

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN CV BINTANG BERLIAN

Ludova Billy Novenda
ludova.billy25@gmail.com
Suwitho

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aimed to find out and analyze the effect of service quality, product quality, and price on the customers' satisfaction at CV. Bintang Berlian. Furthermore, the research type was quantitative. Moreover, the research population used customers at CV. Bintang Berlian in the period August 2021 to March 2022 with the saturated sample method. Therefore, the sample was 102 respondents taken from customer data at CV. Bintang Berlian. The research data analysis technique used multiple linear regression analysis in order to calculate the amount of the coefficient regressions to find out the effect of service quality, product quality and price on customers' satisfaction. Meanwhile, the hypothesis test used F test and the partial effect test with t-test. The result indicated that the variable of service quality had a positive and significant effect on the customers' satisfaction, product had a positive and significant effect on the customers' satisfaction, and work price had a positive and significant effect on the customers' satisfaction.

Keywords : *service quality, product quality, price, customers satisfaction*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan CV. Bintang Berlian. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu pelanggan CV. Bintang Berlian pada periode bulan Agustus 2021 sampai bulan Maret 2022. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan sampel jenuh karena seluruh populasi dijadikan sampel. Jumlah sampel 102 responden yang didapatkan dari data pelanggan CV. Bintang Berlian. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis linier berganda bertujuan untuk menghitung besarnya koefisien regresi untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan pengujian hipotesis menggunakan uji F dan uji pengaruh parsial menggunakan uji t. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

Dampak pandemi di Indonesia cukup signifikan terhadap sektor perdagangan, industri dan pariwisata. Dampak dari Covid-19 di Indonesia secara langsung dapat dilihat dari PHK pada beberapa perusahaan dan terjadi penutupan beberapa usaha yang tidak dapat bertahan karena dampak pandemi Covid-19. Pandemi Covid-19 memunculkan masalah bagi pelaku usaha termasuk sektor industri *Meeting, Incentive, Convergence and Exhibition* (MICE) di Indonesia. Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang luar biasa kepada industri MICE, khususnya pameran atau *event* yang dapat bersifat olahraga, musik, kesenian, dan *entertainment*. Pameran merupakan kegiatan untuk mempromosikan produk dan ajang untuk menarik minat konsumen. Pameran adalah kegiatan yang mempertemukan penjual dan pembeli serta pihak lain secara bersama – sama untuk melihat dan/atau menjual produk, jasa serta sumberdaya lainnya dalam industri tertentu ataupun kepada

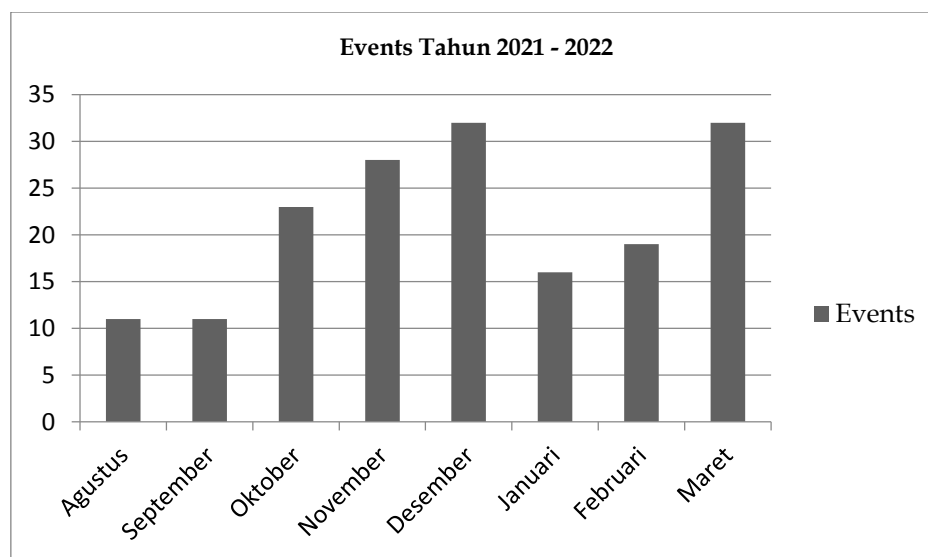
khalayak umum, yang bisa terjadwal secara tersendiri ataupun bersama penyelenggaraannya dengan kegiatan lain (Berridge, 2007).

Dalam pameran dibutuhkan tenaga profesional untuk menyelenggarakan pameran mulai dari perencanaan, persiapan dan penutupan. Untuk melaksanakan pameran tentunya diperlukan vendor kontraktor pameran. CV Bintang Berlian merupakan sebuah perusahaan kontraktor pameran yang bergerak di bidang penyedia barang pameran. Salah satu pihak yang ikut berperan aktif dalam menyelenggarakan sebuah pameran sebagai pemberi jasa dalam penghubung antara kebutuhan dan keinginan pelanggan untuk di realisasikan menjadi sebuah wadah pameran dalam memperkenalkan produk atau jasa produsen kepada konsumennya. CV Bintang Berlian menyediakan kelengkapan pameran kepada perusahaan lain yang akan menyelenggarakan atau menjadi peserta pameran.

Penting bagi perusahaan untuk menciptakan kepuasan kepada pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat menciptakan citra positif dan kepercayaan untuk tetap menggunakan produk atau jasa. Perusahaan kontraktor pameran yang bergerak di bidang jasa harus memberikan kualitas terbaik kepada pelanggan. Kualitas yang diberikan perusahaan, akan menciptakan persepsi pelanggan terhadap kualitas yang diterima. Dapat dinyatakan bahwa penjual telah memberikan kualitas pelayanannya ketika jasa atau produk memenuhi kebutuhan dan sesuai ekspektasi pelanggan. Kepuasan pelanggan terhadap perusahaan tidak terlepas dari kualitas produk yang ditawarkan. Semakin tinggi tingkat kualitas produk yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan yang didapatkan. Jika tingkat kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat memenuhi kepuasan selera pelanggan, maka produk akan selalu diminati dan dicari oleh pelanggan.

Tidak hanya kualitas pelayanan dan kualitas produk, adapun harga yang juga memenuhi kepuasan pelanggan. Salah satu faktor penentu dalam memilih suatu produk dengan keputusan pembelian konsumen adalah harga. Harga tergantung pada kebijakan perusahaan dengan mempertimbangkan berbagai hal. Perusahaan harus selalu memantau harga yang ditetapkan pesaing agar harga yang ditetapkan perusahaan tidak terlalu rendah atau terlalu tinggi. Harga adalah suatu nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Berikut ini data penjualan CV Bintang Berlian Tahun 2021 sampai dengan 2022 yang dapat dilihat pada tabel berikut:



Sumber: CV Bintang Berlian

Gambar 1
Data Penjualan CV Bintang Berlian

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa barang yang disewakan untuk *events* CV Bintang Berlian dimasa pandemi pada bulan Agustus tahun 2021 hingga bulan Maret tahun 2022 mengalami fluktuasi. Pada bulan Agustus dan September tahun 2021 pekerjaan sebesar 11 *events* dan mengalami kenaikan pekerjaan pada bulan Oktober tahun 2021 hingga bulan Desember tahun 2021. Sedangkan penurunan pekerjaan *events* terjadi pada bulan Januari tahun 2022 sebesar 16 pekerjaan *events*. Penurunan tersebut kemungkinan disebabkan oleh beberapa faktor pemasaran yang kurang baik dan tidak berjalan sesuai dengan fungsinya seperti yang dikeluhkan oleh pelanggan tentang, keterlambatan pemasangan, pemasangan barang yang kurang rapi, barang tidak sesuai dengan fungsinya, kebersihan barang dan permasalahan dalam harga.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat dirumuskan masalah yaitu (1) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan CV Bintang Berlian?, (2) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan CV Bintang Berlian?, (3) Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan CV Bintang Berlian?. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk menganalisis dan mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan CV Bintang Berlian. (2) Untuk menganalisis dan mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan CV Bintang Berlian. (3) Untuk menganalisis dan mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

TINJAUAN TEORITIS

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2016:156) Kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakter dari produk atau jasa yang memiliki potensi untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Kualitas pelayanan satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan perusahaan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka. Jadi, kualitas pelayanan adalah segala bentuk pelayanan yang dilakukan secara maksimal yang diberikan perusahaan dengan segala keunggulan dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan demi memenuhi harapan pelanggan.

Indikator kualitas pelayanan menurut Kotler dalam Tjiptono (2016:284) mengungkapkan terdapat lima faktor penentu kualitas pelayanan, diantaranya: (1) Berwujud (*Tangible*) Berfokus pada fasilitas fisik yang ditawarkan kepada konsumen yang berupa penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik. (2) Empati (*Empathy*) Empati adalah kemampuan yang berkaitan dengan perhatian yang tulus kepada pelanggan. Empati membantu untuk mengetahui keinginan serta kebutuhan pelanggan dengan spesifik. (3) Ketanggapan (*Responsiveness*) Kemampuan perusahaan dalam membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan konsumen dengan penyampaian informasi yang baik dan mudah dimengerti. (4) Keandalan (*Reability*) Kemampuan untuk memberikan layanan sesuai dengan yang telah dijanjikan perusahaan yang meliputi kesesuaian kinerja dengan keinginan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, sikap keramahan dan pelayanan yang terbaik. (5) Jaminan (*Assurance*)

Kemampuan perusahaan untuk menciptakan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen

Kualitas Produk

Perusahaan harus memperhatikan produk yang ditawarkan untuk memuaskan konsumen. Produk yang berkualitas adalah produk yang dapat memberi manfaat kepada penggunanya. Menurut Kotler dan Keller (2016:389) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, peristiwa, orang, tempat, properti, organisasi,

informasi dan ide. Kualitas memiliki dampak langsung pada kinerja produk atau jasa. Oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Produk yang berkualitas sangat diperlukan perusahaan agar dapat memenuhi keinginan konsumen. Keinginan konsumen yang dapat terpenuhi sesuai dengan apa yang diharapkan akan membuat konsumen dapat menerima produk dan loyal. Indikator Kualitas Produk menurut Kotler (2016:203): (1) Bentuk. Bentuk sebagai perbedaan suatu produk dengan yang lainnya, misalnya ukuran, bentuk, atau struktur fisik produk. (2) Ciri - ciri produk. Karakteristik pelengkap suatu produk yang berguna untuk menambah fungsi dasar. (3) Kesesuaian. Tingkat kesesuaian produk dengan standar yang ditetapkan, misalnya ukuran pada sepatu, ketepatan waktu pada pesawat. (4) Kinerja. Berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan juga merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang. (5) Daya Tahan. Berkaitan dengan umur atau berapa lama suatu produk dapat digunakan. (6) Keandalan. Berkaitan dengan keberhasilan produk dalam menjalankan fungsi - fungsinya. (7) Kemudahan. Berkaitan dengan kemudahan dalam perbaikan produk jika mengalami kerusakan. (8) Gaya. Penampilan produk dan kesan konsumen terhadap produk. (9) Desain. Keistimewaan produk yang mempengaruhi penampilan serta fungsi produk.

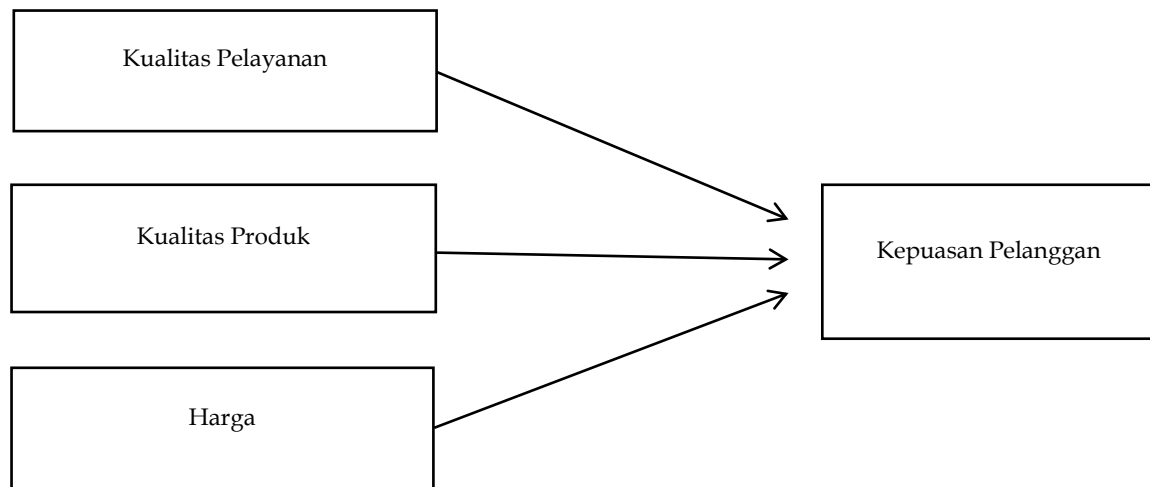
Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2015:312) harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat - manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Salah satu faktor penentu dalam pemilihan suatu produk dengan keputusan pembelian konsumen adalah harga. Harga merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Harga tergantung pada kebijakan perusahaan dengan mempertimbangkan berbagai hal. Indikator harga Menurut Tjiptono (2015:156) dimensi harga terdiri dari: (1) Keterjangkauan Harga. Konsumen dapat menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. (2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk. (3) Harga dapat dijadikan sebagai indikator pembandingan kualitas suatu produk atau jasa. (4) Daya saing harga. Harga sering menjadi pembandingan produk atau jasa perusahaan dengan produk kompetitor. (5) Kesesuaian harga dengan manfaat. Konsumen memutuskan membeli suatu produk atau jasa apabila manfaat yang dirasakan sesuai atau lebih besar dengan apa yang telah dikorbankan untuk mendapatkannya.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:38) bahwa kepuasan pelanggan bergantung pada kinerja yang dirasakan dari produk terhadap harapan pembeli. Jika kinerja produk jauh dari harapan, pelanggan tidak merasa puas. Jika kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas atau senang. Konsumen yang merasa puas biasanya tetap setia menggunakan produk dalam jangka waktu yang lebih lama, melakukan pembelian ulang dan menceritakan pengalaman positif tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain. Indikator kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Keller (2018:140) kepuasan pelanggan memiliki beberapa dimensi, yaitu: (1) Tetap setia. Pelanggan yang puas cenderung setia dan melakukan pembelian ulang dari produsen yang sama. (2) Membeli produk baru perusahaan dan memperbaharui produk. Pelanggan yang memiliki rasa puas terhadap suatu produk atau jasa akan membeli produk yang ditawarkan. Pelanggan akan memberikan saran terhadap perusahaan untuk memperbaiki kinerja perusahaan. (3) Merekomendasikan produk. Pelanggan yang puas akan menceritakan ke calon pelanggan pengalaman positif yang dialami setelah melakukan pembelian terhadap suatu produk atau jasa. (4) Kurang memperhatikan pesaing dan kurang sensitif terhadap harga. Pelanggan yang puas bersedia untuk membayar lebih kepada perusahaan dan memiliki kepercayaan terhadap perusahaan.

Rerangka Konseptual



Sumber: Pemulis
Gambar 2
Rerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Hipotesis ini merupakan dugaan sementara terhadap masalah penelitian yang sebenarnya masih harus diuji secara empiris. Menurut Sugiyono (2012:51) hipotesis merupakan suatu jawaban dari rumusan masalah penelitian dan dapat dikatakan sementara, karena jawaban diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum dikatakan fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan uraian kerangka konseptual diatas, maka hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan merupakan suatu keseluruhan fitur dan karakteristik pada produk atau jasa yang memiliki kesanggupan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Hasil dari penelitian Irfanudin (2019) bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Asti dan Ayunigtyas (2020) variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik bagi perusahaan karena dapat menciptakan pelanggan menjadi royal dan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa pengembangan hipotesis.

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan CV Bintang Berlian

b. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam menjalankan fungsinya untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Hasil dari penelitian Aulia (2017) yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Mariansyah dan Syarif (2020) bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan perusahaan kontraktor pameran. Berdasarkan penjelasan diatas, bahwa pengembangan hipotesis.

H2: Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan CV Bintang Berlian

c. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Harga merupakan suatu nilai atau uang yang dikorbankan pelanggan untuk menerima manfaat dari sebuah produk maupun jasa. Hasil dari penelitian Insyroh *et al.* (2018) yang menunjukkan hasil bahwa variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Zakaria (2017) menunjukkan hasil bahwa variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Harga memiliki faktor penting untuk mengukur kepuasan pelanggan. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan pengembangan hipotesis.

H3: Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan CV Bintang Berlian

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:17) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positif yang dapat dipergunakan dalam meneliti sebuah populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang sifatnya kualitatif atau statistik bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah digunakan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Dalam penelitian survei informasi yang dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner untuk pengumpulan data. Penelitian ini termasuk dalam golongan penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2019:65) penelitian asosiatif adalah rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian asosiatif digunakan untuk meneliti sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Gambaran Populasi

Menurut Sugiyono (2019:126) mengemukakan bahwa populasi merupakan suatu wilayah generalisasi wilayah yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas atau karakteristik yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa CV Bintang Berlian pada bulan Agustus tahun 2021 hingga bulan Maret 2022 yang berjumlah 102 pelanggan.

Teknik Pengambilan Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi. Penelitian ini tidak menggunakan sampel, karena seluruh populasi dijadikan sampel. Teknik sampel yang digunakan adalah sampel jenuh. Sampel jenuh merupakan teknik pengambilan sampel yang menggunakan seluruh anggota populasi untuk digunakan sampel (Sugiyono, 2016:85). Peneliti mengambil sampel seluruh jumlah populasi pelanggan CV Bintang Berlian sebanyak 102 pelanggan.

Teknik Pengambilan Data

Teknik pengumpulan data adalah bagian awal dari proses pengujian data yang akan digunakan untuk penyusunan penelitian dan sebagai bukti untuk hasil pada kesimpulan. Dalam penelitian menggunakan kuesioner untuk pengambilan data. Menurut Sugiyono (2018:142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk diberikan tanggapan.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2019:68) mengemukakan bahwa variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel independen pada penelitian ini terdiri dari kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan variabel dependen kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan

adalah variabel bebas (X) yaitu kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), dan Harga (X3). Sedangkan variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y). Definisi operasional variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah keseluruhan fitur dan karakter dari produk atau jasa yang memiliki kesanggupan untuk memuaskan kebutuhan pengguna jasa CV Bintang Berlian. Menurut Kotler dalam Tjiptono (2016:284) indikator kualitas pelayanan yaitu: (1) Bukti Fisik, (2) Empati, (3) Daya Tanggap, (4) Keandalan, (5) Jaminan

2. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam menjalankan fungsinya untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan CV Bintang Berlian. Menurut Kotler (2016:203) indikator kualitas produk yaitu: (1) Kinerja, (2) Daya Tahan, (3) Kesesuaian, (4) Keandalan, (5) Kemudahan

3. Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang dikorbankan atas pembelian suatu produk atau jasa yang diterima pelanggan CV Bintang Berlian. Menurut Tjiptono (2015:156) indikator harga terdiri dari: (1) Keterjangkauan harga, (2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, (3) Daya saing harga, (4) Kesesuaian harga dengan manfaat

4. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan merupakan penilaian seseorang terhadap kinerja yang dirasakan setelah menerima suatu jasa atau produk. Menurut Kotler dan Keller (2018:140) indikator kepuasan pelanggan, yaitu: (1) Setia, (2) Membeli produk baru perusahaan dan memperbaharui produk, (3) Merekomendasikan, (4) Kurang memperhatikan pesaing dan kurang sensitive terhadap harga

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu menunjukkan apa yang ingin diukur. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner. Menurut Sugiyono (2017:125) adalah derajat ketetapan antara data sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Dalam rangka mengetahui uji validitas, dapat digunakan penilaian uji sebagai berikut: (1) Apabila $R_{hitung} > R_{Tabel}$, maka item kuesioner valid. (2) Apabila $R_{hitung} < R_{Tabel}$, maka kuesioner dikatakan tidak valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Menurut Sugiyono (2017:130) menyatakan bahwa uji reliabilitas merupakan sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel bila jawaban responden terhadap pernyataan konsisten atau stabil. Alat ukur reliabilitas adalah *Cronbach Alpha*. Hasil $\alpha > 0,60$ dinyatakan reliabel, sedangkan jika hasil $\alpha < 0,60$ dinyatakan tidak reliabel.

Analisis Linier Berganda

Menurut Ghazali (2018:96) analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, selain itu juga untuk

menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen dengan rumus sebagai berikut :

$$KP = a + b_1KPL + b_2KPR + b_3HG + e$$

Keterangan: Y = Kepuasan pelanggan

a = Konstanta

b₁, b₂, b₃ = Koefisien regresi

KPL = Kualitas pelayanan

KPR = Kualitas produk

HG = Harga

e = *standart error*

Uji Asumsi Klasik

Menurut (Ghozali, 2018) Uji normalitas merupakan uji hipotesis klasik yang paling penting. Tujuan dari uji normal adalah untuk memeriksa apakah model regresi, variabel noise, atau residual berdistribusi normal. Untuk memeriksa normalitasnya digunakan grafik normal return dalam penelitian ini. Dasar pengambilan keputusan untuk menguji normalitas ini adalah jika signifikansi lebih besar dari 0,05, maka distribusinya normal dan sebaliknya.

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi variabel terikat dan variabel bebas dalam model regresi. Menurut Ghozali (2018:161) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, residual memiliki distribusi normal. Dalam analisis regresi asumsi yang harus dipenuhi adalah residual harus berdistribusi normal. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumus Kolmogorov-Smirnov dengan ketentuan data berdistribusi normal jika nilai signifikansi > 0,05. Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan menggunakan pendekatan grafik Normal *P-P Plot of regression standart*, dengan pengujian ini disyaratkan bahwa distribusi data penelitian harus mengikuti garis diagonal antara 0 dan pertemuan sumbu X dan Y.

Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali (2018:107) menyatakan bahwa uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar satu atau semua variabel independen. Jika terjadi korelasi, terdapat problem multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi tidak adanya multikolinieritas dapat dilihat besaran *variance inflation factor* (VIF) dan Tolerance. Suatu model regresi yang bebas multikolonieritas adalah yang mempunyai nilai VIF < 10 dan angka tolerance > 0,1.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan dan kepengamatan lain. Apabila varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan apabila berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model dapat dikatakan baik apabila tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika ada pola tertentu, seperti titik ada berbentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas Ghozali (2016:139).

Uji F

Uji kelayakan model atau uji F yaitu suatu uji digunakan untuk menguji kelayakan model. Uji F pada tingkat α yang digunakan (penelitian ini menggunakan tingkat α sebesar 5%). Analisis didasarkan pada perbandingan antara nilai signifikansi 0,05 dimana syaratnya sebagai berikut: (1) Jika signifikansi $F < 0,05$ maka model layak. (2) Jika signifikansi $F > 0,05$ maka model tidak layak

Analisis Determinasi Berganda (R^2)

Menurut Ghazali (2016) menjelaskan bahwa koefisien determinasi pada dasarnya digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan keberadaan variabel terikat. Koefisien determinasi memiliki nilai antara nol dan satu. Nilai R^2 berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai R^2 yang kecil berarti variabel independen memiliki kemampuan yang sangat terbatas untuk mendorong variasi variabel dependen. Nilai R^2 menunjukkan adanya variabel bebas yang menyediakan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel bebas.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini yaitu uji t, dimana uji t bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh masing – masing variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini terhadap variabel dependen secara parsial. Menurut Sugiyono (2018:223) Uji t merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, yaitu yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Rancangan pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui korelasi dari kedua variabel yang diteliti. Adapun kriteria pengujian: (1) Bila signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. (2) Bila signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019:175) Hasil penelitian yang valid terdapat persamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sebenarnya terjadi pada objek yang diteliti. Uji validitas digunakan untuk mengukur atau valid atau tidaknya suatu kuesioner. Valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data tersebut valid. Kuesioner dikatakan valid apabila pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Validitas dapat digunakan untuk mengetahui layak tidaknya butir – butir pertanyaan dalam mendefinisikan satu variabel. Suatu item dapat dikatakan valid atau tidak dapat diketahui dengan cara Jika $R_{hitung} > R_{tabel}$ dan bernilai positif, maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid. Uji validitas penelitian ini dapat dijelaskan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (KPL)	KPL1	0,636	0,194	Valid
	KPL2	0,702	0,194	Valid
	KPL3	0,689	0,194	Valid
	KPL4	0,725	0,194	Valid
	KPL5	0,799	0,194	Valid
Kualitas Produk (KPR)	KPR1	0,716	0,194	Valid
	KPR2	0,814	0,194	Valid
	KPR3	0,737	0,194	Valid
	KPR4	0,781	0,194	Valid
	KPR5	0,669	0,194	Valid
Harga (HG)	HG1	0,740	0,194	Valid
	HG2	0,750	0,194	Valid
	HG3	0,754	0,194	Valid
	HG4	0,742	0,194	Valid
Kepuasan Pelanggan (KP)	KP1	0,627	0,194	Valid
	KP2	0,766	0,194	Valid
	KP3	0,773	0,194	Valid
	KP4	0,651	0,194	Valid

Sumber: Data Primer (diolah) 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa semua item pernyataan pada setiap indikator dari keseluruhan variabel yang terdiri dari kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan dengan total 18 item, yang memiliki rhitung > rtabel sesuai dengan ketentuan yang sudah dinyatakan pernyataan tersebut valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel yang diamati. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memberikan nilai cronbach alpha > 0,60 (Ghozali 2016:113). Uji reliabilitas penelitian ini dapat dijelaskan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Hasil Perhitungan		Keterangan
	Cronbach Alpha	Cronbach Alpha (α)	
Kualitas Pelayanan (KPL)	0,754	0,60	Reliabel
Kualitas Produk (KPR)	0,799	0,60	Reliabel
Harga (HG)	0,735	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Kp)	0,665	0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer (diolah) 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa cronbach alpha (α) item indikator pernyataan yang terdiri dari kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan mempunyai nilai lebih besar dari 0,60. Hal ini dapat disimpulkan bahwa data kuesioner yang diteliti sudah sangat dapat dipercaya (reliabel).

Analisis Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (*independent*) yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap variabel terikat (*dependent*) yaitu kepuasan pelanggan. Analisis regresi linear berganda penelitian ini dapat dijelaskan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std.Error	Beta		
1	(Constans)	4,463	,780		5.724	,001
	KPL	,132	,060	,193	2,205	,030
	KPR	,270	,060	,409	4,530	,001
	HG	,310	,064	,355	4,809	,001

Sumber: Data Primer (diolah) 2022

Dari tabel diatas dapat diketahui persamaan regresi sebagai berikut:

$$KP = 4,463 + 0,132 KPL + 0,270 KPR + 0,310 HG + e$$

Persamaan regresi linier berganda diatas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konstanta (a) merupakan garis regresi dengan variabel KP jika KPL, KPR, HG= 0 dimana besarnya variabel independen dapat digunakan di dalam model penelitian sebesar konstanta tersebut, besarnya nilai konstanta (a) adalah 4,463 menunjukkan bahwa jika variabel bebas terdiri dari kualitas pelayanan, kualitas produk, harga = 0, maka kepuasan pelanggan sebesar 4,463.
2. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (b_1) = 0,132 menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan semakin baik kualitas pelayanan maka akan semakin meningkat kepuasan pelanggan. Hal ini terjadi dengan asumsi pengaruh variabel kualitas produk dan harga.
3. Koefisien regresi variabel kualitas produk (b_2) = 0,270 menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara variabel kualitas produk dengan kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan semakin baik kualitas produk maka akan semakin meningkat kepuasan pelanggan. Hal ini terjadi dengan asumsi pengaruh variabel kualitas pelayanan dan harga.
4. Koefisien regresi variabel harga (b_3) = 0,310 menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara variabel harga dengan kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan semakin baik

harga maka akan semakin meningkat kepuasan pelanggan. Hal ini terjadi dengan asumsi pengaruh variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Berdasarkan hasil dari uji normalitas dengan pendekatan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* serta dengan aplikasi SPSS dapat disimpulkan pada tabel sebagai berikut:

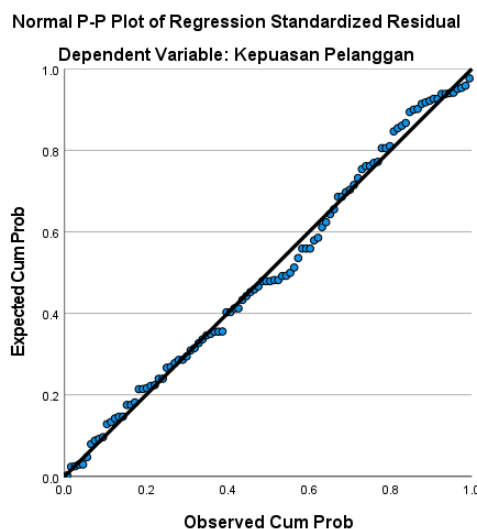
Tabel 4
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		102
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.77218378
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.059
	Negative	-.054
Test Statistic		.059
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.		

Sumber: Data Primer (diolah) 2022

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* pada nilai Signifikansi lebih besar dari 5% (0,05) yaitu sebesar 0,200, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut telah berdistribusi normal dan dapat digunakan pada penelitian ini.

Berdasarkan hasil dari uji normalitas dengan dengan aplikasi SPSS diperoleh data pada gambar sebagai berikut:



Sumber: Data Primer (diolah) 2022

Gambar 3
Hasil Grafik Uji Normalitas

Berdasarkan dari gambar dapat diketahui bahwa hasil grafik uji normalitas data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan garis pola distribusi normal, maka model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolonieritas

Berdasarkan hasil Uji Multikolinieritas dengan menggunakan SPSS, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5
Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	.322	3.102
	Kualitas Produk	.303	3.305
	Harga	.453	2.209

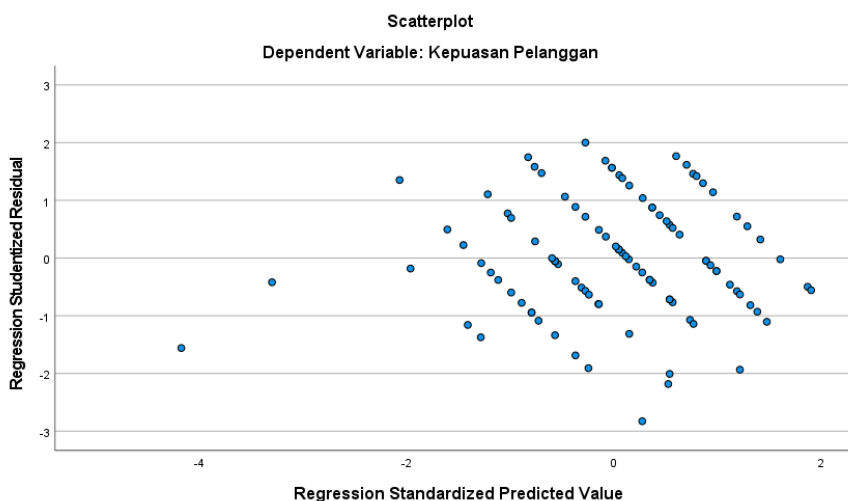
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Primer (diolah) 2022

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga memiliki nilai tolerance > 0,10 dan VIF < 10, maka hasil uji ini dapat dinyatakan bebas dari multikolonieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik dan benar yaitu tidak terjadi heterokedastisitas. Uji Heteroskedastisitas pada penelitian ini dapat dijelaskan pada gambar sebagai berikut:



Sumber: Data Primer (diolah) 2022

Gambar 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar diatas, dapat diketahui bahwa sebaran titik - titik berada di atas dan dibawah angka nol pada sumbu Y dan tidak membentuk pola yang jelas, maka dapat disimpulkan tidak ada gejala heteroskedasitas.

Uji F

Uji F digunakan sebagai menguji kelayakan model yang dihasilkan. Pada penelitian ini menggunakan taraf signifikan sebesar 0,05 atau 5%. Apabila nilai signifikan ≤ 0,05 maka

model yang digunakan dalam penelitian ini layak dan dapat digunakan dalam untuk analisis berikutnya. Hasil Uji F untuk model regresi dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 6
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	189.238	3	63.079	102.648	.001 ^b
	Residual	60.223	98	.615		
	Total	249.461	101			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Sumber: Data Primer (diolah) 2022

Berdasarkan tabel diatas terdapat nilai F_{hitung} sebesar 102.648 dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, maka model regresi penelitian ini layak digunakan.

Analisis Determinasi Berganda (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur tingkat korelasi atau pengaruh antar variabel bebas (independen) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (dependen). Hasil uji determinasi berganda dapat dilihat pada tabel 19 sebagai berikut:

Tabel 7
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.871 ^a	.759	.751	.784	

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Primer (diolah) 2022

Dari tabel diatas diketahui R Square (R^2) sebesar 0,759 atau 75,9% yang menunjukkan bahwa 75,9% perubahan variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga sisanya 24,1% dijelaskan variabel lain diluar model.

Pengujian Hipotesis

Uji t bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh masing - masing variabel independen yang digunakan. Uji t pada penelitian ini dapat dijelaskan pada tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 8
Hasil Pengujian Hipotesis

Variabel	T	Sig	Keterangan
Kualitas Pelayanan (KPL)	2,205	,030	Signifikan
Kualitas Produk (KPR)	4,530	,001	Signifikan
Harga (HG)	4,809	,001	Signifikan

Sumber: Data Primer (diolah) 2022

Berdasarkan tabel dapat dilihat perhitungan uji hipotesis, dibawah akan dijelaskan hasil uji hipotesis sebagai berikut:

- a. Pengaruh Kualitas Pelayanan (KPL) terhadap Kepuasan Pelanggan (KP) dengan nilai signifikansi $0,030 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Pengaruh Kualitas Produk (KPR) terhadap Kepuasan Pelanggan (KP) dengan nilai signifikansi $0,001 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- c. Pengaruh Harga (HG) terhadap Kepuasan Pelanggan (KP) dengan nilai signifikansi $0,001 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

PEMBAHASAN

Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada CV Bintang Berlian. Hal ini menunjukkan kualitas pelayanan yang ditawarkan CV Bintang Berlian kepada pelanggan tinggi sehingga membuat pelanggan merasa puas. CV Bintang Berlian harus mempertahankan kualitas pelayanan yang ditawarkan kepada pelanggan. Hasil ini relevan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Irfanudin (2019) yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Asti dan Ayuningtyas (2020) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Terlihat hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya.

Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada CV Bintang Berlian. Hal ini menunjukkan kualitas produk yang ditawarkan CV Bintang Berlian kepada pelanggan tinggi sehingga membuat pelanggan merasa puas. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Aulia (2017) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan hasil penelitian Mariansyah dan Syarif (2020) menyatakan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Harga Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada CV Bintang Berlian. Hal ini menunjukkan harga yang ditawarkan CV Bintang Berlian kepada pelanggan tinggi sehingga membuat pelanggan merasa puas. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian Insyroh *et al.* (2018) yang menunjukkan hasil bahwa variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Zakaria (2017) menunjukkan hasil bahwa variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan CV Bintang Berlian. Hasil ini dapat diartikan bahwa apabila CV Bintang Berlian memberikan kualitas pelayanan yang tinggi maka kepuasan pelanggan akan meningkat. (2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan CV Bintang Berlian. Hasil ini dapat diartikan bahwa apabila CV Bintang Berlian memberikan kualitas produk yang tinggi maka kepuasan pelanggan akan meningkat. (3) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan CV Bintang Berlian. Hasil

ini dapat diartikan bahwa apabila harga yang diberikan CV Bintang Berlian sesuai dengan manfaat yang diterima pelanggan maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan saran yang dapat dipertimbangkan, sebagai berikut: (1) Bagi pihak CV Bintang Berlian sebaiknya lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang ditawarkan, misalnya dengan memastikan barang pameran bersih, memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, karyawan ramah kepada pelanggan, merespon dengan baik apabila terjadi keluhan dan menerima keluhan pelanggan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan rasa kepuasan pelanggan terhadap jasa yang telah diberikan CV Bintang Berlian. (2) Sebaiknya pihak CV Bintang Berlian meningkatkan kualitas produknya, misalnya barang - barang pameran bersih, serta berfungsi sesuai dengan kegunaannya, dan memperhatikan kualitas produknya layak atau tidak jika digunakan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan rasa puas pelanggan terhadap produk yang diberikan CV Bintang Berlian. (3) Bagi CV Bintang Berlian lebih memperhatikan lagi untuk strategi penetapan harga, menetapkan strategi penetapan harga dengan memperhatikan kompetitor supaya mampu bersaing dengan kompetitor yang saat ini semakin banyak dan berkembang. (4) Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan acuan atau menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.

Keterbatasan

Penelitian ini melaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah yang sudah ditetapkan pada penelitian. Namun penelitian ini masih mempunyai keterbatasan yang dapat menjadi pertimbangan bagi peneliti berikutnya. Keterbatasan dalam penelitian ini, antara lain: (1) Penelitian ini memiliki keterbatasan dari segi cakupan subjek penelitian. Jumlah responden yang hanya 102 orang, jumlah responden ini didapatkan berdasarkan data perusahaan yang menggunakan jasa CV Bintang Berlian pada masa pandemi Covid-19 dari bulan Agustus tahun 2021 hingga bulan Maret 2022. (2) Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden dengan menggunakan kuesioner terkadang tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya.

Daftar Pustaka

- Asti, E. dan E. A. Ayuningtyas. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1-14.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi Sembilan. Cetakan Delapan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Goetsch, D. L. dan S. B. Davis, . 2013. *Quality Management*. Fourth edition. Cram101 incorporated
- Gofur, A. 2019. Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37-44.
- Insyroh, W., T. Setyowati dan B. Santoso. 2018. Determinan Kualitas Pelayanan, Harga dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel Flash Di Bondowoso. *International Journal of Social Science and Business*, 2(3):132-140.
- Irfanudin, A. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Semarang*, 2(1), 1-20.
- Kotler P. dan G. Armstrong. 2014. *Prinsip - prinsip manajemen*. Edisi 14, Jilid 1. Erlangga. Jakarta
- Kotler P. dan K. L. Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1 dan 2. PT Indeks. Jakarta

- Mariansyah, A., dan A. Syarif. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134-146.
- Ofela, H. 2016. Pengaruh Harga, Kualitas Produk Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Kebab KING ABI KAPASKRAMPUNG SURABAYA. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 5(1)
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan RnD*. Alfabeta. Bandung
- _____. 2019. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- Tjiptono, F. 2016. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Andi Offset. Yogyakarta
- _____. 2017. *Manajemen Pemasaran Jasa*. PT Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Zakaria, D. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*. 6(4).
- Zeithaml, V., Mary, J. B. dan Dwayne, D. G. 2006. *Service Marketing*. 2nd edition. McGraw Hill. Singapore.