

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CAFE KOPI TUH DI KABUPATEN TANGERANG

Muhammad Aqil¹, Haryantini²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan
e-mail: ¹aqielm35@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan
e-mail: ²dosen01640@unpam.ac.id

Abstract

This thesis uses quantitative research that aims to determine how much influence product quality and price have on consumer satisfaction at Tuh Coffee Cafe, Tangerang Regency. The population in this study was consumers at Cafe Kopi Tuh Tangerang Regency which amounted to 22,539 people and a sample of 100 people, the sample technique used was the slovin sample technique, the data collection technique used in this study was the observation method and questionnaire. The purpose of this study is to determine the Effect of Product Quality and Price on Consumer Satisfaction of Tuh Coffee Cafe, Tangerang Regency, product quality (X1) has a significant effect on consumer satisfaction (Y). Test the hypothesis obtained $T_{calculate} > T_{tabel}$ or $(3.227 > 1.661)$ with a significant value of $0.002 < 0.05$, it can be concluded that H_0 is rejected and H_1 is accepted. This means that there is an influence of product quality on consumer satisfaction at Caffe Kopi Tuh, Tangerang Regency. Price (X2) has a significant effect on purchasing decisions (Y). Test the hypothesis obtained $T_{calculate} > T_{tabel}$ or $(2.067 > 1.661)$ with a significant value of $0.041 < 0.05$ then it can be concluded that H_0 rejected H_2 is accepted. This means that there is an effect of price on consumer satisfaction at Cafe Kopi Tuh, Tangerang Regency. The hypothesis test was obtained by $F_{calculate} > F_{tabel}$ or $(60.497 > 2.36)$ with a significant value of $0.002 < 0.05$. Thus H_0 is rejected and H_3 is accepted. This means that there is a simultaneous positive and significant influence between Product Quality and Price on Consumer Satisfaction at Tuh Coffee Cafe, Tangerang Regency. The value of the Coefficient of Determination or R Square (R^2) is 0.555 or equal to 55.55% which shows that the product quality variable (X1) and the price variable (X2) simultaneously (together) affect the consumer satisfaction variable (Y) by 55.5% while 44.5% is influenced by other variables that are not studied.

Keywords: product quality; price; customer satisfaction

Abstrak

Skripsi ini menggunakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Kopi Tuh Kabupaten Tangerang. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada Cafe Kopi Tuh Kabupaten Tangerang yang berjumlah 22.539 orang dan sample sebanyak 100 orang, teknik sampel yang digunakan adalah teknik sampel slovin, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi dan angket / kuesioner. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kopi Tuh Kabupaten Tangerang, kualitas produk (X1) berpengaruh signifikan kepuasan konsumen (Y). Uji hipotesis diperoleh $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $(3,227 > 1,661)$ dengan nilai signifikan $0,002 < 0,05$ maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh

kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Caffe Kopi Tuh Kabupaten Tangerang. Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian(Y). Uji hipotesis diperoleh $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $(2,067 > 1,661)$ dengan nilai signifikan $0,041 < 0,05$ maka dapat disimpulkan H_0 ditolak H_2 diterima. Artinya terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Kopi Tuh Kabupaten Tangerang. Uji hipotesis diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(60,497 > 2,36)$ dengan nilai signifikan $0,002 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Cafe Kopi Tuh Kabupaten Tangerang. Adapun nilai dari Koefisien determinasi atau R Square (R^2) adalah 0,555 atau sama dengan 55,55% yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1) dan variabel harga (X2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 55,5% sedangkan sebesar 44,5% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: kualitas produk, harga, kepuasan konsumen

1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi seperti sekarang ini persaingan bisnis menjadi sangat ketat, baik di lingkup nasional (dalam negeri) maupun di lingkup internasional (global). Hal ini dapat dilihat dengan berkembang pesatnya dunia bisnis di Indonesia, dimana semakin banyak pelaku usaha yang mendirikan dan mengembangkan bisnis mereka salah satunya adalah bisnis di bidang kuliner. Banyaknya usaha sejenis mengakibatkan persaingan menjadi sangat ketat, maka dari itu para pelaku bisnis harus mampu mengambil keputusan yang baik agar usaha yang didirikannya dapat bersaing dan mampu bertahan. Dalam menjalankan bisnis para pelaku usaha harus selalu mengamati serta memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Seperti saat konsumen sedang mengunjungi suatu kafe, mereka akan mencari produk yang bermutu. Maka dari itu pelaku bisnis harus memiliki kualitas produk yang baik dan juga kelengkapan produk yang ditawarkan (variety) harus beragam. Keunggulan ini dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Selain kualitas produk, konsumen juga akan melihat berapa harga yang ditetapkan pada produk yang mereka jual. Apabila produk yang dijual memiliki kualitas yang tinggi dan dijual dengan harga yang terjangkau, maka konsumen akan sangat merasa puas terhadap hal tersebut.

Menurut Tjiptono, kepuasan konsumen merupakan evaluasi yang memberikan hasil di mana pengalaman yang dirasakan setidaknya sama baiknya sesuai dengan yang diharapkan. Sedangkan menurut Didin kepuasan konsumen adalah perbandingan antara harapan terhadap persepsi pengalaman yang dirasakan atau

diterima. Pendapat lain juga dikemukakan oleh Kotler dalam Ditia Fitriasshinta kepuasan konsumen didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang di harapkan.

Kualitas produk ialah hasil dari sesuatu proses yang mengaitkan banyak perihai, mulai dari bahan baku yang bisa jadi cuma suatu biji kopi, kemudian kemuktahiran teknologi yang terbuat dengan segala kepintaran manusia, serta ide sehat yang diberikan tuhan kepada kita, hingga tenaga kita sendiri. Bagi Kotler serta Keller (2016. 156) "Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs.". Kotler serta Gary (2018. 249) kualitas produk ialah salah satu perlengkapan pemosisian utama dalam pemasaran. Dimana mutu pengaruhi kinerja ataupun layanan dari produk tersebut. Perihai ini pula berkaitan dengan nilai serta kepuasan konsumen. Kotler serta Gary (2018. 249) ialah "Quality is when our customers come back and our products don't". Yang bisa dimaksud kalau kualitas produk pula jadi salah satu karakteristik ataupun trademark produk tersebut dengan produk kepunyaan industri lain yang memproduksi produk sejenis, yang menyebabkan pembeli hendak terus kembali buat membeli produk tersebut, bukan malahan produk mereka yang kembali sebab kehancuran. Sejalan dengan teori yang di ungkapkan Zeitham et la (2016) Kualitas produk yang bagus akan menarik atensi kepuasan konsumen.

Cafe Kopi Tuh Kabupaten Tangerang adalah sebuah cafe kopi yang berlokasi di Tangerang,

Indonesia, yang telah menjadi populer di kalangan masyarakat setempat. Dalam persaingan industri kopi yang semakin ketat, kualitas produk dan harga adalah dua faktor penting yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Cafe kopi semakin berkembang dan semakin banyak bermunculan di kota-kota besar di Indonesia. Sehingga perusahaan perlu mempertimbangkan kualitas produk dan harga yang ditawarkan agar dapat bersaing dengan kompetitor lainnya dan memuaskan kebutuhan konsumen. Sebagian besar konsumen yang datang Cafe Kopi Tuh Kabupaten Tangerang adalah masyarakat wilayah Teluknaga yang beragam. Untuk itu, Cafe Kopi Tuh Kabupaten Tangerang harus mampu mengefisienkan caranya sendiri dalam berbisnis. Kualitas produk dan harga bagi Cafe Kopi Tuh Kabupaten Tangerang sangatlah penting karena merupakan profit strategy (strategi laba) untuk memikat lebih konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, serta menghindari berpindahya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:249), “Karakteristik suatu produk atau jasa yang menentukan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat”.

Tabel 1.1a
 Syarat Mutu Kualitas Produk Cafe Kopi Tuh Tangerang

No	Uraian	Persyaratan
1	Kedaaan - Bau - Rasa	Normal Normal
2	Air	Maks 12% bobot
3	Abu	(7-14) % bobot
4	Kealkalian dari abu	80-140 ml N NaOH/100g
5	Kafein	(2-8) % bobot
6	Jumlah gula (dihitung sebagai gula pereduksi)	Maks 10% bobot
7	Padatan yang tidak larut dalam air	Maks 0,25% bobot
8	Cemaran logam - Timbal (Pb) - Tembaga (Cu)	Maks 2mg/kg Maks 30mg/kg

Sumber: Cafe Kopi Tuh Kabupaten Tangerang (2022)

Berdasarkan tabel 1.1a. tersebut dapat diketahui bahwa adanya syarat mutu yang digunakan agar menjaga kualitas produk di Cafe Kopi Tuh Tangerang. Penerapan syarat mutu ini terhadap suatu produk bertujuan untuk menjamin kepastian mutu produk yang membuat konsumen mendapat kepuasan ketika membeli di Cafe Kopi Tuh Tangerang. Kualitas produk menjadi salah satu hal yang penting bagi Cafe Kopi Tuh Tangerang karena kualitas produk yang baik akan

memikat konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, serta menghindari berpindahya konsumen.

Tabel 1.1b.
 Data Perbandingan Kualitas Produk Kopi Sejenis

Syarat Mutu Kualitas Produk	Cafe Kopi Tuh	Cafe Kopi Hari Ini	Cafe Kopi Choco Late
Bau	Normal	Normal	Normal
Rasa	Normal	Normal	Normal
Air	Maks 12% bobot	Maks 15% bobot	Maks 12,5% bobot
Kafein	(2-8) % bobot	(1,2-5) % bobot	(2-7) % bobot
Jumlah gula (dihitung sebagai gula pereduksi)	Maks 10% bobot	Maks 15% bobot	Maks 12% bobot
Padatan yang tidak larut dalam air	Maks 0,25% bobot	Maks 0,5% bobot	Maks 0,5% bobot

Sumber: Cafe Kopi Tuh Kabupaten Tangerang, Kopi Hari Ini, & Kopi Choco Late (2022)

Berdasarkan tabel 1.1b. tersebut dapat diketahui bahwa adanya perbandingan syarat mutu antara kualitas produk Kopi Tuh dengan produk kopi sejenis. Dapat dilihat bahwa kualitas produk dari masing-masing produk kopi sejenis memiliki syarat mutu yang berbeda-beda. Hal ini dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, dimana kualitas produk merupakan faktor terpenting dalam kepuasan konsumen terhadap suatu produk.

Secara subjektif kualitas produk merupakan sesuatu yang cocok dengan selera (Fitnes For Use) konsumen, jadi suatu produk bisa dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mempunyai kecocokan bagi penggunaanya. Kualitas yang baik harus berorientasi pada pelanggan, dalam hal ini kualitas dimulai dengan kebutuhan pelanggan dan diakhiri dengan kepuasan pelanggan yang bersifat kompleks sehingga dapat memenuhi harapan pelanggan yang akan membuat mereka merasa lebih puas bahkan sangat puas setelah membeli produk tersebut.

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk yang ditukar konsumen atas keunggulan yang dimiliki produk tersebut. Bagi Konsumen dalam dunia bisnis, harga merupakan hal yang sangat sensitif, karena konsumen menjadikan harga sebagai suatu pertimbangan dalam membeli produk. Secara sederhana istilah harga dapat diartikan “sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa” (Craption & Munawaroh, 2021). Sehingga, harga merupakan faktor penting dalam kepuasan konsumen dan memiliki peran yang signifikan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk yang mereka beli. Penelitian

sebelumnya telah menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang besar terhadap perilaku konsumen terhadap kepuasan konsumen. Namun, masih terdapat beberapa gap pengetahuan mengenai pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen, khususnya pada industri Coffe Shop.

Tabel 1.2a
 Data Penjualan Cafe Kopi Tuh Kabupaten Tangerang
 Periode Januari-Desember 2022

Bulan	Target Penjualan (Rp)	Pencapaian	Presentase	Keterangan
Januari	100.000.000	94.600.000	94,60%	Tidak Tercapai
Febuari	100.000.000	74.938.000	74,94%	Tidak Tercapai
Maret	100.000.000	79.939.000	79,94%	Tidak Tercapai
April	110.000.000	85.583.000	77,80%	Tidak Tercapai
Mei	110.000.000	104.162.000	94,69%	Tidak Tercapai
Juni	110.000.000	92.324.000	83,93%	Tidak Tercapai
Juli	110.000.000	103.266.000	93,88%	Tidak Tercapai
Agustus	110.000.000	94.525.000	85,93%	Tidak Tercapai
September	110.000.000	80.512.000	73,19%	Tidak Tercapai
Oktober	110.000.000	92.619.000	84,20%	Tidak Tercapai
November	110.000.000	92.198.000	83,82%	Tidak Tercapai
Desember	110.000.000	107.584.000	97,80%	Tidak Tercapai
Total :		1.102.250.000		

Sumber : Cafe Kopi Tuh Kabupaten Tangerang (2022)

Berdasarkan tabel 1.2a. tersebut dapat dilihat pendapatan pada Cafe Kopi Tuh Kabupaten Tangerang periode Januari-Desember 2022. Di bulan Febuari dan Maret mengalami penurunan pendapatan yang signifikan. Namun mengalami peningkatan pada bulan April dan Mei, lalu dibulan Juni terdapat penurunan pendapatan. Di bulan Juli mengalami peningkatan yang signifikan, dan dibulan Agustus mengalami penurunan, selanjutnya di bulan September kembali mengalami penurunan dan di bulan Oktober-Desember mengalami peningkatan yang signifikan. Berdasarkan hal ini penurunan yang terjadi pada penjualan di kemungkinan disebabkan oleh beberapa faktor pemasaran yang yang tidak sesuai dengan harapan, sehingga menyebabkan penjualan yang tidak maksimal.

Tabel 1.2b.
 Data Perbandingan Harga Cafe Kopi Sejenis

Produk	Cafe Kopi Tuh	Cafe Kopi Hari Ini	Cafe Kopi Choco Late
Espresso	Rp. 10.000	Rp. 8.000	Rp. 9.500
Americano	Rp. 15.000	Rp. 13.000	Rp. 14.000
Caramel Macchiato	Rp. 18.000	Rp. 16.000	Rp. 17.000
Coffee Latte	Rp. 18.000	Rp. 16.000	Rp. 17.000
Vanilla Latte	Rp. 16.000	Rp. 14.000	Rp. 15.000
Cappuccino	Rp. 18.000	Rp. 15.000	Rp. 17.000
Mocachino	Rp. 18.000	Rp. 15.000	Rp. 17.000
Affogato	Rp. 20.000	Rp. 18.000	Rp. 18.500

Sumber : Cafe Kopi Tuh Kabupaten Tangerang, Kopi Hari Ini, & Kopi Choco Late (2022)

Berdasarkan tabel 1.2b. dapat diketahui perbandingan harga antara Cafe Kopi Tuh dan harga kopi sejenis dari pesaing. Dapat diihat harga yang ditawarkan Cafe Kopi Tuh lebih tinggi dibandingkan dengan harga kopi sejenis dari pesaing, hal ini dapat mempengaruhi kepuasan

konsumen dalam membeli produk. Harga sangat berpengaruh dalam kepuasan konsumen, hal ini dikarenakan harga merupakan salah satu faktor terpenting dalam kepuasan konsumen terhadap suatu produk. Sehingga perlu mempertimbangkan kualitas produk dan harga yang ditawarkan agar dapat bersaing dengan kompetitor lainnya dan memuaskan kebutuhan konsumen.

Tabel 1.3
 Data Konsumen Cafe Kopi Tuh Kabupaten Tangerang
 Periode Januari-Desember 2022

Bulan	Jumlah Konsumen
Januari	1.935
Februari	1.532
Maret	1.635
April	1.750
Mei	2.130
Juni	1.888
Juli	2.112
Agustus	1.932
September	1.646
Oktober	1.894
November	1.885
Desember	2.200
Total Konsumen :	22.539

Sumber : Cafe Kopi Tuh Kabupaten Tangerang (2022)

Berdasarkan tabel 1.3 dapat diketahui bahwa jumlah konsumen Cafe Kopi Tuh Kabupaten Tangerang pada periode Januari – Desember tahun 2022 sebesar 22.539 Konsumen. Jumlah konsumen terendah pada bulan Februari sebesar 1.532 konsumen sedangkan jumlah konsumen tertinggi pada bulan Desember sebesar 2.200 konsumen. Kualitas produk dan harga menjadi faktor yang mengakibatkan turunnya jumlah konsumen pada Cafe Kopi Tuh Kabupaten Tangerang.

2. PENELITIAN YANG TERKAIT

Raissa Aprita Nur Maharani, Iskandar Ali Alam (2022) Sibatik Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen selama Pandemi Covid-19 Pada Kebab Salahuddin Journal Volume 1 no.4 - Kualitas Produk - Harga - Kepuasan Konsumen Kuantitatif Kualitas produk dan Harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen pada Kebab Salahuddin Bandar Lampung, dan hal ini sudah dibuktikan sekaligus kebenarannya telah diterima

Nelli Riama Manullang dan Heryenzus (2023) eCo-Buss Pengaruh Harga dan Harga terhadap Kepuasan pelanggan Extra Qilo Laundry

Kiloan di Kota Batam Volume 5, Nomor 3, p-ISSN 2622-4291 e-ISSN 2622-4305 - Harga - Kepuasan Konsumen - Harga Kuantitati Harga dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Extra Qilo Laundry Kiloan di Kota Batam

Aldi An Nurfalah, Surti Zahra, dan Mohamad Bayi Tabrani (2020) Jurnal bina bangsa Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kedai Kopi Mustafa85 Pandeglang Banten (Studi Kasus Kedai Kopi Mustafa85 di Pandeglang Banten) p-ISSN: 2087-040X e-ISSN: 2721-7213 - Kualitas Produk - Harga - Kepuasan Konsumen Kuantitatif Kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Bintang Kejora, Suherman, dan Ratna Mega Sari Jurnal Agribisnis Terpadu Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Minuman Kopi (Suatu Kasus Di Kedai Kopi Harum Manis Karang Tengah Kota Tangerang) Vol. 15 No. 1 Juni 2022: 11-25 - Kepuasan Konsumen - Bauran Pemasaran Kuantitatif Variabel yang paling berpengaruh secara simultan yaitu produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, bukti fisik dan variabel yang paling berpengaruh secara parsial yaitu harga dan promosi. Ahmad Izzuddin dan Muhammad Muhsin Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Vol. 6 No.1Juni 2020 Hal. 72-78 - Kualitas Produk - Kepuasan Konsumen - Kualitas Layanan – Lokasi Kuantitatif Kualitas produk dan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Ahyani (2022) Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Dapurumadi Masjid Raya Bintaro Vol. 5, No. 3 p-ISSN 2615-3009 e-ISSN 2621-3389- Kualitas Produk - Kepuasan Konsumen - Harga Kuantitatif Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen Eka Giovana Asti dan Eka Avianti Ayuning tyas Jurnal Ekonomi dan Bisnis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Effect Of Service Quality, Product Quality And Price On Consumer

Satisfaction) Volume 01 Issue 01–Jan2020 - Kualitas Produk - Harga - Kepuasan Konsumen – Harga Kuantitatif Harga dan harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen resto Oto Bento. Kepuasan Konsumen tidak dipengaruhi oleh kualitas produk artinya bahwa penyajian produk menu makanan yang ada di resto Oto Bento.

Ismail Razak (2019) Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan p-ISSN: 2338 – 4794 - Kualitas Produk - Kepuasan Pelanggan Kuantitatif Kualitas produk melalui peningkatan kinerja, keandalan, kesesuaian, dan daya tahan dapat mendorong peningkatan kepuasan pelanggan

Dahrani dan Aulia Syahfitri (2022) Jurnal social dan Ekonomi Pengaruh harga, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan online shop ditinjau dari perspektif islam pada home industry queennacollection E-ISSN 2745-6153 - Kualitas Produk – Harga - Harga - Kepuasan Pelanggan Kuantitatif Harga, Kualitas Produk, dan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan online shop ditinjau dari perspektif islam pada home industry queennacollection

Haryantini (2020) Analisis SWOT pada Strategi Bisnis Kompetensi Kepuasan Pelanggan (Study Kasus pada Customer dari PT. Protekingo Sanita, Kab.Tangerang) Jurnal Pemasaran Kompetitif Volume 4 Nomor 1 Pege (Hal.): 52–61 ISSN N0. (PRINT) 2598-0823, (ONLINE) 2598-2893 - Analisis SWOT - Strategi Bisnis Kompetensi Kepuasan Pelanggan Kualitatif Strategi pengembangan bisnis dihasilkan adalah dua tahapan utama, tahap pertama dilakukan dengan identifikasi pasar, desain prototipe, riset & pengembangan serta upaya validasi penerimaan calon pelanggan. Tahapan kedua dilakukan melalui tahapan identifikasi faktor-faktor, evaluasi faktor-faktor, positioning bisnis dan perumusan strategi serta analisis quantitative strategy planning matrix (QSPM). Dengan evaluasi pengembangan ini, dihasilkan desain prototipe yang mampu diterima oleh calon pelanggan dengan perimaan tinggi. Hasil yang diperoleh pada tahap dua adalah mengetahui faktor- faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi peluncuran produk, hasil evaluasi faktor- faktor, posisi bisnis, alternatif strategi dan skenario strategi untuk peluncuran produk.

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 $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ maka instrumen dikatakan valid. Jika $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ 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 cronbacht 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

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

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 4.11
 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)

Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	0,738	0,1966	Valid
2	0,745	0,1966	Valid
3	0,827	0,1966	Valid
4	0,772	0,1966	Valid
5	0,805	0,1966	Valid
6	0,809	0,1966	Valid
7	0,815	0,1966	Valid
8	0,771	0,1966	Valid
9	0,780	0,1966	Valid
10	0,789	0,1966	Valid
11	0,871	0,1966	Valid
12	0,825	0,1966	Valid

Sumber : Pengolahan Data SPSS 26, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa untuk masing-masing pernyataan pada tabel variabel Kualitas Produk (X1) seluruh item terbukti valid, karena nilai *rhitung* yang dihasilkan lebih besar dari pada nilai *rtabel*. Nilai correlated item-Total correlation pada setiap butir pernyataan untuk variabel kualitas produk seluruhnya lebih besar dari 0,1966, maka disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk adalah valid karena nilai terendah adalah 0,738 atau lebih besar dari 0,1966.

Tabel 4. 12
 Uji Validitas Variabel Harga (X2)

Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	0,824	0,1966	Valid
2	0,851	0,1966	Valid
3	0,831	0,1966	Valid
4	0,833	0,1966	Valid
5	0,836	0,1966	Valid
6	0,799	0,1966	Valid
7	0,846	0,1966	Valid
8	0,833	0,1966	Valid

Sumber : Pengolahan Data SPSS 26, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa untuk masing-masing pernyataan pada tabel variabel Harga (X2) seluruh item terbukti valid, karena nilai *rhitung* yang dihasilkan lebih besar dari pada nilai *rtabel*. Nilai correlated item-Total correlation pada setiap butir pernyataan untuk variabel harga seluruhnya lebih besar dari 0,1966, maka disimpulkan bahwa variabel harga adalah valid

karena nilai terendah adalah 0,799 atau lebih besar dari 0,1966.

Tabel 4.13
Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Pertanyaan	<i>r</i> _{hitung}	<i>r</i> _{tabel}	Keterangan
1	0,797	0,1966	Valid
2	0,790	0,1966	Valid
3	0,832	0,1966	Valid
4	0,783	0,1966	Valid
5	0,856	0,1966	Valid
6	0,829	0,1966	Valid
7	0,852	0,1966	Valid
8	0,799	0,1966	Valid

Sumber : Pengolahan Data SPSS 26, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa untuk masing-masing pernyataan pada tabel variabel Kepuasan Konsumen (Y) seluruh item terbukti valid, karena nilai *r*_{hitung} yang dihasilkan lebih besar dari pada nilai *r*_{tabel}. Nilai correlated item-Total correlation pada setiap butir pernyataan untuk variabel Kepuasan Konsumen seluruhnya lebih besar dari 0,1966, maka disimpulkan bahwa variabel Kepuasan Konsumen adalah valid karena nilai terendah adalah 0,783 atau lebih besar dari 0,1966.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4.14
Uji Realibitas

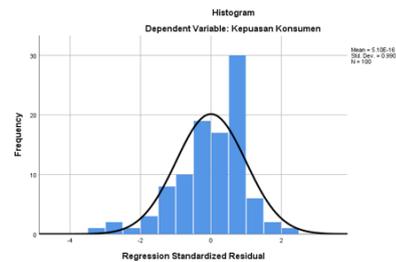
No	Variabel	Nilai Cronbach alpha	Ketentuan	Kesimpulan
1	Kualitas Produk (X1)	0,947	0,60	Reliabel
2	Harga (X2)	0,936	0,60	Reliabel
3	Kepuasan Konsumen (Y)	0,928	0,60	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data SPSS 26, 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh variable reliabel, hal itu dibuktikan dengan nilai *rca* > 0,60. Dengan demikian data layak untuk diteruskan pada penelitian ini

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas



Gambar 4.2 Histogram Uji Normalitas

Dari gambar 4.2 dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian pada gambar di atas terlihat bahwa grafik Kepuasan Konsumen mengikuti bentuk distribusi normal, dengan histogram dengan bentuk sama dengan distribusi normal yaitu berbentuk lonceng yang artinya histogram pada gambar diatas memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Multikolinearitas

Tabel 4.15
Uji Multikolonieritas
Coefficients^a

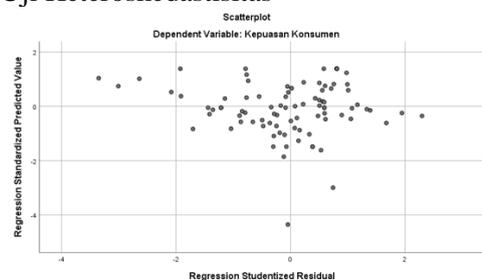
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Produk	.219	4.569
	Harga	.219	4.569

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Pengolahan Data SPSS 26, 2023

Dari Tabel 4.15 dapat disimpulkan bahwa model regresi layak dipakai dalam penelitian ini karena syarat untuk tidak terjadi multikolinieritas sudah dipenuhi yakni nilai tolerance > 0,10 atau sama dengan nilai VIF < 10, yaitu nilai tolerance kualitas produk dan Harga lebih besar 0,10 dan VIF lebih kecil dari 10.

3) Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4.4 Uji Heteroskedastisitas

Pada gambar di atas, titik-titik pada grafik scatterplot tidak mempunyai pola penyebaran yang jelas dan titik-titik tersebut menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, dengan demikian hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gangguan heteroskedastisitas

4) Uji Autokorelasi

Tabel 4.17
 Uji Autokorelasi

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	.745 ^a	.555	.546	4.453	1.786	

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk
 b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Pengolahan Data SPSS 26, 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, model regresi ini tidak ada autokorelasi, hal ini dibuktikan dengan nilai Durbin-Watson sebesar 1.786 yang berada diantara interval 1.550 – 2.460.

d. Uji Regresi Linier

Tabel 4.18
 Uji Regresi Linier Sederhana Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)
 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	Beta		
1	(Constant)	1.187	2.714		437	.663
	Kualitas Produk	.586	.055	.732	10.628	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Pengolahan Data SPSS 26, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 1,187 + 0,586X1$$

Tabel 4.19
 Uji Regresi Linier Sederhana Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)
 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	Beta		
1	(Constant)	4.995	2.497		2.001	.048
	Harga	.766	.076	.712	10.044	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Pengolahan Data SPSS 26, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 4,995 + 0,766X2$$

Tabel 4.20
 Uji Regresi Linier Berganda
 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	Beta		
1	(Constant)	1.117	2.670		.418	.677
	Kualitas Produk	.374	.116	.467	3.227	.002
	Harga	.322	.156	.299	2.067	.041

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Pengolahan Data SPSS 26, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$\hat{Y} = 1,117 + 0,374X1 + 0,322X2$$

e. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.21
 Uji Koefisien Determinasi
 Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.745 ^a	.555	.546	4.453

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Pengolahan Data SPSS 26, 2023

Berdasarkan tabel output diatas yang diolah menggunakan SPSS, diketahui nilai koefisien determinasi atau R Square adalah sebesar 0,555. Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) adalah 0,555 atau sama dengan 55,5%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel Kualitas Produk (X1) dan variabel Harga (X2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 55,5%. Sedangkan sisanya (100% - 55,5% = 44,5%) dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

f. Uji Hipotesis

Tabel 4.22
 Uji Hipotesis (Uji t)
 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	Beta		
1	(Constant)	1.117	2.670		.418	.677
	Kualitas Produk	.374	.116	.467	3.227	.002
	Harga	.322	.156	.299	2.067	.041

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sehingga dengan melihat Ttabel (Terlampir), maka diperoleh nilai Ttabel sebesar . Berikut di bawah hasil uji t dalam penelitian ini

1) Pengaruh Kualitas produk terhadap Kepuasan Konsumen
 Hipotesis:

Ho1: $\beta_1 = 0$ Tidak terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap Kepuasan Konsumen.

Ha1: $\beta_1 \neq 0$ Terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap Kepuasan Konsumen.

Dari output di atas didapat Thitung Kualitas produk sebesar 3.227 dan signifikansi 0,002. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai Thitung > Ttabel (3.227 > 1,661) dan signifikansi = 0,002 (0,002 < 0,05) maka Ho ditolak. Artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

2) Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Hipotesis:

Ho2 : $\beta_2 = 0$ Tidak terdapat pengaruh signifikan Harga terhadap Kepuasan Konsumen.

Ha2 : $\beta_2 \neq 0$ Terdapat pengaruh signifikan Harga terhadap Kepuasan Konsumen.

Dari output di atas didapat Thitung Harga sebesar 2.067 dan signifikansi 0,041. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai Thitung > Ttabel (2.067 > 1,661) dan signifikansi = 0,041 (0,041 < 0,05) maka Ho ditolak. Artinya Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Tabel 4.23
Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2399.583	2	1199.791	60.497	.000 ^b
	Residual	1923.727	97	19.832		
	Total	4323.310	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

Dari tabel di atas diperoleh nilai Fhitung > Ftabel (60,497 > 2,36) dengan nilai signifikan 0,000 < 0,10. Hal ini menyatakan bahwa H3 diterima yang artinya kualitas produk dan Harga secara (bersama – sama) simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

5. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- Berdasarkan rumusan masalah pertama yang mempertanyakan apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

pada Cafe Kopi Tuh di Kabupaten Tangerang, dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil uji hipotesis Kualitas Produk (X1) didapat Thitung sebesar 3.227 dan signifikansi 0,002. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai Thitung > Ttabel (3.227 > 1,661) dan signifikansi = 0,002 (0,002 < 0,05) maka Ho ditolak. Artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

- Berdasarkan rumusan masalah kedua yang mempertanyakan apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Kopi Tuh di Kabupaten Tangerang, dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil uji hipotesis Harga (X2) Thitung Harga sebesar 2.067 dan signifikansi 0,041. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai Thitung > Ttabel (2.067 > 1,661) dan signifikansi = 0,041 (0,041 < 0,05) maka Ho ditolak. Artinya Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
- Berdasarkan rumusan masalah yang ketiga yang mempertanyakan apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Kopi Itu di Kabupaten Tangerang, dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil uji hipotesis Kepuasan Konsumen (Y) diperoleh nilai Fhitung > Ftabel (60,497 > 2,36) dengan nilai signifikan 0,000 < 0,10. Hal ini menyatakan bahwa H3 diterima yang artinya kualitas produk dan Harga secara (bersama – sama) simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Adapun nilai dari Koefisien determinasi atau R Square (R2) adalah 0,555 atau sama dengan 55,55% yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1) dan variabel harga (X2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 55,5% sedangkan sebesar 44,5% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina. A., dan Hastuti. Y, (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis, 9(1), Halaman 21–30.
- Ahmad Izzuddin dan Muhammad Muhsin. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan

- Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*. Vol. 6 No. 1.
- [3] Ahyani. 2022. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dapuruma Di Masjid Raya Bintaro Jaya Tangerang Selatan. *Scientific Journal Of Reflection*. Vol. 5, No. 3.
- [4] Aldi Nurwana, Alfina Karismatul Laila, Choiril Seilia Nur Cholifah, Mohamad Ajib Markaban Mahiri, Nadia Roosmalita Sari. 2023. Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Angkringan Pule. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Vol. 12 No.1-10.
- [5] Asti, E., & Tyas, E. A. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Effect Of Service Quality, Product Quality And Price On Consumer Satisfaction), Vol. 01.
- [6] Bintang Kejora, Suherman, dan Ratna Mega Sari. 2022. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Minuman Kopi (Suatu Kasus Di Kedai Kopi Harum Manis Karang Tengah Kota Tangerang). *Jurnal Agribisnis Terpadu*. Vol. 15 No. 1.
- [7] Dahrani, & Syahfitri, A. (2022). Pengaruh harga, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan online shop ditinjau dari perspektif islam pada home industry queennacollection, E-ISSN 2745-6153.
- [8] Haryantini. (2020). Analisis SWOT pada Strategi Bisnis Kompetensi Kepuasan Pelanggan (Study Kasus pada Customer dari PT. Protekindo Sanita, Kab.Tangerang), Volume 4 Nomor 1 Pege (Hal.): 52–61 ISSN N0. (PRINT) 2598-0823, (ONLINE) 2598-2893.
- [9] Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen, *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, Vol. 6 No.1 Hal. 72-78.
- [10] Kejora, B., Suherman, & Sari, R. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Minuman Kopi (Suatu Kasus Di Kedai Kopi Harum Manis Karang Tengah Kota Tangerang), *Jurnal Agribisnis Terpadu*, Vol. 15 No. 11-25.
- [11] Maharani, R. A., & Alam, I. A. (2022). Sibatik. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen selama Pandemi Covid-19 Pada Kebab Salahuddin, *Journal Volume 1 no.4*.
- [12] Manullang, N. R., & Heryenzus. (2023). eCo-Buss. Pengaruh Harga dan Harga terhadap Kepuasan pelanggan Extra Qilo Laundry Kiloan di Kota Batam, Volume 5, Nomor 3, p-ISSN 2622-4291.
- [13] Maulana. A. S, (2006). Pengaruh Harga Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Toi. *Jurnal Ekonomi*. Volume 7 Nomor 2, Hal. 113-125.
- [14] Nurfalalah, A. A., Zahra, S., & Ta, M. B. (2020). *Jurnal bina bangsa*. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kedai Kopi Mustafa85 Pandeglang Banten (Studi Kasus Kedai Kopi Mustafa85 di Pandeglang Banten), p-ISSN: 2087-040X.
- [15] Putra. P. I. M., & Wimba, I. G. A. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pizza Hut Cabang Gatot Subroto Denpasar. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*. Vol. 1 (No. 2): Hal 744-756.
- [16] Setiawati. A (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Provider Indosat Ooredoo, *Prosiding Manajemen*, ISSN: 2460-6545, Vol 6. No. 1. Hal 466-469