



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA SOTO SEGER REMPAH WARUNG SAHABAT MUDA
MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

Disusun Oleh:

KHAIRUN ANISAH

NPM: 21901081567



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
MALANG
2023**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menjelaskan pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada Soto Seger Rempah Warung Sahabat Muda Malang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 75 responden dengan menggunakan teknik *Proportive Sampling* metode Malhotra. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif yang menggunakan analisis regresi linier berganda. Pengujian data yang digunakan adalah pengujian hipotesis parsial (Uji t). Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial (Uji t) variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Soto Seger Rempah Warung Sahabat Muda Malang, variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Soto Seger Rempah Warung Sahabat Muda Malang.

**Kata kunci : Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi
Terhadap Kepuasan Konsumen**

ABSTRACT

This study aims to examine and explain the effect of product quality, service quality and promotion on consumer satisfaction at the Soto Seger Spice Warung Sahabat Muda Malang. The sample used in this study was 75 respondents using the Malhotra method of purposive sampling technique. The data analysis method used in this study is quantitative data analysis using multiple linear regression analysis. Testing the data used is a partial hypothesis testing (t test). The results of this study indicate that partially (t test) the variables of product quality and service quality have a significant positive effect on customer satisfaction at the soto seger spice stalls Sahabat Muda Malang, the promotion variable has no significant effect on customer satisfaction at the Soto Seger Spices stalls Sahabat Muda Malang.

Keywords: *Effect of Product Quality, Service Quality and Promotion on Consumer Satisfaction*



BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dunia bisnis semakin penuh persaingan, mengakibatkan lahirnya perubahan pada pola dunia pemasaran. Pemasaran didefinisikan sebagai aktivitas dengan maksud melancarkan proses penyaluran barang dari penjual ke pembeli seefisien mungkin, lalu tumbuh membentuk konsep usaha berstrategi yang dapat memerikan kepuasan terus menerus (Manampiring, 2016:165) dalam persaingan yang makin ketat ini, banyak usaha yang berlomba-lomba untuk merebut hati dan minat para konsumen, dengan memenuhi segala permintaan konsumen, mengikuti *trend* yang sedang *booming*, bahkan meningkatkan kualitas pelayan dari Usaha itu sendiri.

Demikian halnya dengan persaingan pasar kuliner, yang dari tahun ketahunnya selalu menciptakan berbagai varian-varian baru yang membuat para konsumen tertarik. Adanya persaingan tersebut pengusaha dituntut harus mulai memikirkan apa saja yang menjadi kebutuhan konsumen pada saat ini maupun dimasa yang akan datang. Di era saat ini, masyarakat Indonesia mempunyai daya minat beli yang cukup tinggi pada bidang kuliner. Hal tersebut menjadi peluang bagi para pengusaha kuliner untuk mengembangkan bisnisnya. Bisnis kuliner juga menjadi salah satu *sector* utama yang dapat menunjang perekonomian Indonesia.

Dirjen Industri Agro mengemukakan, industri kuliner tumbuh sebesar 3,75% pada triwulan I-2022 atau lebih tinggi dibandingkan dengan triwulan I-2021 yang mencapai 2,45%. Industri kuliner adalah salah satu sektor yang mendapatkan prioritas pengembangan sesuai peta jalan making Indonesia 4.0

Ardika (2022). Salah satu daerah di Indonesia dengan tingkat perkembangan kuliner yang pesat adalah Kota Malang. Beragam kuliner khas Malang yang memiliki cita rasa otentik dan legendaris. Maka dari itu pelaku bisnis dalam bidang tersebut terus berinovasi untuk mengembangkan usaha kuliner dengan mengambil objek wisata pemandangan alam salah satunya adalah Warung Sahabat Muda Malang. Selain berkontribusi pada sektor ekonomi, produk kuliner dapat menjadi instrumen diplomasi. Beberapa jenis makanan yang terpilih dapat menjadi ikon kuliner Indonesia, dan akan disajikan dalam jamuan kenegaraan, sehingga jenis makanan tersebut menjadi populer di Negara lain. Salah satu jenis makanan yang terpilih menjadi ikon kuliner Indonesia adalah soto yang disebut dengan *Indonesian soup*.

Pemilihan soto sebagai salah satu ikon kuliner Indonesia tentunya dengan berbagai dasar pertimbangan. Makanan soto dapat ditemukan di semua daerah di Indonesia, soto merupakan makanan sehat karena selalu disajikan dalam kondisi panas, sehingga jika sedang bepergian sebaiknya memilih makanan soto untuk menghindari sakit perut. Selain itu, soto dapat dikategorikan sebagai makanan universal karena soto dapat dihidangkan di berbagai macam acara dan dapat dinikmati oleh berbagai suku bangsa. Soto juga dapat disajikan kapan saja, pagi, siang, ataupun malam. Oleh karena itu, tidak salah jika soto terpilih menjadi salah satu makanan diplomasi Indonesia. Saat ini Badan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (Bekraf RI) mendorong soto agar lebih dikenal dunia (Nainggolan, 2017).

Filosofi soto di balik wujud soto ada filosofi mendasar yang menggambarkan kehidupan masyarakat. Soto merupakan perwujudan kehidupan

komunal bangsa indonesia kerana orang zaman dulu yang cenderung punya anak banyak dan tinggal dalam keluarga besar. Dalam satu rumah rata-rata ada 2 sampai 3 generasi. Hal ini menyebabkan tidak mudah memberi makan orang sebanyak itu. Ibu-ibu penguasa dapur harus berfikir keras, bagaimana cara agar semua anggota keluarga bisa makan dengan budget yang ada selain menjadi wujud kecerdasan ibu penguasa dapur, soto juga menjadi simbol solidaritas dan kehidupan komunal. Senantiasa bersama-sama dalam susah dan senang. Inilah akar kehidupan berbangsa rakyat indonesia.


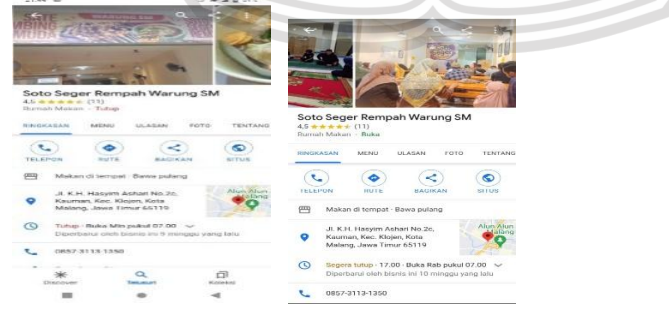
Kualitas makanan adalah karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen, seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa. Makanan lezat, segar dan sehat memainkan peran penting dalam upaya untuk melampaui pesaing. Kualitas makanan dapat diartikan sebagai konsep yang kompleks meliputi penyajian, variasi, pilihan sehat, kesegaran, dan suhu makanan. Menurut Davis et al., (2018) mengatakan bahwa indikator dari kualitas makanan yaitu rasa, tekstur, porsi, aroma, warna, temperatur dan penyajian.

Soto seger rempah warung sahabat muda mempunyai bentuk dan variasi yang berbeda dengan jenis soto pada umumnya tampilannya lebih unik dan menarik pastinya juga dijamin kehalannya. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh peneliti palanggan sangat puas dengan produk yang yang dihasilkan oleh warung artinya kualitas produk soto seger rempah warung sahabat muda malang sudah memenuhi karakteristik yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga dapat menghasilkan kepuasan yang maksimal terhadap konsumen. Sedangkan kualitas dari pelayanannya masih tergolong standar karena masih ada beberapa palanggan yang menyampaikan keluhan terkait dengan pelayanan di warung meskipun ada

juga sebagian yang merasa puas dengan pelayanan yang di berikan, namun kualitas pelayanan di warung harus lebih ditingkatkan seperti meningkatkan dari segi kehandalan, daya tanggap dan perhatian karyawan terhadap pelanggan, karena kualitas pelayanan memiliki fungsi untuk memberikan kepuasan sebesar mungkin kepada konsumen.

Warung sahabat muda malang melakukan promosi dengan cara menyebar brosur, membuat papan nama, mengadakan event dan pastinya juga menggunakan sosial media seperti menggunakan aplikasi instragram dan merekomendasikan kepada setiap pengunjung warung untuk mengikuti intragram warung sahabat muda malang. Peneliti juga menemukan media promosi melalui akun instragram dan google maps yang ditunjukkan pada tabel berikut:

1. 1 Tabel Promosi pada Warung Sahabat Muda Malang

Tahun	Gambar	Keterangan
2022		Promosi melalui media intagram seperti, membuat story setiap hari dan menginformasikan tentang potongan harga.
2022		Pomosi secara SEO (<i>Search Engine Optimization</i>) melalui google.

Dalam membentuk kepuasan konsumen dapat dilakukan melalui beberapa strategi, di antaranya kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi. Dalam membangun sebuah bisnis, keuntungan dan keberhasilan menjadi faktor yang

diutamakan. Kepuasan konsumen sendiri dibagi menjadi dua jenis, yaitu kepuasan fungsional dan kepuasan psikologikal. Kepuasan fungsional adalah kepuasan yang diperoleh dari fungsi atau pemakaian suatu produk. Misalnya, ketika memesan makanan, membuat konsumen merasa kenyang. Dalam lingkungan yang kompetitif, berinvestasi dalam kepuasan pelanggan adalah cara menciptakan keuntungan yang berkelanjutan. Banyak hal dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti kualitas layanan, kualitas produk, harga, citra merek, dan promosi yang terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dalam jangka panjang Delima et al., (2019). Pada penelitian lainnya, Rimawan et al., (2017) menemukan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Devis et al., (2018). Kualitas produk adalah kondisi fisik, fungsi dan sifat suatu produk baik barang atau jasa berdasarkan tingkat mutu yang diharapkan seperti durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, reparasi produk serta atribut produk lainnya dengan tujuan memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen. Kualitas produk merupakan salah satu kunci persaingan diantara pelaku usaha yang ditawarkan kepada konsumen. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, walaupun terdapat sebagian masyarakat yang berpendapat bahwa, produk yang mahal adalah produk yang berkualitas. Jika hal itu dapat dilaksanakan oleh perusahaan, maka perusahaan tersebut dapat memuaskan para konsumen.

Herlambang (2021) Menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Proses produksi harus berfokus atas selera konsumen (Hayati & Sekartaji, 2015:50). Dalam membentuk

kepuasan konsumen dapat dilakukan melalui beberapa strategi, di antaranya kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi. Memiliki konsumen yang menggunakan produk merupakan keunggulan yang kuat yang dapat mendukung perusahaan. Konsumen yang telah menggunakan produk perusahaan harus mampu dibuat puas dengan baik agar tidak beralih ke perusahaan lain. Hal ini membuat kepuasan dari seorang konsumen sangat perlu dijamin oleh perusahaan agar tidak mengalami kerugian (Maramis et al., 2018).

Devis et al., (2019) Kualitas makanan merupakan karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen, seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa. Makanan lezat, segar dan sehat memainkan peran penting dalam upaya untuk melampaui pesaing. Kualitas makanan dapat diartikan sebagai konsep yang kompleks meliputi penyajian, variasi, pilihan sehat, rasa, kesegaran, dan suhu makanan. Indikator dari kualitas makanan yaitu rasa, tekstur, porsi, aroma, warna, temperatur dan penyajian. Soto seger rempah warung sahabat muda mempunyai bentuk dan variasi yang berbeda dengan jenis soto pada umumnya tampilannya lebih unik dan menarik pastinya juga dijamin kehalannya berdasarkan survei yang dilakukan oleh peneliti palanggan sangat puas dengan produk yang yang dihasilkan oleh warung sahabat muda malang.

Selain kualitas produk, kualitas layanan juga mempunyai peran penting terhadap Kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen akan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan secara prima, dimana dapat membangun loyalitas atau kesetiaan dari para konsumen sehingga dapat digunakan untuk mencegah konsumen melakukan pembelokan. Selama ini terjadinya pembelokan konsumen disebabkan oleh kesalahan yang diakibatkan dari pelayanan serta sistem yang

diberikan kepada konsumen Rahmayanti (2013). Oleh sebab itu, kesetiaan konsumen bisa didapatkan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan secara maksimal karena kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Cahyani (2016) Kualitas produk dan kinerja layanan yang baik sangat berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan tingkat layanan terkait pemenuhan harapan dan kebutuhan konsumen. Artinya, layanan bisa disebut berkualitas jika memenuhi sebagian besar harapan para konsumen.

Kualitas Pelayanan dianggap baik apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, sementara jika melebihi apa yang diharapkan konsumen, maka dapat dikatakan pelayanan sangat memuaskan. Dalam penelitiannya Supriyanto (2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian lain juga dilakukan oleh Marpaung dan Mekaniwati (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan pengaruh langsungnya tidak signifikan, tetapi dengan arah positif terhadap kepuasan konsumen dan keputusan membeli.

Kualitas promosi juga memiliki peran penting untuk mempertahankan bisnis yang sedang dijalankan. Promosi merupakan bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan bahwa suatu produk kepada konsumen dalam bentuk bujukan, ajakan, rayuan agar konsumen tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan Yolanda & Darmayanti (2018). Alexandrescu & Marius (2018) lebih jauh menyatakan bahwa promosi dalam penjualan produk bertujuan untuk mendapatkan kepercayaan dan mempertahankan minat konsumen. Dalam penelitian Kumara et al., (2021) Hasil penelitian menunjukkan Promosi secara

parsial berpengaruh positif serta signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Secara simultan, Promosi juga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan dari urain latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Soto Seger Rempah Warung Sahabat Muda Malang**”.

1.2. Rumusan Masalah

Relevan dengan identifikasi masalah, ditetapkanlah rumusan masalahnya yakni:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi secara simultan terhadap kepuasan konsumen Soto Seger Rempah Warung Sahabat Muda Malang?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Soto Seger Rempah Warung Sahabat Muda Malang ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Soto Seger Rempah Warung Sahabat Muda Malang?
4. Bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen Soto Seger Rempah Warung Sahabat Muda Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

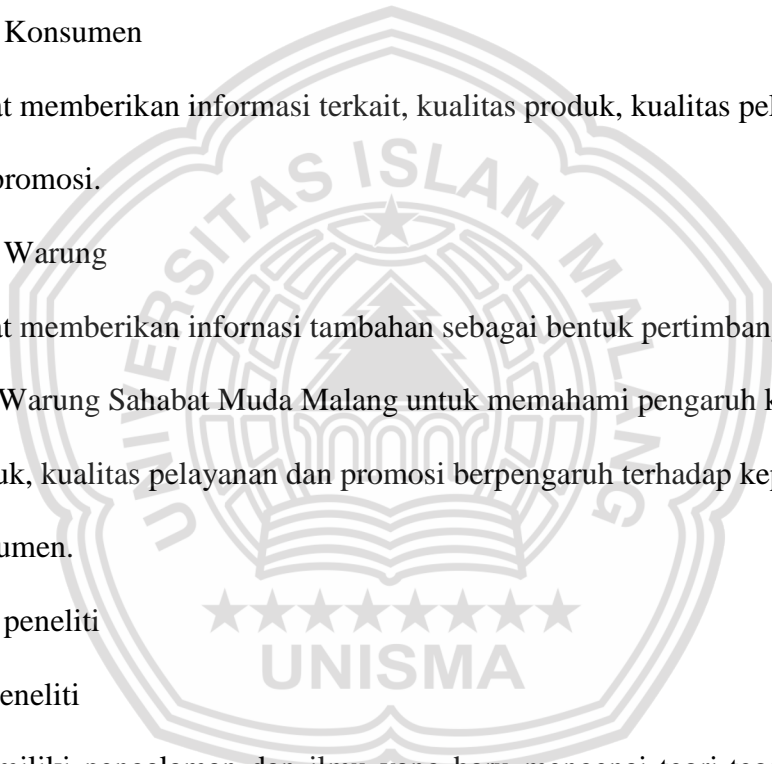
1. Untuk Menganalisis Pengaruh Kualitas produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap kepuasan Konsumen Soto Seger Rempah Warung Sahabat Muda Malang.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Soto Seger Rempah Warung Sahabat Muda Malang.

3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan produk terhadap kepuasan konsumen Soto Seger Rempah Warung Sahabat Muda Malang.
4. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen Soto Seger Rempah Warung Sahabat Muda Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, maka diharapkan adanya manfaat bagi pihak diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Konsumen
Dapat memberikan informasi terkait, kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi.
2. Bagi Warung
Dapat memberikan informasi tambahan sebagai bentuk pertimbangan bagi Warung Sahabat Muda Malang untuk memahami pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
3. Bagi peneliti
4. Bagi peneliti
Memiliki pengalaman dan ilmu yang baru mengenai teori-teori dalam pemasaran dan mampu untuk menerapkan teori-teori yang ada di dalam penelitian ini kedalam dunia pekerjaan.
5. Bagi Penelitian selanjutnya
Dapat menjadi informasi dan meningkatkan ilmu pengetahuan baru bagi pembaca dan sumber referensi untuk penelitian pemasaran lebih lanjut.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Pada Soto Seger Rempah Warung Sahabat Muda Malang.
2. Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen Pada Soto Seger Rempah Warung Sahabat Muda Malang.
3. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen Pada Soto Sger Rempah Warung Sahabat Muda Malang.
4. Variabel Promosi tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen Pada Soto Sger Rempah Warung Sahabat Muda Malang.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan penelitian ini adalah:

1. Keterbatasan responden penelitian ini yaitu hanya diambil 75 sampel sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan secara keseluruhan.

2. Variabel penelitian yang terbatas, dimana penelitian ini hanya melihat Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada Soto Seger Rempah Warung Sahabat Muda Malang. Oleh karena itu, saran untuk penelitian selanjutnya adalah memperbanyak jumlah variabel.
3. Penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* yaitu dengan *google form*, akibatnya menjadikan responden sulit untuk bertanya lebih lanjut kepada peneliti tentang pernyataan kuisisioner yang tidak dipahami.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian diatas, masih terdapat banyak keterbatasan sehingga masih banyak yang perlu diperbaiki. Adapun saran yang penulis sampaikan diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Warung Sahabat Muda Malang

Bagi warung sahabat muda malang untuk tetap memperhatikan sesuai dengan harapan konsumen dan mampu meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan karena terbukti mempengaruhi kepuasan konsumen, sehingga konsumen dapat berkunjung secara berkelanjutan. Untuk kedepannya diharapkan bisa memaksimal promosi seperti menggunakan Brand Ambassador dan media Iklan sehingga informasi bisa tersampaikan kepada masyarakat yang lebih luas.

2. Bagi Konsumen

Konsumen Warung Sahabat Muda Malang bisa mendapatkan produk dan pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkan. Warung Sahabat Muda

Malanag dapat dijadikan sebagai pilihan untuk berkumpul dengan keluarga dan kerabat ataupun sebagai tempat reservasi atau acara pertemuan reuni.

1. Bagi Peneliti

Mampu untuk menerapkan teori-teori yang ada di dalam penelitian ini kedalam dunia pekerjaan.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi penelitian. Dan akan lebih baik menambah variabel selain dari variable kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi. Beberapa saran untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut:

- a) Jumlah populasi dan sampel penelitian dapat diperluas dan ditambahkan untuk mendapatkan hasil yang sempurna.
- b) Diharapkan bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk tidak hanya melakukan dengan variabel ini saja tetapi ditambahkan dengan variabel yang berbeda dan juga memperluas objek penelitian agar bisa memperkuat pendapat.
- c) Peneliti selanjutnya disarankan dalam metode penelitian dilakukan dengan mengkombinasikan pengumpulan data dengan cara kusioner serta wawancara. Hal ini dilakukan agar dapat menghasilkan data yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina & Hastuti, (2018) Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>
- Alexandrescu, M.B. & Marius, M. (2018). Promotion As a Form Of Communication Of The Marketing Strategy. *Land Forces Academy Review*, 23(4). 268-274.
- Akbar (2020) Akbar, R. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Loyalitas Konsumen Go-Jek. *Jurnal STEI Ekonomi*, XX(Xx), 1–24. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMATIK/article/view/1253>
- Amanah, D., Hurriyati, R., Gaffar, V., Layla, A. A., & Harahap, D. A. (2018, December). Effect of price and product completeness to consumer purchase decision at Tokopedia. com. In *Proceedings of the 2nd Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship 2017* (Vol. 1, pp. 34-37).
- Ardika, N. P., Agustiana, I. G. A. T., & Dibia, I. K. (2022). Character and learning outcomes of civics in VCT learning assisted by audio visual media. *Indonesian Values and Character Education Journal*, 5(1), 19-31.
- Amstrong, K. (2018). *Principles Of Marketing (Global Edi)*. Pearson.
- Baihaqi, B. (2020). Analisis Pelaksanaan Konsolidasi Laporan Keuangan Pemerintah Pusat Dan Pemerintah Daerah Dalam Rangka Penerapan Statistik Keuangan pemerintah. *Accounting and Business Information Systems Journal*, 6(1).
- Buchari Alma dalam Hurriyati (2018;58) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Edisi Cet.11* Penerbitan Bandung Alfabeta.
- Budiono, A. (2021). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, promosi, lokasi, kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen di rumah makan Bebek Kaleo Tebet Jakarta Selatan dimasa pandemi COVID-19. *SEGMENT Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 223-247.
- Cahyani, N. L., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Makanan, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rm. Rindang 84 (Studi Pada Konsumen Rm. Rindang 84 Cabang Pati). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 329–334. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28102>

[Davis, B., Lockwood, A., Alcott, P., & Pantelidis, I. S. \(2018\). *Food and Beverage Management* \(6th ed.\). Routledge.](#)

- Diana, D. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Bakso Lapangan Tembak Senayan (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Dewi, N. K. A. S., & Wulandari, N. L. A. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hidden Garden Agro Cafe Baturiti Tabanan Bali. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(2), 717–728.
- Delima, A., Ashary, H. M., & Usman, O. (2019). Influence of Service Quality, Product Quality, Price, Brand Image, and Promotion to Consumer Satisfaction Affecting on Consumer Loyalty (Online Shop). *Journal Economics*, 1(1), 1–15.
- Diza, F., Moniharapon, S., & Imelda, W. J. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen (studi pada pt. figroup cabang manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1).
- Faradisa, I., H. L. B., & Minarsih, M. M. (2016). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Indonesin. *Journal of Management*, 2(2), 1–13. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/517/503>
- Fajrin, A. A., Maulana, A., Informatika, T., Batam, U. P., & Soeprapto, J. R. (2018). Penerapan Data Mining Untuk Analisis Pola Pembelian Konsumen Dengan Algoritma Fpgrowth Pada Data Transaksi Penjualan Spare Part Motor. *Kumpulan jurnaL Ilmu Komputer (KLIK)*, 5(1), 27-36.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayana Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 61–72. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i1.1098>
- Halimah, W., Hidayat, N., & Fidhyallah, N. F. (2021). Pengaruh Kualitas Makanan, Nilai yang Dirasakan, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Layanan Pemesanan Makanan Online Pizza Pesan Antar. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan-JBMK*, 2(2), 325-335.
- Hasan, (2022). No Title , 8.5.2017, 2003–2005 Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Ramayana Mall Dinoyo (studi kasus pada mahasiswa feb Unisma) <https://www.who.int/news-room/fact->

[sheets/detail/autism-spectrum-disorders](#)

- Hayati, Y. H., & Sekartaji, G. (2015). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di restoran bebek dan ayam goreng Pak Ndut Solo. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 1(1), 49-56.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayana Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 61–72. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i1.1098>
- Haryono, N., & Octavia, R. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Mutu Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Industri Elektro Dan Penerbangan*, 4(1), 20–27. <http://jurnal.unnur.ac.id/index.php/indept/article/view/139>
- Hasibuan, H. L., Siregar, S., & Sugianto, S. (2022). Pengaruh Citra Perusahaan dan Promosi terhadap Minat Menggunakan Hasanah Card Pada BSI KC Medan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 3(3), 329-334.
- Hidayati, W. N., & Utama, M. P. (2016). Pengembangan Rencana Pelaksanaan Pembelajaran Matematika Kurikulum 2013 Berbasis Lesson Study Pada Siswa Kelas VIII SMP Negeri 1 Salatiga Tahun 2015/2016 (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Herlambang, A. S., & Komara, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 7(2), 56-64.
- Husna, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga, Kualitas Produk Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ayam Geprek Warung Endus Sibuya. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 1(3), 311-320.
- Hunah, G. R., Pangestuti, D. C., & Sugianto, S. (2021). Analisis Risk Management Disclosure Pada Bank Umum Konvensional Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 1042-1056.
- Kamaludin, K., & Sulistiono, S. KUALITAS PRODUK SEBAGAI FAKTOR PENTING DALAM PEMASARAN EKSPOR PADA PT. EUROGATE INDONESIA (Doctoral dissertation, Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan).
- Kuncoro, M. (2013). Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi: Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis?.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 1*. In Jakarta: Indeks.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (S. E. Adi maulana (ed.); 13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 16th Edition. Ohio: Pearson.
- Kumara et al., (2021) Kumara, D., Putranto, A. T., & Syahria, S. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Masakan Jepang En Dining. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 5(1), 57–68. <https://doi.org/10.35308/jbkan.v5i1.3410>
- Lia, S. (2022). No Title 2005–2003 ,8.5.2017 , Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Ramayana Mall Dinoyo (studi kasus pada mahasiswa feb Unisma)<https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders>
- Lenzun, J. J., Massie, J. D. D., Pengaruh, D. A., Produk..., K., Lenzun, J. J., Massie, J. D. D., Adare, D., Ekonomi, F., Unsrat, D. B., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1237–1245. www.telkomsel.com
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marendra, I. G. (2018). Pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, lokasi, dan promosi) terhadap keputusan pembelian konsumen di minimarket (Alfamart atau Indomaret). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(3), 34-52.
- Maslikha, L. . (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda Scoopy F1 di Kediri. *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 1(3), 318–328. <https://doi.org/10.33752/bima.v1i3.43>
- Maharani, Nuke Sukma (2020) *EVALUASI PENERAPAN STANDAR AKUNTANSI KEUANGAN ENTITAS TANPA AKUNTABILITAS PUBLIK (SAK ETAP) DALAM PENYAJIAN LAPORAN KEUANGAN BANK PERKREDITAN RAKYAT (Studi Kasus Pada Perumda BPR Bank Brebes)*. Skripsi thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Mahendra, S. 2014. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen Honda Beat. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Volume 2 (1).
- Marpaung, B. 2019. Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Keselamatan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Terhadap minat Kunjungan Ulang Wisatawan. *Mpu Procuratio : Jurnal Penelitian Manajemen*. Volume 1 (2): 144-155.
- Mitha Alifia Roselina, A.N. (2019) *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Elsa Hijab Semarang*, *Journals.usm.id*.

Available at: <https://journals.usm.ac.id/index.php/solusi/article/view/1636> (Accessed: 5 January 2023).

- Nainggolan, S.Y. *Bekraf RI Dorong Soto untuk Lebih Dikenal Dunia*. Rona>Wisata Kuliner. Diakses 30 Juni 2017 jam 10.40. dari <http://m.metrotvnews.com/rona/wisata-kuliner/MkMy2Bvk-bekraf-ri-dorong-soto-untuk-lebih-dikenal-dunia>.
- 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.
- Pamungkas, I. D., Ghozali, I., & Achmad, T. (2018). *A pilot study of corporate governance and accounting fraud: The fraud diamond model*. *Journal of Business and Retail Management Research*, 12(2), 253-261.
- Pratiwi, A. (2016). Pengaruh kualitas penerapan *good corporate governance (gcg)* terhadap kinerja keuangan pada bank umum Syariah di Indonesia (Periode 2010-2015). *Al-Tijary*, 55-76.
- Putri et al., (2022) Putri, B. R. T., Hellyward, J., Siti, N. W., Ardika, I. N., Rastosari, A., Londra, I. M., Dewi, N. M. A. K., & Setyani, N. M. P. (2022). Analisis Keputusan Pembelian Ayam KUB dalam Memenuhi Kebutuhan Upacara Adat dan Agama di Provinsi Bali. *Jurnal Peternakan Indonesia (Indonesian Journal of Animal Science)*, 24(1), 119. <https://doi.org/10.25077/jpi.24.1.119-125.2022>
- Gunawan, K. R. (2020). Dampak covid 19 terhadap penjualan masker dan *hand sanitizer* di kabupaten sumenep. *Eco-Entrepreneur*, 6(1), 25-33.
- Ghozali, I. (2018). *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Badan Pernebit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2017). Pengaruh Motivasi Kerja, Kepuasan Kerja dan Kemampuan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Kementerian Agama Kabupaten Banjar. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 3(1).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS* (8th ed.). Penerbit Universitas Diponegoro.
- Rimawan, E., Mustofa, A., & Mulyanto, A. D. (2017). *The Influence of Product Quality, Service Quality and Trust on Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty (Case Study PT ABC, Tbk.)*. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 8(7), 2330–2336.

- Robin. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Sukses Energi Di Kota Batam. *Repository.Upbatam.Ac.Idepository.Upbatam.Ac.Id*.
<http://repository.upbatam.ac.id/865/>
- Roselina, M. A., & Niati, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Elsa Hijab Semarang. *Solusi*, 17(3).
- Sari, N., Ayu, K., & Sudjarni, L. K. (2015). *Pengaruh likuiditas, leverage, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas terhadap kebijakan dividen pada perusahaan manufaktur di BEI* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Sari, A. P., Utami, R., Andriani, M., & Nursiwi, A. (2015). Fermentasi whey limbah keju untuk produksi kefir oleh kefir grains. *Jurnal Teknologi Hasil Pertanian*, 8(1), 37-45.
- Simanjuntak, P., & Purba, T. (2020). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan konsumen Holland bakery di Kota Batam. *JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN BISNIS TRIANGLE*, 1(2), 315-329.
- Setiawan, H., & Sayuti, A. J. (2017). Effects of Service Quality, Customer Trust and Corporate Image on Customer Satisfaction and Loyalty: An Assessment of Travel Agencies Customer in South-Sumatra Indonesia. *IOSR Journal of Business and Management*, 19(5), 31-40.
- Santoso, N. G. W. S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Normal terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Ejournal.Up45.Ac.Id*.
<https://ejournal.up45.ac.id/index.php/maksipreneur/article/view/712>
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R dan D*. Alfabeta.
- Sugiyono., P. D. (2017). *Statistika Dalam Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono (2017) 'Definisi Hipotesis', Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung, p. 63.
- Sutama.2016. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R & D*. Surakarta: Fairuz Media.
- Sustiyatik, E. 2020. *The Effect of Service Quality and Promotion on Customer Satisfaction*. *JURNAL APLIKASI PELAYARAN DAN KEPELABUHANAN*. 10, 2 (Mar. 2020), 175-184. DOI:<https://doi.org/10.30649/japk.v10i2.19>.
- Sujarweni, V. (2018). Literasi Keuangan UMKM Berbasis Desa. *Jurnal MONEX*, 7, 305-311.
- Supriyanto, A. (2022). Pelatihan Digital Marketing pada UMKM Uliq Food di Kecamatan

- Bae Kabupaten Kudus. *JCSE: Journal of Community Service and Empowerment*, 3(1), 38-46.
- Setyani, T. P. H., & Gunadi, W. (2020). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian mobil all new Rio KIA Motors Indonesia (Pada PT. Radita Autoprima). *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(1), 92-102.
- Subaebasni, S., Risnawaty, H., & Wicaksono, A. A. (2019). Effect of Brand Image, the Quality and Price on Customer Satisfaction and Implications for Customer Loyalty PT Strait Liner Express in Jakarta. *International Review of Management and Marketing*, 9(1), 90–97.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality, dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ulfah S. (2021) Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Sukses Energi Di Kota Batam, *repository.upbatam.ac.id*. Available at: http://repository.upbatam.ac.id/865/1/cover_s.d_bab_III.pdf (Accessed: 5 January 2023).
- Faradisa, I., H, L. B., & Minarsih, M. M. (2016). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Indonesian. *Journal of Management*, 2(2), 1–13. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/517/503>
- Wulandari, F. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Ayam Penyet Jogja (Aceh Barat Daya) (Doctoral dissertation, UIN AR-RANIRY).
- Yuliansyah, A., & Handoko, T. D. (2019). Pengaruh Perceived Quality dan Perceived Value terhadap Brand Loyalty melalui Customer Satisfaction J-Klin Beauty Jember. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 87(1,2), 149–200.