

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TOKO SEMBAKO SUMBER MULYA GONDANG

Nissa'ul Kafifah¹, Maria Agatha Sri Widyanti Hastuti²

^{1,2}Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung

Corresponding Author: Kafifahnisaul7@gmail.com¹, mariaagatha2020@gmail.com²

Article History

Received : 28-09-2023

Revised : 07-10-2023

Accepted : 10-10-2023

Kata Kunci: Harga; Kepuasan Pelanggan; Kualitas Produk

Keywords: Customer Satisfaction; Price; Product Quality

ABSTRAK

Secara parsial terdapat pengaruh Harga terhadap kepuasan Pelanggan Toko Sembako Sumber Mulya Gondang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikansi antara variabel Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Secara parsial terhadap pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Sembako Sumber Mulya Gondang menunjukkan adanya pengaruh signifikan yang negative antara variabel Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. Secara simultan terdapat pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Sembako Sumber Mulya menunjukkan terhadap simultan dan signifikan variabel Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. Dari hasil analisis data menunjukkan bahwa hasil yang bahwa hasil yang paling dominan terdapat pada variabel Harga (X1). Hasil yang diperoleh lebih besar daripada variabel Kualitas Produk (X2) berdasarkan Uji t (persial) Hal tersebut juga menunjukkan bahwa hasil koefisien determinasi (*Adjust R Square*) diperoleh hasil perhitungan besarnya pengaruh kedua variabel bebas yaitu variabel Harga (X1) dan Variabel Kepuasan Pelanggan (X2) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,170 atau sebesar 17%. Dengan sisa nilai R Square 83% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

ABSTRACT

Partially, there is an effect of price on customer satisfaction at Sumber Mulya Gondang Grocery Store, indicating a positive influence and significance between the price variable on customer satisfaction. Partially, the effect of product quality on customer satisfaction at Sumber Mulya Gondang grocery stores shows that there is a significant negative effect between product quality and customer satisfaction. Simultaneously there is the influence of Price and Product Quality on Customer Satisfaction of Sumber Mulya Grocery Stores showing the simultaneous and significant effect of Price and Product Quality variables on Customer Satisfaction. Partially,

there is an effect of price on customer satisfaction at Sumber Mulya Gondang Grocery Store, indicating a positive influence and significance between the price variable on customer satisfaction. Partially, the effect of product quality on customer satisfaction at Sumber Mulya Gondang grocery stores shows that there is a significant negative effect between product quality and customer satisfaction. Simultaneously there is the influence of Price and Product Quality on Customer Satisfaction of Sumber Mulya Grocery Stores showing the simultaneous and significant effect of Price and Product Quality variables on Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Kepuasan konsumen merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat meningkatkan intensitas membeli dari pelanggan tersebut. Dengan terciptanya tingkat kepuasan pelanggan yang optimal maka mendorong terciptanya loyalitas di benak pelanggan yang merasa puas tadi. Jika kinerja di bawah harapan, maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas, Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Dalam memenangkan persaingan bisnis dituntut untuk selalu berinovasi dalam menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci kelangsungan dan kemajuan suatu usaha atau bisnis. Jika pelanggan tidak puas maka ketidakpuasan tersebut dapat merugikan usahanya karena pelanggan akan beralih ke penyedia produk atau jasa lainnya yang dapat memberi kepuasan.

Menguraikan harga merupakan sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari yang memiliki atau pengguna produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap pembeli. Harga dapat mempengaruhi masyarakat untuk mendapatkan kepuasan mereka sendiri dengan mengharapkan kesesuaian harga yang diharapkan. Harga di Toko Sembako sumber mulya Gondang ini berbeda pula, ada harga ecer dan harga grosir, biasanya konsumen belanja banyak untuk dijual kembali, itupun pasti mendapat harga lain dari eceran biasa. Selain itu biasanya ada potongan harga untuk produk-produk tertentu, misalnya minyak goreng, gulaku, dll.

Selain harga, faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Menurut Kottler (1994:72) mutu tinggi pada produk yang dihasilkan memungkinkan dalam menentukan harga juga lebih tinggi. Sementara terdapat asas yang mengatakan menurunnya laba berlaku bagi mutu yang lebih tinggi, karena jumlah pembeli yang bersedia membayar untuk mutu yang semakin tinggi semakin berkurang. Sehingga orang tidak boleh tergesa-gesa menarik kesimpulan bahwa perusahaan perlu merancang mutu setinggi-tingginya. Dengan demikian dapat disimpulkan harga dan kualitas produk mempunyai hubungan satu dengan lain.

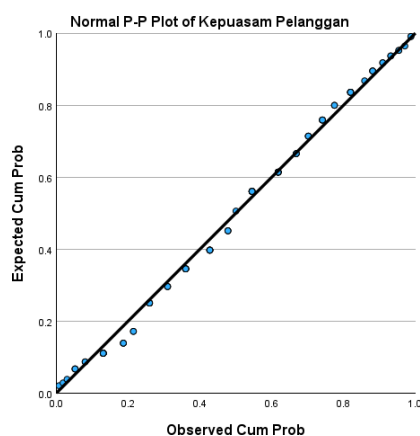
METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2015) penelitian kuantitatif deskriptif yaitu penelitian yang digunakan dalam menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya serta tidak ingin membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Populasi pada penelitian ini adalah Konsumen Toko Sembako Sumber Mulya Gondang dengan jumlah 802 Konsumen. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 89 dengan menggunakan rumus slovin. Teknik sampling yang digunakan yaitu *Nonprobability Sampling* dengan jenis *Sampling Purposive*. Menurut (Sugiyono, 2017) pada teknik *sampling purposive*, penentuan sampel dilakukan dengan pertimbangan tertentu. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner atau angket yang terdiri dari 45 item pertanyaan dengan penetapan skor instrumen menggunakan *skala Likert* dengan 5 alternatif jawaban. Teknik analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah Uji Instrumen Penelitian berupa uji validitas dan uji reabilitas, Uji Asumsi Klasik meliputi Uji Normalitas, Uji Linieritas, Uji Multikolonieritas, dan Uji Heteroskedastisitas, Uji Hipotesis yang meliputi Uji t dan Uji F, Analisis Regresi Linier Berganda dan Koefisien Determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2018) uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan normalitas terpenuhi yaitu pada pengamatan dengan Normal P-Plot, jika data penelitian bersebaran disekitar garis diagonal, dapat diasumsikan model regresi tersebut berdistribusi normal dan lolos uji normalitas. Sedangkan pada pengamatan dengan One Sample Kolmogorov-Sminov Test, model regresi berdistribusi normal dan lolos uji normalitas dengan ketentuan nilai One Sample Kolmogorov-Sminov Test dan nilai Asymp.sig (2-tailed) lebih besar dari taraf 0,05.



Menurut gambar diatas pada Normal P-Plot of regression standardized residual, diperoleh hasil data titik-titik berada di skeitas garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) data dinyatakan normal dan dapat digunakan untuk penelitian.

Uji Linieritas

Menurut (Ghozali, 2018) “uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak”. Dengan melakukan uji linieritas dapat diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linier, kuadrat atau kubik, serta apakah data yang peneliti miliki sesuai dengan garis liniernatau tidak. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan memenuhi syarat lolos uji linieritas. Adapun hasil uji linieritas disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.14 Hasil Uji Linearitas Kepuasan Pelanggan (Y) dan Harga (X1)

		ANOVA Table					
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Harga	Between (Combined) Groups		1477.499	27	54.722	1.054	.420
	Linearity		369.651	1	369.651	7.121	.010
	Deviation from Linearity		1107.848	26	42.610	.821	.705
	Within Groups		3166.590	61	51.911		
	Total		4644.090	88			

Berdasarkan table 4.14 pada sig ANOVA Tabel berdasarkan ketentuan hasil hitung linierity maka, hasil dari deviation from Linearity Harga (X1) Kepuasan Pelanggan (Y) Yaitu $0,705 \geq 0,05$. Sehingga bisa disimpulkan jika variable Harga lolos dalam uji linearity.

Tabel 4.15 Hasil Uji Linearitas Kepuasan Pelanggan (Y) dan Kualitas Produk (X2)

		ANOVA Table					
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Kualitas	Between (Combined) Groups		823.123	26	31.659	.514	.968
	Linearity		251.536	1	251.536	4.081	.048

Produk	Deviation from Linearity	571.588	25	22.864	.371	.996
	Within Groups	3820.967	62	61.628		
	Total	4644.090	88			

Berdasarkan table 4.15 pada sig ANOVA Tabel berdasarkan ketentuan hasil hitung linierity maka, hasil dari deviation from Linearity Harga (X2) Kepuasan Pelanggan (Y) Yaitu $0,996 \geq 0,05$. Sehingga bisa disimpulkan jika variable Harga lolos dalam uji linearity.

Uji Multikolonieritas

Menurut (Ghozali, 2018) uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (independen). Dikatakan terjadi multikolonieritas apabila nilai tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 .

Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolonieritas

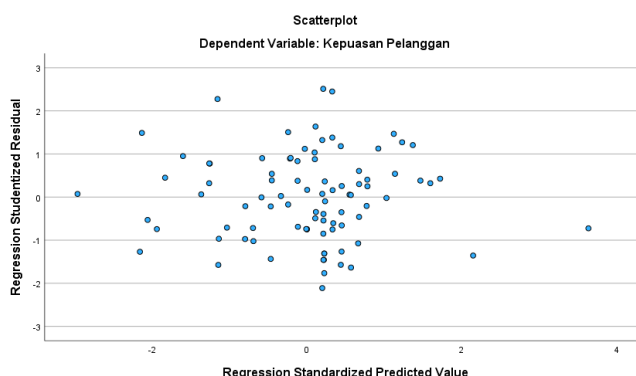
Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	58.928	7.496		7.861	<,001		
	Harga	.356	.094	.384	3.778	<,001	.913	1.095
	Kualitas Produk	-.362	.106	-.346	-3.403	.001	.913	1.095

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil table diatas diperoleh nilai *tolerance value* Harga (X1) sebesar 0,913 dan Kualitas Produk (X2) 0,913 demikian pula dengan nilai VIF variabel independent kurang dari 10 yaitu masing-masing Harga (X1) sebesar 1,095 dan Kualitas Produk(X2) sebesar 1,095. Dengan itu dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi multikonlinieritas variabel independent.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2013) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamat ke pengamat yang lain.



Berdasarkan gambar scatterplot diatas, menunjukkan bahwa titik-titik (data) menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas, serta pola tersebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Ghozali, 2018) analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, analisis regresi juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen, variabel dependen diasumsikan bersifat acak/skolastik, artinya memiliki distribusi probabilistik. Analisis data permasalahan ini adalah pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Sembako Sumber Mulya Gondang.

Tabel 4.17 Hasil Uji t (Persial) dan Regrsi Berganda

		Coefficients ^a			T	Sig.
2023 Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	58.928	7.496		7.861	.000
	Harga	.356	.094	.384	3.778	.000
	Kualitas Produk	-.362	.106	-.346	-3.403	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari hasil uji regresi linier berganda pada tabel 4.19 *coeffieicients^a* dapat dilihat bahwa diperoleh persamaan dari rumus regresi linier berganda $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$ (Riduwan, 2010) yaitu $Y = 58,928 + 0,356X_1 + -0,362X_2$ yang penjelasannya sebagai berikut:

1. (a) merupakan konstanta yang besarnya 58,928 menyatakan bahwa jika variabel independen (kualitas produk dan harga) sebesar 0 (nol), maka nilai variabel dependen (kepuasan pelanggan) sebesar 58,928.

2. (b₁) merupakan koefisien regresi X1 sebesar 0,356 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel X1 dengan asumsi variabel lain (X2) dianggap konstan maka hal ini akan berpengaruh peningkatan besarnya Y sebesar 0,356.
3. (b₂) koefisien regresi X2 sebesar -0,362 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel X2 dengan asumsi variabel lain (X1) dianggap konstan maka hal ini akan berpengaruh peningkatan besarnya Y sebesar -0,362.

Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Uji t (parsial) digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan perbandingan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} .

Tabel 4.17 Hasil Uji t(Parsial) dan Regresi Berganda

		Coefficients ^a			T	Sig.
2023 Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	58.928	7.496		7.861	.000
	Harga	.356	.094	.384	3.778	.000
	Kualitas Produk	-.362	.106	-.346	-3.403	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel Harga (X1) memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $3.778 > 1,988$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti ada pengaruh yang signifikan Harga (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Toko Sembako Sumber Mulya Gondang.

Selanjutnya dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Produk memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $-3.403 > 1,988$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti ada pengaruh signifikan yang negative Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Toko Sumber Mulya Gondang.

Uji F (Simultan)

Uji f digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent (X1 dan X2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini menggunakan perbandingan F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan perhitungan penentuan nilai t_{tabel} dengan taraf signifikan 0,05.

Tabel 4.18 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	876.916	2	438.458	10.009	<,001 ^b
	Residual	3767.174	86	43.804		
	Total	4644.090	88			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa Fhitung pada kolom F yaitu sebesar 10.009 dan untuk nilai Ftabel sebesar 3.101. Jadi dapat diketahui bahwa nilai Fhitung > Ftabel yaitu $10.009 > 3.101$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikansi variabel Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Sumber Mulya Gondang.

Koefisien Determinasi

Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.435 ^a	.189	.170	6.618

a. Predictors: (Constant),

b. Kualitas Produk, Harga

Berdasarkan tabel diatas, Hal ini diketahui koefisien Determinasi pada kolom R sebesar 0,435 dan nilai determinasi pada kolom Adjusted R Square sebesar 0,170 atau sebesar 17%. Hal ini menunjukkan bahwa 17% perubahan pada variabel Y dipengaruhi oleh perubahan variabel X1 dan variabel X2. Seangkan sisanya sebesar 83% ($100\% - 17\% = 83\%$) dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel X1 dan X2 yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial terdapat pengaruh Harga terhadap kepuasan Pelanggan Toko Sembako Sumber Mulya Gondang berdasarkan nilai sig $t < \alpha$ yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ dan thitung > ttabel yaitu $3.778 < 1,988$ dengan hasil nilai hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternative (H_a) diterima. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikansi antara variabel Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Sembako Sumber Mulya Gondang.

2. Secara parsial terhadap pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Sembako Sumber Mulya Gondang berdasarkan nilai sig t alpha sebesar $0,001 < 0,05$ dan thitung $>$ ttabel yaitu $-3.403 > 1,988$ dengan hasil nilai hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternative (H_a) diterima. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan yang negative antara variabel Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Sembako Sumber Mulya Gondang.
3. Secara simultan terdapat pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Sembako Sumber Mulya berdasarkan Fhitung $>$ Ftabel dengan hasil H_0 dalam peneliti ini ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan terhadap simultan dan signifikan variabel Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Sembako Sumber Mulya Gondang.

SARAN

Pelaku usaha diharapkan dapat mengembangkan system promosi sesuai dengan perkembangan teknologi digital agar pelaku usaha kedepannya lebih menguasai teknologi digital yang sedang berkembang agar dapat menarik pelanggan dari berbagai daerah dan lebih efisien mempromosikan produknya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tanpa mengurangi rasa syukur saya kepada Allah SWT, terima kasih saya ucapkan kepada Dosen Pembimbing saya Ibu Maria Agatha W H, M.Pd. atas bimbingannya selama ini serta Pemilik Toko Sembako Sumber Mulya Gondang, yang telah membantu saya dalam pengumpulan data. Terima kasih untuk kedua orang tua, saudara, dan teman-teman saya yang senantiasa memeberikan Doa dan semangat.

DAFTAR PUSTAKA

- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Bansaleng, J. M., Sepang, J. L., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kartu XL di Manado. *Jurnal EMBA*, 9(3), 331–340. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/34722>
- Birusman, M. (2017). Harga Dalam Perspektif Islam. *Mazahib*, 4(1), 86–99.
- Danilo Gomes de Arruda. (2021). *PENGARUHKUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN*. 6.

- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi ZIO Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/684>
- Fiazisyah, A., & Purwidiani, N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji Kfc Basuki Rahmat Surabaya. *E-Journal Boga*, 7(2), 168–187.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>
- Isfahila, A., Fatimah, F., Ekonomi, F., & Muhammadiyah, U. (2018). *Pengaruh harga, desain, serta kualitas produk terhadap kepuasan konsumen the effect of prices, design, and product quality on the consumer satisfaction*. 8(2), 211–227.
- Journal, D., & Social, O. F. (2017). *DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE Tahun 2017, Hal 1-8* <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>.
- Latifa, U. A. P. (2021). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Kelontong Janti Kencana Girimarto. *Hubisintek 2021*, 875–880.
- 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. <https://kohesi.sciencemakarioz.org/index.php/JIK/article/view/329>
- Mahmud, N. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Transmart Setiabudi Semarang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis STIE Anindyaguna*, 3(1), 159–167.
- Marpaung, B., & Mekaniwati, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Studi Pada Konsumen Alat Mesin Pengolah Kopi Di Pt. Karya Mitra Usaha. *JIMKES Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(1), 29–38.
- Melisa, & Siregar, dian lestari. (2021). *Jurnal Fair Value*. 4(2), 691–703.
- Pratiwi, N. R., Pradiani, T., & Alamsyah, A. R. (2021). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening (studi kasus pada Zama Homewear Malang). *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 18–27.
- Rahayu, E. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen T-Mart Express Indonesia. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v3i1.114>
- Ramadhan, D., & Mahargiono, P. B. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tepi Barat Rumah Kopi

-
- Rungkut Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan ...*, 9(5), 2.
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3072>
- Rufliansah, F. F., & Daryanto Seno, A. H. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Rainbow Creative Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 389–401.
<https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28226>
- Tianing, V. N., & Siswahyudianto. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kelompok Tani. *Idarotuna: Journal of Administrative Science*, 3(1), 57–74. <https://doi.org/10.54471/idarotuna.v3i1.28>
- Widyastuti, T. (2017). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Tempe*. 1(2), 233–240.