

Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Angkringan Pak Heru Di Wonogiri

Berliandini Isra Novananda, Rayhan Gunaningrat

Program Studi Manajemen, Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta
Jl. Pinang Raya No.47, Jati, Cemani, Kec. Grogol, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah 57552
Telepon (0271) 7470050

Email : berliandini_isra@fhb.udb.ac.id

Abstrak

Pelaku bisnis diminta untuk memaksimalkan kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan sehingga dapat bertahan dalam persaingan bisnis dan menciptakan kepuasan konsumen. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada “Angkringan Pak Heru” di Wonogiri. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang teknik analisisnya menggunakan analisis statistik dengan pengujian instrumen, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial kualitas produk (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), berbeda dengan penelitian yang lain hal ini dapat terjadi karena perbedaan waktu serta tempat penelitian dan jumlah sampel penelitian yang digunakan. Secara parsial harga (X2) secara positif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Secara parsial kualitas pelayanan (X3) secara positif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Secara simultan terdapat nilai $F = 15,330$ (Sig. 0,000) → dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel independen (kualitas produk (X1), harga (X2), kualitas pelayanan (X3)) reliabel untuk memprediksi nilai dari variabel dependen (Y).

Kata Kunci : *Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen*

Abstract

Business people are asked to maximize product quality, price, and service quality so that they can survive in business competition and create customer satisfaction. This study aims to determine the effect of product quality, price, and service quality on customer satisfaction at "Angkringan Pak Heru" in Wonogiri. This study uses descriptive quantitative methods with analytical techniques using statistical analysis with instrument testing, classical assumption test, multiple linear regression test. The results showed that partially product quality (X1) had no significant effect on consumer satisfaction (Y), in contrast to other studies this could occur due to differences in time, place of research and the number of research samples used. Partially, the price (X2) has a significant positive effect on consumer satisfaction (Y). Partially, service quality (X3) has a significant positive effect on customer satisfaction (Y). Simultaneously there is a value of $F = 15.330$ (Sig. 0.000) □ it can be concluded that simultaneously the independent variables (product quality (X1), price (X2), service quality (X3)) are reliable to predict the value of the dependent variable (Y).

Keywords: *Product Quality, Price, Service Quality, Consumer Satisfaction*

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Menurut Doing Business (2018), di Indonesia untuk mendirikan sebuah perusahaan baru di bidang bisnis bukanlah hal yang mudah, hal ini terlihat pada laporan peringkat indeks. Laporan tersebut menampilkan posisi Indonesia berada di no. 72. Menurut Badan Pusat Statistik (2019), Indonesia memiliki 65,5 juta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) pada tahun 2019. Jumlah ini meningkat 1,98% dibandingkan pada tahun 2018 yang sebanyak 64,2 juta unit. Jika dirincikan, maka jumlah usaha mikro pada 2019 mencapai 64,6 juta. Sebanyak 798,7 ribu unit yang merupakan usaha kecil. Sementara, ada 65,5 ribu unit yang merupakan usaha menengah. Maka dari itu pelaku bisnis berlomba-lomba untuk memberikan perhatian yang penuh terhadap kepuasan konsumennya. Karena kepuasan konsumen dapat memberikan dampak yang baik untuk bisnisnya sehingga dapat berkembang dengan baik dan mendapatkan keuntungan.

Menurut Irham (2010), setiap pelaku usaha bisnis harus mempunyai kepekaan terhadap perubahan kondisi persaingan bisnis yang terjadi di lingkungannya dan menempatkan orientasi terhadap kemampuan untuk menarik kepuasan pembelian/konsumen agar dapat berhasil menjalankan usahanya.

Maraknya bisnis kuliner juga terjadi di kota Wonogiri, baik dari skala kecil seperti warung – warung dan angkringan, bisnis dengan skala menengah seperti cafe, rumah makan, bisnis dengan skala besar seperti restoran. Menurut Sebrica, et al. (2013) pelaku bisnis diminta untuk dapat menyajikan / memberikan sesuatu yang terbaik dan kesan yang baik kepada konsumen. Pelaku bisnis diminta untuk memaksimalkan kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan sehingga dapat bertahan dalam persaingan bisnis dan menciptakan kepuasan konsumen.

Dengan maraknya bisnis kuliner di Wonogiri membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang bisnis kuliner yang difokuskan pada salah satu bisnis berskala kecil yaitu angkringan. Salah satu angkringan di kota Wonogiri yaitu “Angkringan Pak Heru”.

Usaha “Angkringan Pak Heru” bergerak di bidang kuliner, berdiri pada tahun 2002. Menyajikan berbagai macam makanan dan minuman seperti: Nasi bandeng, nasi oseng, gorengan, es teh, es jeruk, dll. Dengan meningkatnya persaingan yang ada pelaku bisnis berlomba-lomba untuk menarik minat pembeli, dengan begitu “Angkringan Pak Heru” melakukan pembenahan bahan baku, dan sumber daya manusia. Konsumen cenderung lebih mengetahui secara pasti produk/barang apa yang akan dibeli dan tidak akan membuang-buang waktu untuk memilih produk-produk yang tidak berkualitas (Alex dan Thomas, 2012).

Untuk menghadapi persaingan bisnis yang sangat kompetitif, strategi harga juga menjadi faktor yang sangat penting, karena semua perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa harus menetapkan harga terhadap produk dan jasa konsumen serta memberikan kualitas pelayanan yang baik. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan tingkat kepuasan konsumen agar merasa puas sehingga dapat unggul dari pesaing yang lainnya.

1.2. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ketiga variabel independen yaitu kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen pada “Angkringan Pak Heru”.

1.3. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dilakukan Hari Susanto, 2020, dengan judul “Analisis kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada foto copy dwiyan di sampit)”. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan datanya menggunakan kuesioner terhadap 100 orang konsumen yang menggunakan jasa foto copy Dwiyan, dengan menggunakan metode Accidental Sampling. Kemudian dilakukan analisis terhadap data-

data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif mencakup uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis lewat uji t serta uji analisis koefisien determinasi (R^2). Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yaitu kualitas produk (X_1), harga (X_2), serta kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Sebesar 56,4% kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen yang dipergunakan dalam persamaan regresi. 43,6% dijelaskan oleh variabel lain.

1.4. Tinjauan pustaka

1.4.1. Kualitas produk

Kualitas produk adalah suatu produk dalam bentuk barang atau jasa yang memiliki nilai yang dapat memuaskan konsumen secara fisik maupun psikologis yang menunjukkan pada peralatan atau bahan dalam suatu produk (Kotler dan Armstrong, (2015:224)).

1.4.2. Harga

Menurut Saladin (2008:95), harga adalah sejumlah nilai uang yang ditentukan sebagai alat ukur nilai suatu barang untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk atau jasa.

1.4.3. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tindakan dan kemampuan karyawan dalam suatu perusahaan atau bisnis yang dilakukan dengan komitmen yang saling berkaitan erat, yaitu :kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan pelayanan (Tjiptono dan Chandra, (2009 : 119)).

1.4.4. Kepuasan konsumen

Menurut Zeithaml (2009:104), kepuasan adalah perasaan senang terhadap pemenuhan keinginan konsumen. Ini adalah suatu penilaian bahwa fitur produk atau jasa, atau layanan itu sendiri, memberikan tingkat konsumsi yang menyenangkan terkait pemenuhan tersebut.

1.4.5. Uji Reliabilitas

Menurut Singarimbun (1989), reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat terbukti.

1.4.6. Uji Reliabilitas

Menurut Priyatno (2014:51), uji validitas digunakan untuk mengukur seberapa akurat sebuah pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner yang akan ditanyakan kepada responden.

1.4.7. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Hasil uji normalitas dengan alat uji Kolmogorov-Smirnov Test.

1.4.8. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan untuk meyakini bahwa antar variabel bebas tidak memiliki multikolinearitas atau tidak memiliki pengaruh korelasi antara variabel yang ditetapkan sebagai model dalam penelitian.

1.4.9. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2007), Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan nilai dari residual satu pengamatan dengan yang lainnya.

1.4.10. Analisa Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas/ independen terhadap variabel terikat/ dependen.

1.4.11. Koefisiensi determinan

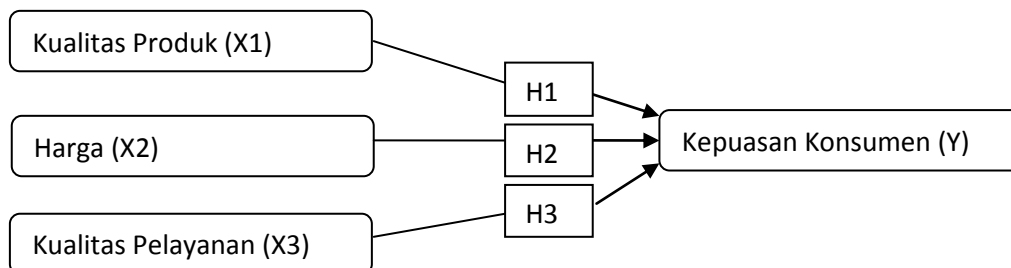
Koefisien Determinasi Koefisien Determinasi (KD) digunakan untuk mengetahui seberapa besarnya sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang ditentukan dengan menggunakan teknik statistik (Sugiyono (2018:276)).

1.4.12. Uji F

Menurut Ghazali (2013:98), Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat.

1.4.13. Uji t

Pengaruh langsung masing-masing variabel bebas / independen terhadap variabel terikat/ dependen dijelaskan dengan melihat nilai yang diperoleh melalui uji t.

1.5. Kerangka pikir**Hipotesis**

H1: Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen “Angkringan Pak Heru”

H2: Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen “Angkringan Pak Heru”.

H3: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen “Angkringan Pak Heru”.

2. Metodologi**2.1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Menurut V. Wiratna Sujarweni (2014:39), Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).

2.2. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2015: 80), populasi merupakan daerah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti supaya dipelajari dan lalu diambil kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang telah membeli produk di “Angkringan Pak Heru” Wonogiri dengan jumlah populasi tidak diketahui.

Menurut Sugiyono (2012:62), sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel sebagai yang mewakili populasi.

Sampel dalam penelitian ini sebesar 50 responden dari jumlah populasi yang tidak diketahui. Untuk penelitian yang menggunakan analisis data statistik, ukuran sampel paling minimum adalah 30 (Baley dalam Mahmud, 2011:159).

2.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa angket atau kuesioner. Menurut Sugiyono (2005: 62), kuesioner terdiri dari beberapa pertanyaan atau pernyataan yang akan dijawab oleh responden untuk mengumpulkan data. Penyebaran kuesioner diberikan kepada para konsumen yang sudah melakukan pembelian di “Angkringan Pak Heru” Wonogiri, sehingga peneliti mengetahui hasil variabel yang diukur dan peneliti dapat mengetahui apa yang diinginkan para konsumen pada “Angkringan Pak Heru” Wonogiri.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Uji Instrumen

3.1.1. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,899	17

Dari tabel diatas, instrumen pada variabel yang digunakan terdapat nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,899, dinyatakan reliabel karena $>0,70$.

3.1.2. Uji Validitas

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,781
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	410,816
	df	136
	Sig.	,000

Dari hasil tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa melalui *Factor Analysis* → *Varimax Rotation* pada metode *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO) menunjukkan nilai uji keseluruhan variabel sebesar $0.781 > 0.5$ dan *Bartlett's Test of Sphericity* Sig. $0.000 < 0.05$, maka uji validitas dinyatakan valid.

3.2. Uji Asumsi Klasik

3.2.1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
Most Extreme Differences	Std. Deviation	,43450371
	Absolute	,124
	Positive	,060
	Negative	-,124
Test Statistic		,124
Asymp. Sig. (2-tailed)		,052 ^c

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel diatas, terdapat nilai *Asymp.Sig,(2-tailed)* senilai $0,052 > 0,05$ maka tidak ada masalah di Normalitas, data ini telah terdistribusi secara normal.

3.2.2. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1.	Kualitas Produk (X1)	,695	1,439
	Harga (X2)	,706	1,417
	Kualitas Pelayanan (X3)	,758	1,320
a. Dependent Variable : Kepuasan Konsumen (Y)			

Dari tabel diatas menunjukkan nilai tolerance dan VIF pada kolom *Collinearity Statistics* , data tolerance 0,695 X1, 0,706 X2, 0,758 X3 $> 0,1$ berarti tidak terjadi multikolinieritas. Dan nilai VIF 1,439 (X1), 1,417 (X2), 1,320 (X3) < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

3.2.3. Uji Heterokedastisitas

Test For Heterokedasticity		Chi- Square	Sig.
1	White test	6,781	,660
2	Modified Breusch – Pagan	,159	,690
3	Breush-Pagan	,141	,707
4	F Test	,153	,697

Dari tabel diatas menggunakan uji *White Test for Heteroskedasticity* nilai signifikannya 0,660, *Modified Breusch-Pagan Test for Heteroskedasticity* nilai signifikannya 0,690 , *Breusch-Pagan Test for Heteroskedasticity* nilai signifikannya 0, 707, dan uji *F Test for Heteroskedasticity* nilai signifikannya senilai 0,697 hasil dari tabel diatas tidak menunjukkan adanya heterokedastisitas karena nilai signifikannya $> 0,05$.

3.3. Regresi Linier Berganda

3.3.1. Uji Koefisiensi Determinan (R- squareed)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,707 ^a	,500	,467	,448
a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan (X3), harga (X2), kualitas produk (X1)				
b. Dependent Variable: Kepuasan konsumen (Y)				

Uji Koefisien Determinan (R – Squared)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinan pada tabel IV. 12 dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinan sebesar 0,500 atau sebesar 50,0%. Dapat disimpulkan bahwa 50,0% variabel X1, X2, dan X3 memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) pada “Angkringan Pak Heru” di Wonogiri.

3.3.2. Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9,249	3	3,083	15,330	,000 ^b
	Residual	9,251	46	,201		
	Total	18,500	49			
a. Dependent Variable : Kepuasan Konsumen (Y)						
b. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan (X3), harga (X2), kualitas produk (X1)						

Berdasarkan tabel terdapat nilai $F = 15,330$ (Sig. 0,000) $\rightarrow$ dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel independen (kualitas produk (X1), harga (X2), kualitas pelayanan (X3)) reliabel untuk memprediksi nilai dari variabel dependen (Y).

3.3.3. Uji T (Parsial Hipotesis)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,405	,631		,642	,524		
	Kualitas Produk (X1)	-,013	,043	-,036	-,291	,772	,695	1,439
	Harga (X2)	,101	,049	,255	2,054	,046	,706	1,417
	Kualitas Pelayanan (X3)	,215	,044	,581	4,849	,000	,758	1,320
a. Dependent Variable : Kepuasan Konsumen (Y)								

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa :

- 1.) Berdasarkan hasil koefisiensi regresi kualitas produk (X1) nilai signifikansi senilai $0,772 > 0,05$ ($\alpha = 5\%$). Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada “Angkringan Pak Heru” di Wonogiri, berbeda dengan penelitian yang lain hal ini dapat terjadi karena perbedaan waktu serta tempat penelitian dan jumlah sampel penelitian yang digunakan.
- 2.) Berdasarkan hasil koefisiensi regresi harga (X2) nilai signifikansi senilai $0,046 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$). Hal ini dapat disimpulkan bahwa harga (X2) tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada “Angkringan Pak Heru” di Wonogiri.

- 3.) Berdasarkan hasil koefisiensi regresi kualitas pelayanan (X3) nilai signifikansi senilai $0,000 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X3) tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada “Angkringan Pak Heru di Wonogiri”.

4. Kesimpulan dan Saran

4.1. Kesimpulan

Hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1.) Secara parsial berdasarkan hasil koefisiensi regresi kualitas produk (X1) nilai signifikansi senilai $0,772 > 0,05$ ($\alpha = 5\%$). Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada “Angkringan Pak Heru” di Wonogiri, berbeda dengan penelitian yang lain hal ini dapat terjadi karena perbedaan waktu serta tempat penelitian dan jumlah sampel penelitian yang digunakan.
- 2.) Secara parsial berdasarkan hasil koefisiensi regresi harga (X2) nilai signifikansi senilai $0,046 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$). Hal ini dapat disimpulkan bahwa harga (X2) tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada “Angkringan Pak Heru” di Wonogiri.
- 3.) Secara parsial berdasarkan hasil koefisiensi regresi kualitas pelayanan (X3) nilai signifikansi senilai $0,000 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X3) tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada “Angkringan Pak Heru” di Wonogiri.
- 4.) Secara simultan terdapat nilai $F = 15,330$ (Sig. $0,000$) → dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel independen (kualitas produk (X1), harga (X2), kualitas pelayanan (X3)) reliabel untuk memprediksi nilai dari variabel dependen (Y).

4.2. Saran

Berdasarkan hasil data dan pembahasan diatas maka saran-saran yang dapat diberikan adalah :

1. Untuk “Angkringan Pak Heru” diharapkan lebih memperhatikan kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian di “Angkringan Pak Heru” diharapkan untuk meneliti variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

4.3. Keterbatasan Penelitian

1. Pengisian kuesioner oleh responden yang terkesan asal – asalan yang membuat hasil penelitian kurang maksimal atau optimal.
2. Keterbatasan waktu penelitian membuat hasil penelitian kurang maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Runtunuwu, J., Oroh, S., & Taroreh, R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 1803–1813. <https://doi.org/10.35794/emba.v2i3.5973>
- Wulandari, Z., Mulyati, A., & Tjahjono, E. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada Marketplace Shopee). *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 6(1), 1–14.
- Widagdo, B., Murni Handayani, M., dan Suharto, A., . (2018). DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP PERILAKU PESERTA DIDIK PADA PROSES PEMBELAJARAN DARING MENGGUNAKAN METODE PENGUKURAN

- SKALA LIKERT (Studi Kasus di Kabupaten Tangerang Selatan). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 25–36.
- Sutrayani. (2019). *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Kumala Celebes Motor (Mazda Makassar)*. 1–114. https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/6291-Full_Text.pdf
- Sukmawati, R. (2017). (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GARDEN CAFE KOPERASI MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA. *Occupational Medicine*, 53(4), 130.
- Uji Validitas dan Reliabilitas Lengkap Dengan SPSS. (n.d.). <https://www.statmat.net/uji-validitas-dan-reliabilitas/>
- Diana, I. N. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus pada Viola Ladies Boutique di Yogyakarta. *Ilmu Manajemen*, 1(1).
- Harga, P., Produk, K., & Kualitas, D. A. N. (2019). *Diajukan Oleh : DARSIH SULASTRI*.
- Noviyani, H. (2017). *Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan PT.Adi Sarana Armada, Tbk Lampung*.
- Malonda, A. D., & Stephen, S. E. (2020). Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D ' Stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(2), 395–409.
- Produk, P. K., Layanan, K., & Harga, D. A. N. (2020). *Terhadap Kepuasan Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan (the Influence of Product Quality , Service Quality , and Price on Customer Satisfaction of Bottled Drinking Water)*. 17(01), 61–68.
- Tri Wijiyanti. (2021). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA PEMBELIAN LOGAM MULIA EMAS (Studi PT. Emas Optimasi Abadi Cabang Purwokerto). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Pengabdian, P. D. A. N., Rahmawaty, P., Si, M., Respati, D., Sumunar, S., & Si, M. (2020). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Benih Padi Produksi BPTP Balai Benih Pertanian Kabupaten Bantul Analysis*. 2(January), 978–979.
- Sinaga, A., Sihombing, S., & Sitanggang, D. (2020). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Coffeenatics Medan*. 6(C), 1–3. <http://www.ejournal.ust.ac.id/index.php/JRAK/article/view/855>
- NOFAL CANDRA, R. (n.d.). *PENGARUH0HARGA,0KUALITAS PRODUK,0DAN0KUALITAS PELAYANAN0TERHADAP KEPUASAN0KONSUMEN PADA0CAFE TELLO'0KOPI*.
- Nabila, T. A. Y. U. (2020). *Pengaruh desain, persepsi harga, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen (studi kasus angkringan bae purwokerto)*.