

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Seblak Pasta Taman Siswa

Retno Septiana, Bangun Putra Prasetya

Program Studi Manajemen Universitas Widya Mataram

Alamat : Jalan Dalem Mangkubumen, Kadipaten, Kecamatan Kraton, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55132

Korespodensi email : retnoseptiana22@gmail.com

Abstract. *This research aims to analyze the influence of service quality and product quality on consumer satisfaction at Seblak Pasta Taman Siswa. Service quality includes various aspects of interaction and service provided by staff to customers, while product quality is related to the taste, appearance and consistency of the seblak pasta served. The research method used was a survey with a questionnaire distributed to 120 respondents who were customers of Seblak Pasta Taman Siswa. The collected data was analyzed using multiple linear regression to determine the influence of the variables studied on consumer satisfaction. The research results show that both service quality and product quality significantly influence consumer satisfaction, with product quality having a stronger influence. These findings provide practical implications for the management of Seblak Pasta Taman Siswa to continue to improve service standards and product quality in order to increase customer satisfaction and maintain consumer loyalty.*

Keywords: *Service Quality, Product Quality, Consumer Satisfaction, Seblak Pasta, Multiple Linear Regression, Consumer Loyalty*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Seblak Pasta Taman Siswa. Kualitas pelayanan mencakup berbagai aspek interaksi dan pelayanan yang diberikan oleh staf kepada pelanggan, sedangkan kualitas produk berkaitan dengan rasa, penampilan, dan konsistensi dari seblak pasta yang disajikan. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan kuesioner yang disebarluaskan kepada 120 responden yang merupakan pelanggan Seblak Pasta Taman Siswa. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel yang diteliti terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik kualitas pelayanan maupun kualitas produk secara signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen, dengan kualitas produk memiliki pengaruh yang lebih kuat. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi manajemen Seblak Pasta Taman Siswa untuk terus meningkatkan standar pelayanan dan kualitas produk guna meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Seblak Pasta, Regresi Linier Berganda, Loyalitas Konsumen

LATAR BELAKANG

Menurut Septianingrum dkk (2023), dalam globalisasi saat ini, dunia bisnis mengalami perkembangan yang sangat pesat, salah satunya bisnis dibidang kuliner. Bisnis ini berkaitan dengan kebutuhan pangan manusia dan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia. Seperti yang kita ketahui perkembangan kuliner di Indonesia semakin beraneka ragam. Berbagai macam makanan diolah dan dibuat semenarik mungkin untuk memberikan kepuasan bagi konsumen ataupun pelanggan. Kualitas produk juga sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, karena banyak pelanggan yang menilai dari segi rasa, variasi, dan juga keunikannya.

Menurut Dapkes RI dalam Septianingrum dkk (2023), makanan sendiri adalah semua bahan dalam bentuk olahan yang dimakan manusia kecuali air dan obat-obatan. Makanan adalah

kebutuhan pokok manusia yang diperlukan setiap saat dan memerlukan pengolahan yang baik dan benar agar bermanfaat bagi tubuh, karena makanan sangat diperlukan oleh tubuh. . Banyaknya ragam jenis makanan dari berbagai daerah (masakan daerah), membuat masyarakat memiliki inovasi baru mengenai makanan yang unik, salah satunya adalah produk yang akan saya bahas yaitu Seblak Pasta.

Seiring dengan popularitasnya, kini seblak telah menjadi makanan favorit berbagai daerah di Indonesia dan bahkan telah menyebar ke Mancanegara. Dengan perkembangannya yang terus menerus, seblak kini menjadi bagian dari kuliner di Indonesia. Pada awalnya seblak hanya dikenal dan dikonsumsi oleh masyarakat daerah Jawa Barat saja, akan tetapi sekarang seblak sudah ada diberbagai daerah.

Seblak adalah salah satu makanan Indonesia, yang umumnya adalah makanan khas dari Bandung Jawa Barat yang bercitarasa gurih dan pedas, bahan baku seblak sendiri yaitu terbuat dari kerupuk atau semua jenis kerupuk yang dimasak dengan sayuran dan sumber protein seperti telur, ayam, atau olahan daging sapi, dan dengan bumbu yang diracik menggunakan ciri khas kencur, aroma dan rasanya yang khas dapat membuat orang-orang menyukainya.

Seblak pasta merupakan kedai makanan yang menyediakan berbagai jenis varian menu. Kedai ini memberikan *price to quality* terbaik bagi pelajar dan mahasiswa. Seperti tempatnya yang strategis, nyaman buat nongkrong, ngobrol santai, hangout, dan kumpul sama teman. Dengan harganya yang sangat terjangkau di kalangan pelajar maupun mahasiswa, sehingga Seblak Pasta banyak diminati oleh generasi muda. Seblak pasta juga memiliki pelayanan yang cukup baik dan ramah, dengan penyajian yang cukup cepat membuat para pelanggan tidak menunggu atau mengantri terlalu lama. Oleh karena itu, Seblak pasta memiliki pelanggan yang cukup banyak.

Seblak Pasta sangat ramai karena terkenal dengan varian seblak level pedasnya, dengan adanya seblak pasta menunjukkan bahwa inovasi jajanan kuliner terus berkembang diberbagai daerah. Ada beberapa persoalan yang terjadi saat ini pada produk Seblak Pasta ini, yaitu promosi yang dilakukan secara online melalui aplikasi delivery food dan promosi offline menggunakan voucher Kualitas Produk di hari – hari tertentu dengan potongan harga dan gratis ongkir digencarkan. Dengan citarasa yang khas dan penyajiannya yang berbeda, seblak pasta memiliki beberapa pelanggan hal ini mengundang banyaknya pesanan, baik secara online dan offline, sehingga para pelanggan online dan offline sering mendapatkan pesanan dalam waktu yang lama.

Di era media sosial, seblak pasta juga menjadi viral dan populer karena sering dijadikan sebagai konten kuliner dan di-share di berbagai platform media sosial. Hal ini juga turut mendukung popularitas seblak pasta di kalangan masyarakat luas. Dengan perkembangan selera masyarakat yang terus berubah dan semakin terbuka terhadap makanan internasional, seblak pasta menjadi salah satu inovasi kuliner yang berhasil menarik perhatian dan mendapat sambutan positif dari masyarakat. Kehadiran seblak pasta juga menunjukkan bahwa makanan tradisional seperti seblak dapat terus berkembang dan beradaptasi dengan tren kuliner masa kini, sehingga tetap relevan dan diminati oleh masyarakat.

Menurut Chandra dan Tjiptono dalam Rahmawati dan Utomo (2021) mendefinisikan kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika menyadari bahwa kebutuhan serta keinginan mereka telah sesuai dengan harapan dan terpenuhi dengan baik. Menurut Tjipto dan Chandra dalam Zahara dkk (2021), mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai bentuk upaya dalam mewujudkan keinginan pembeli, serta ketepatan penyampaian produk agar dapat mengimbangi harapan pembeli. Menurut Kotler dalam Rahmawati dan Utomo (2021), kualitas produk artinya suatu ciri khas atau karakteristik produk sehingga membuat konsumen puas. Selain itu kualitas produk diartikan juga sebagai keahlian produk untuk memberi rasa puas dan senang bagi konsumen yang membelinya.

TINJAUAN PUSTAKA

a. Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2007) menguraikan bahwa kualitas layanan adalah suatu bentuk upaya dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen dan ketepatan penyampaiannya dalam menyeimbangkan harapan konsumen. Selain itu, Hermawan (2018) menyimpulkan bahwa kualitas layanan merupakan rangkaian bentuk istimewa dari suatu produksi atau pelayanan yang dapat memberikan kemampuan dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Dalam hal ini, perusahaan yang menyediakan layanan, membutuhkan interaksi secara langsung antara pelanggan dan pelaku usaha, faktor dari perilaku karyawan seperti sikap serta keahlian dalam menyampaikan informasi merupakan hal terpenting yang menjadi perbedaan cara melayani yang baik (Lovelock dan Wirtz, 2011).

Menurut Kotler menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu proses kerja dalam meningkatkan dan mempertahankan perbaikan mutu secara berkelanjutan

dari proses produksi, sampai pelayanan yang dihasilkan perusahaan (Panjaitan & Yuliati, 2016).

Menurut (Krisnawati, 2016) Kualitas pelayanan merupakan keahlian perusahaan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan dan juga apabila pelayanan yang diterima ataupun dialami sudah sesuai yang diharapkan, sehingga kualitas dipersepsikan baik dan dapat memuaskan pelanggan.

b. Kualitas Produk

Kotler & Armstrong (2012) mendefinisikan kualitas produk sebagai kemampuan dari sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Sedangkan Wijaya (2011) menyatakan kualitas produk adalah gabungan dari keseluruhan karakteristik produk yang dihasilkan dari bagian pemasaran, hasil rekayasa produksi dan pemeliharaan sehingga menjadi barang (produk) yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Menurut Philip Kotler dalam jurnal penelitian, (Agussalim & Ali, 2017) mendefinisikan bahwa kualitas produk merupakan keseluruhan suatu produksegala yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen pada produkyang berkualitas".

Sedangkan Menurut (Habibah, 2016) Kualitas produk merupakan keahlian sesuatu produk guna melakukan peranannya meliputi, daya ketahanan, keandalan, ketepatan, kemudahan proses serta revisi, dan atribut bernilailainnya.

c. Kepuasan Konsumen

(Peter J. Paul dan Olson Jerry C., 2010) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah rangkuman keadaan psikologi yang dihasilkan kala emosi yang meluap dengan harapan tidak sesuai serta diperbanyak oleh perasaan perasaan yang tercipta mengenai konsumen yang telah pengalaman mengonsumsi.

Menurut Tjiptono (2012) konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya.

Menurut Kotler dan Killer (2012) Kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapan.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

a) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Familiar dan Ida maftukhah (2015) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang ideal adalah ketika pelayanan yang diterima melampaui harapan konsumen dan sebaliknya apabila pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas pelayanan dianggap buruk. Fandy Tjiptono (2012) Menyatakan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen. Menurut Dika Krisdianti (2019) Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan secara serentak terhadap kepuasan konsumen. Menurut Joko Bagio Santoso (2019) Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

b) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Assauri (2015) Kualitas produk adalah pernyataan tingkat kemampuan dari suatu merk atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan dan sebagai bahan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia. Sedangkan menurut Weenas (2013), Kualitas produk merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Penelitian sebelumnya Menurut Purnomo Edwin Setyo (2017) Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menurut Muhammad Ryan Fauzi dan kastawan mandala (2019) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut Hartanto dan Andreani (2019). Kualitas produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap

kepuasan konsumen. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini merupakan bentuk penelitian kuantitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode survei yaitu menyebarkan kuesioner (instrumen penelitian) kepada sampel masyarakat yang berdomisili di Yogyakarta (DIY). Ukuran sampel pada penelitian ini sebanyak 100 orang yang pernah membeli seblak pasta. data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan menggunakan alat analisis SPSS 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Hasil Penelitian

Data dari responden Seblak Pasta Taman Siswa

Tabel Usia

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-30 Tahun	99	99,0	99,0	99,0
	31-45 Tahun	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Berdasarkan hasil olah data pada tabel Usia jumlah responden sebanyak 100 dengan rincian 99 reponden Berusia 17-30 Tahun atau 99% dan responden yang berusia 31-45 sebanyak 1 orang atau 1%. Dengan demikian keseluruhan responden dalam penelitian ini didominasi responden berusia 17-30 Tahun yaitu 99 responden atau 91%.

Tabel Jenis Kelamin

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	33	33,0	33,0	33,0
	Perempuan	67	67,0	67,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Berdasarkan hasil olah data pada tabel Jenis Kelamin jumlah responden sebanyak 100 dengan rincian 67 reponden berjenis kelamin perempuan atau 67% dan responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 33 orang atau 33%. Dengan demikian keseluruhan responden dalam penelitian ini didominasi oleh jenis kelamin perempuan yaitu 67 responden atau 67%.

Tabel Pekerjaan

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Karyawan Swasta	11	11,0	11,0	11,0
	Pelajar/Mahasiswa	82	82,0	82,0	93,0
	Pengusaha	1	1,0	1,0	94,0
	Influencer	1	1,0	1,0	95,0
	Lainnya	5	5,0	5,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Berdasarkan hasil olah data pada tabel Pekerjaan, jumlah responden seluruhnya sebanyak 100 orang, dengan rincian Jenis pekerjaan Karyawan Swasta sebanyak 11 orang atau 11%, Jenis pekerjaan pelajar/mahasiswa sebanyak 82 Orang atau 82%, Jenis Pekerjaan pengusaha sebanyak 1 orang atau 1% begiitujuga dengan pekerjaan influencer dengan 1 responden, pekerjaan Lainnya sebanyak 5 orang atau 5%. Berdasarkan hasil tersebut Jenis Pekerjaan terbanyak yaitu Pelajar/Mahasiswa sebanyak 82 Orang atau 82%

Tabel Penghasilan

		Penghasilan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	≤ Rp 500.000	32	32,0	32,0	32,0
	Rp 500.000 s/d Rp 1.000.000	37	37,0	37,0	69,0
	Rp 1.000.000 s/d Rp 1.500.000	14	14,0	14,0	83,0
	Rp 1.501.000 s/d Rp 2.000.000	8	8,0	8,0	91,0
	Rp 2.001.000 s/d Rp 2.500.000	4	4,0	4,0	95,0
	≥ Rp 2.501.000	5	5,0	5,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Berdasarkan hasil olah data pada tabel Penghasilan, jumlah responden seluruhnya sebanyak 100 orang, dengan rincian 32 orang dengan penghasilan ≤ Rp 500.000 atau 32%, penghasilan Rp 500.000 s/d Rp 1.000.000 sebanyak 37 responden atau 37%, penghasilan Rp 1.000.000 s/d Rp 1.500.000 sebanyak 14 responden atau 14%, penghasilan Rp 1.501.000 s/d Rp 2.000.000 sebanyak 8 responden atau 8%, penghasilan Rp 2.001.000 s/d Rp 2.500.000 sebanyak 4 responden atau 4%, 5 responden dengan penghasilan ≥ Rp 2.501.000 atau 5%. Berdasarkan hasil tersebut Jenis Penghasilan terbanyak yaitu penghasilan Rp 500.000 s/d Rp 1.000.000 sebanyak 37 responden atau 37%.

Uji Validitas Dan Reliabilitas

Tabel Uji Validitas

Pertanyaan	Corrected Item-Total Correlation	Hasil
Kualitas Pelayanan1	0.599	Valid
Kualitas Pelayanan2	0.737	Valid
Kualitas Pelayanan3	0.701	Valid
Kualitas Pelayanan4	0.705	Valid
Kualitas Pelayanan5	0.693	Valid
Kualitas Pelayanan6	0.684	Valid
Kualitas Pelayanan7	0.811	Valid

Kualitas Pelayanan8	0.775	Valid
Kualitas Produk1	0.704	Valid
Kualitas Produk2	0.757	Valid
Kualitas Produk3	0.737	Valid
Kualitas Produk4	0.722	Valid
Kualitas Produk5	0.796	Valid
Kualitas Produk6	0.771	Valid
Kepuasan Pelanggan1	0.731	Valid
Kepuasan Pelanggan2	0.730	Valid
Kepuasan Pelanggan3	0.839	Valid
Kepuasan Pelanggan4	0.770	Valid
Kepuasan Pelanggan5	0.814	Valid
Kepuasan Pelanggan6	0.823	Valid

Dari pernyataan tabel 2 diatas, dinyatakan bahwa setiap variabel dinyatakan valid. Karena pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* nilai pada tiap item pertanyaan > 0.300 untuk setiap variabel.

Tabel Uji Reliabel

Variabel	Nilai Alpha	Hasil
Kualitas Pelayanan	0.863	Reliabel
Kualitas Produk	0.839	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0.874	Reliabel

Sedangkan uji reliabilitas berguna mengevaluasi suatu indikator pertanyaan kuesioner sudah konsisten setelah dilakukan penghapusan instrumen yang tidak valid. Pada uji reliabilitas suatu indikator dapat dikatakan reliabel apabila *Alpha*

$Cronbach > 0.60$. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua indikator pertanyaan tiap variabel dapat diandalkan, karena mempunyai nilai $Alpha Cronbach > 0,600$.

UJI ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		MeanProdu k
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	3.1717
	Std. Deviation	.44913
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.119
	Positive	.119
	Negative	-.091
Test Statistic		.119
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil uji normalitas jika riset telah terdistribusi normal yang diperhatikan adanya *Asymp. Sig. (2-tailed)* sejumlah 0.01 yang sehingga dapat dipakai model regresi berganda lebih besar dari tingkat signifikansi riset 0.05. Maka dapat dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

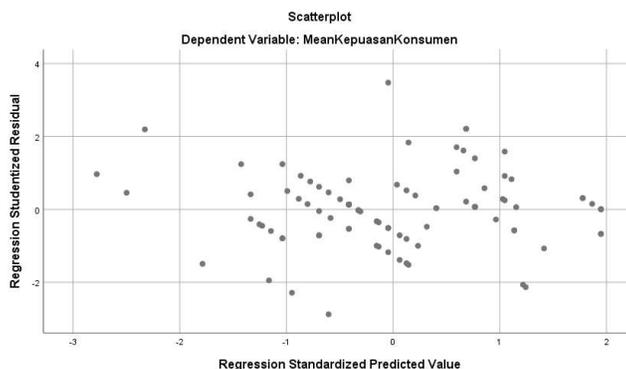
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Mean_Pelayana n	.311	3.217
	Mean Produk	.311	3.217

a. Dependent Variable:
MeanKepuasanKonsumen

diketahui bahwa nilai *tolerance* kedua variabel lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas.

Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan gambar diatas terdapat sebaran titik-titik yang acak baik di atas maupun dibawah angka nol dari sumbu Y, dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas dalam data penelitian ini.

UJI HIPOTESIS

Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18.883	2	9.441	148.500	.000 ^b
	Residual	6.167	97	.064		
	Total	25.050	99			

a. Dependent Variable: MeanKepuasanKonsumen

b. Predictors: (Constant), MeanProduk, Mean_Pelayanan

Berdasarkan tabel nilai signifikansi untuk pengaruh variabel Kualitas pelayan (X1), Kualitas produk (X2) secara simultan terhadap Kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai F hitung $148.500 > F$ tabel 3.037 sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas pelayan (X1), Kualitas produk (X2) secara simultan terhadap Kepuasan pelanggan (Y)

Uji t

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	-.129	.200		-.645	.520		
Mean_Pelayanan	.300	.110	.245	2.716	.008	.311	3.217
MeanProduk	.732	.101	.654	7.233	.000	.311	3.217

a. Dependent Variable: MeanKepuasanKonsumen

Berdasarkan Tabel Coefficients di atas, variabel Kualitas Pelayanan diperoleh hasil signifikansi 0,008, kurang dari 0,05 yang berarti signifikan dan nilai t adalah 2,716, dan variabel Kualitas Produk yaitu diperoleh hasil signifikansi 0,000, kurang dari 0,05 yang berarti signifikan dan nilai t adalah 7,233. Dari hasil signifikansi variabel Kualitas Pelayanan secara individu (parsial) signifikan mempengaruhi Kepuasan konsumen atau dapat memprediksi variabel Kepuasan Konsumen. variabel Kualitas Produk secara individu (parsial) signifikan mempengaruhi Kepuasan Konsumen atau dapat memprediksi variabel Kepuasan Konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Agussalim, M., & Ali, H. (2017). Model Kepuasan Pelanggan: Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Citra Merek Pada Giant Citra Raya Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 21(3), 317–335.

Assauri, Sofjan. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers. Sangadji, E.M dan Sopiah 2015. Prilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta : Andi.

Familiar, K., & Ida Maftukhah. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, 4(4), 348–354.

Habibah, U. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. *JEB17: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(01).

Hartanto, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Lingkungan Fisik Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi di De Mandailing Cafe Surabaya. *Agora*, 7(1), 2019.

- Hermawan, S. (2018). Analisis Proses Pelayanan Ijin Mendirikan Bangunan Di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Semarang (*Doctoral dissertation, Faculty of Social and Political Sciences*).
- Joko Bagio Santoso. 2019. “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Bensu Rawamangun)” 16 (01): 127–46.
- Kastawan mandala, and Muhammad Ryan Fauzi. 2019. “Purposive Sampling.” Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan 8 (11): 6741–61.
- Kotler, P. A. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Krisdianti, Dika Lambang, and Fakultas Ilmu Administrasi. 2019. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Pizza Hut Malang Town Square” 70 (1): 36–44.
- Krisnawati, S. N. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU No. 64.751. 15 Samarinda. E Journal Administrasi Bisnis
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). Service marketing, people, technology, strategy (7th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung [The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at JNE Branch in Bandung]. DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen, 11(2), 265-289.
- Peter J. Paul dan Olson Jerry C. (2010). Consumer Behavior and Marketing Strategy.(9th ed.). Mc Graw Hill.
- Purnomo Edwin Setyo. 2017. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen „Best Autoworks” 1.
- Rahmawati, D. A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Omah Seblak Krenyeng di Sidoarjo (Doctoral dissertation, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya).
- Septiyaningrum, E., Fajar, R. N., Fermiana, D., Utami, Y. A., & Fergiawan, D. (2023, January). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBLAK PASTA TAMAN SISWA BAGI MAHASISWA SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) WIDYA WIWAHA YOGYAKARTA. In Prosiding Seminar Nasional dan Call Paper STIE Widya Wiwaha (Vol. 1, pp. 17-33).
- Tjiptono, Fandy. 2012. Service, Quality & Satisfaction (Yogyakarta: CV Andi Offset).
- Weenas, Jackson R.S. 2013. Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. Jurnal EMBA vol.1 no.4 Desember 2013.
- Wijaya, T. (2011). Manajemen Kualitas Jasa. Edisi 1.Indeks. Jakarta
- Zahara, M., Andreansyah, N., & Relawati, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran KFC Lampung. Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB), 2(1).