 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Secara Simultan Antara Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.682 <sup>a</sup>	.465	.454	3.128

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk  
 Sumber : Hasil olah data dengan SPSS 26 (2023)

Hasil uji koefisien determinasi tabel 4.26 di atas, diketahui R-square senilai 0,465 oleh karena itu, diputuskan hingga variabel (X1) dan (X2) mempengaruhi variabel (Y) senilai 46,5%, sementara sisanya senilai 53,5% dipengaruhi faktor lain.

g. Uji Hipotesis

Tabel 4. 25 Hasil Uji Hipotesis (Uji-t) Secara Parsial Variabel Kualitas Produk X1 Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.324	2.877		7.412	.000
	Kualitas Produk	.487	.073	.559	6.681	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
 Sumber : Hasil olah data dengan SPSS 26 (2023)

Hasil uji-t tabel 4.27 di atas, diketahui angka thitung > ttabel (6,681>1,984). Ini dibuktikan pada nilai  $\rho$  value < sig.0.05 maupun (0,000<0,05). Maka, H01 ditolak dan Ha1 diterima yang menyatakan kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan D'Besto Cabang Meruyung, Depok, Jawa Barat

Tabel 4. 26 Hasil Uji Hipotesis (Uji-t) Secara Parsial Variabel Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.191	2.941		5.165	.000
	Harga	.625	.072	.657	8.623	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
 Sumber : Hasil olah data dengan SPSS 26 (2023)

Hasil uji-t tabel 4.28 di atas, diketahui nilai thitung > ttabel (8,623>1,984). Ini dibuktikan pada nilai  $\rho$  value < sig.0.05 maupun (0,000<0,05). Maka, H02 ditolak dan Ha2 diterima yang menyatakan kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan D'Besto Cabang Meruyung, Depok, Jawa Barat.

Tabel 4. 27 Hasil Hipotesis Uji f Secara Simultan Antara Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	824.861	2	412.431	42.150	.000 <sup>b</sup>
	Residual	949.139	97	9.785		
	Total	1774.000	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
 b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk  
 Sumber : Hasil olah data dengan SPSS 26 (2023)

Hasil uji tabel 4.29 di atas, diketahui fhitung > ftabel atau (42,150 > 3,090). Ini diperkuat pada nilai  $\rho$  value < sig.0,05 atau (0,000<0,05). Maka H03 ditolak dan Ha3 diterima yang menyatakan terdapat pengaruh signifikan secara simultan

antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. D'Besto Pada Cabang Meruyung Di Kota Depok Jawa Barat.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini, maka diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dimana diketahui nilai thitung > ttabel (6,681 > 1,984). Ini dibuktikan pada nilai  $\rho$  value < sig.0.05 maupun (0,000 < 0,05). Maka, H01 ditolak dan Ha1 diterima yang menyatakan kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dimana diketahui nilai thitung > ttabel (8,623 > 1,984). Ini dibuktikan pada nilai  $\rho$  value < sig.0.05 maupun (0,000 < 0,05). Maka, H02 ditolak dan Ha2 diterima yang menyatakan kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- c. Kualitas produk dan harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dimana diketahui fhitung > ftabel atau (42,150 > 3,090). Ini diperkuat pada nilai  $\rho$  value < sig.0,05 atau (0,000 < 0,05). Maka H03 ditolak dan Ha3 diterima yang menyatakan terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Garvin, David A. (2016). *Alih Bahasa Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran*. Yogyakarta.
- [2] Gofur, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37-44.
- [3] Harahap, R. (2018). Pengaruh Kualitas produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Cepat saji Kfc Cabang Asia Mega Mas Medan. *Jumant*, 7(1), 77-84.
- [4] Harjuno, Puger (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Honda Scoopy (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta). *Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta*.
- [5] Irfanudin, A. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Semarak*, 2(1), 1-20.
- [6] Laetitia, S. I., Alexandrina, E., & Ardianto, S. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Tanamera Coffee Pacific Place. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(1), 1699-1721.
- [7] Maria, M., & Anshori, M. Y. (2013). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan King Cake. *Jurnal Manajemen teori dan terapan*, 6(1), 1-9.
- [8] Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan cafe kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134-146.
- [9] Nurlia, G. B., & Mahmud, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko KIYOMI JEANS Di ITC Cempaka Mas Jakarta Pusat. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 4(2), 31-40.
- [10] Oktarini, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek di Kota Tangerang. *6. Jurnal Sekretari| Vol*, 6(2), 249.
- [11] Rahmana, A. S., & Adriyanti, T. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Domino's Pizza Indonesia Cabang Giant CBD Bintaro, Tangerang Selatan. *Indy 1. Humanit. Manag. Sciene Proceeding*, 1(2), 547-556.