



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK,
DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus di AGROWISATA BELIMBING KARANGSARI KOTA
BLITAR)**

SKRIPSI

Oleh:

SALSABILLA NURUL IZHA

21801032025



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

2022

RINGKASAN

Salsabilla Nurul Izha (218.01.03.2025) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di Agrowisata Belimbing Karangasari Kota Blitar). Dosen Pembimbing : 1) Dr. Dwi Susilowati, S.P. M.P 2) Lia Romatul Maula, S.P., M.P.

Belimbing Karangasari merupakan salah satu komoditi andalan Kota Blitar, Belimbing Karangasari memiliki ukuran yang lebih besar dari pada belimbing lainnya, memiliki warna lebih mencolok dengan rasa manis yang mendominasi. Kualitas Pelayanan yang baik dan kualitas produk yang memuaskan, harga yang kompetitif, maka akan mendorong terciptanya kepuasan konsumen. Jika harga yang ditetapkan terlalu tinggi atau pelayanan yang diberikan tidak sebanding dengan harga yang harus dibayar, maka produk tersebut kurang memuaskan bagi pelanggan yang berkunjung ke Agrowisata Belimbing Karangasari Kota Blitar. Tujuan penelitian ini untuk menganalisa pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Agrowisata Belimbing Karangasari Kota Blitar.

Penelitian ini dilakukan di Agrowisata Belimbing Karangasari yang terletak di Kelurahan Karangasari, Kecamatan Sukorejo, Kota Blitar pada tanggal 26 Februari 26 Maret 2022. Metode pengambilan dilakukan secara kebetulan (*Accidental sampling*) dengan jumlah populasi sebanyak 100 pengunjung perminggu dengan 3 hari pengambilan sampel sehingga didapat 50 sampel pengunjung Agrowisata Karangasari Kota Blitar, dimana metode pengumpulan data menggunakan skala *likert* dan metode analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM).

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen Agrowisata Belimbing Karangasari Kota Blitar sebagai berikut: Kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Agrowisata Belimbing Karangasari Kota Blitar seperti bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati belum sepenuhnya terealisasi sesuai dengan kebutuhan konsumen atau pengunjung.

Hal ini ditunjukkan dari hasil penilaian kepuasan konsumen dengan kategori netral 27,63 %, kategori setuju 38,72%, dan kategori sangat setuju 29,09 %. Kemudian untuk nilai *P-Values* secara keseluruhan memiliki nilai 0,000 sehingga apabila keseluruhan indikator memiliki nilai *t-statistic* >1,96 dan memiliki nilai *P-Values* 0,000 <0,05, maka secara statistik H_0 ditolak atau H_a diterima. Hal tersebut berarti bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dikarenakan memiliki nilai *v-value* 0,05, dikarenakan pada kepuasan konsumen yang di indikatkan perasaan puas memiliki nilai *p-value* >0,05, keluhan teratasi memiliki nilai *p-value* > 0,05, kesesuaian kenyataan juga memiliki nilai *p-value* >0,05 dimana pada kualitas pelayanan memiliki pernyataan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk meliputi tampilan, selera, rasa, tekstur, daya tahan yang dimiliki Agrowisata Belimbing Karangasari sudah dengan baik dalam berinovasi dan terjamin kemurniannya, Dari hasil tersebut didukung dari persentase penilaian kepuasan konsumen untuk kualitas produk belimbing yang memberikan nilai

dengan kategori netral sebesar 38,81%, kategori setuju sebesar 43,63%, dan kategori sangat setuju sebesar 35,27%. Kemudian untuk nilai P-Values secara keseluruhan memiliki nilai 0,000, sehingga apabila keseluruhan indikator memiliki nilai *t-statistic* >1,96 dan memiliki nilai *P-Values* 0,000 <0,05, maka secara statistik H_0 ditolak atau H_a diterima. Hal tersebut berarti bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Harga meliputi harga yang ditetapkan, keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing harga, potongan harga. Hal ini ditunjukkan dari hasil penilaian kepuasan konsumen dengan kategori netral 29%, kategori setuju 35,25%, dan kategori sangat setuju 36%. Kemudian untuk nilai P-Values secara keseluruhan memiliki nilai 0,000 sehingga apabila keseluruhan indikator memiliki nilai *t-statistic* >1,96 dan memiliki nilai *P-Values* 0,000 <0,05, maka secara statistik H_0 ditolak atau H_a diterima.

Peneliti ingin memberikan saran untuk meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga di Agrowisata Belimbing Karang Sari kota Blitar. Adapun saran-saran sebagai berikut :

Diharapkan pihak Agrowisata Belimbing Karang Sari Kota Blitar dapat mengevaluasi kebutuhan konsumen, dan perasaan puas serta harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang disediakan oleh Agrowisata Karang Sari Kota Blitar. Pihak Agrowisata Karang Sari Kota Blitar juga harus meningkatkan kualitas produk yang bagus dari tampilan berupa pembaharuan kantong atau kemasan pada produk, selera yang bervariasi agar konsumen lebih percaya diri membeli, rasa yang sesuai dengan lidah konsumen, tekstur sesuai dengan yang diinginkan konsumen, dan daya tahan dan mutu yang baik supaya tidak hilang dan tetap bertahan supaya konsumen merasa puas dan dapat menjadi pertimbangan kembali untuk membeli produk Agrowisata Belimbing Karang Sari Kota Blitar. Pihak Agrowisata Belimbing Karang Sari Kota Blitar diharapkan dapat membuat tampilan produk menyesuaikan dengan kemajuan teknologi atau lebih branded lagi. Bagi pemerintah dan pihak Agrowisata Belimbing Karang Sari Kota Blitar agar lebih berkontribusi untuk memperbaiki jalan, perluasan area untuk pembuatan destinasi.

RINGKASAN

Salsabilla Nurul Izha (218.01.03.2025) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di Agrowisata Belimbing Karangasari Kota Blitar). Dosen Pembimbing : 1) Dr. Dwi Susilowati, S.P. M.P 2) Lia Romatul Maula, S.P., M.P.

Karangasari starfruit is one of the mainstay commodities of Blitar City, Karangasari starfruit has a larger size than other starfruit, has a more striking color with a sweet taste that dominates. Good service quality and satisfactory product quality, competitive prices, will encourage the creation of consumer satisfaction. If the price is set too high or the service provided is not commensurate with the price paid, then the product is unsatisfactory for customers visiting Karangasari Starfruit Agrotourism, Blitar City. The purpose of this study was to analyze the effect of Service Quality, Product Quality and Price on Consumer Satisfaction of Karangasari Starfruit Agrotourism in Blitar City.

This research was conducted at Karangasari Belimbing Agrotourism located in Karangasari Village, Sukorejo District, Blitar City on 26 February 26 March 2022. The sampling method was carried out by chance (accidental sampling) with a population of 100 visitors per week with 3 days of sampling so that 50 a sample of the mountains of Karangasari Agrotourism in Blitar City, where the data collection method uses a Likert scale and the data analysis method uses Structural Equation Modeling (SEM).

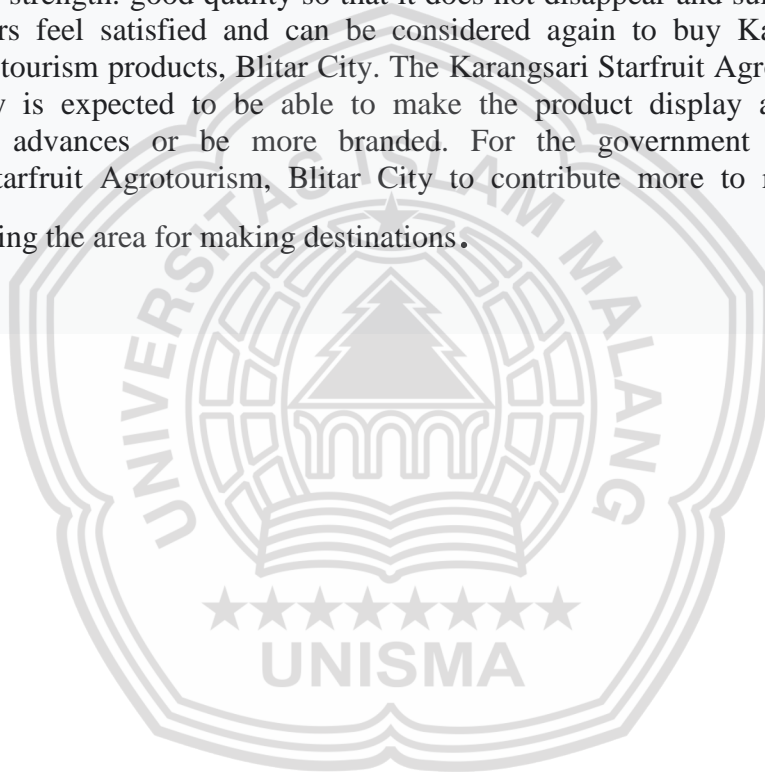
Based on the results and discussion in research on the effect of service quality, product quality and price on consumer satisfaction Karangasari Starfruit Agrotourism Blitar City as follows: fully realized according to the needs of consumers or visitors.

This is shown from the results of the consumer satisfaction assessment with a neutral category of 27.63%, a category agreeing 38.72%, and a category strongly agreeing 29.09%. Then the overall P-Values value has a value of 0.000 so that if all indicators have a t-statistic value > 1.96 and have a P-Values value of $0.000 < 0.05$, statistically H_0 is rejected or H_a is accepted. This means that service quality has no significant effect on customer satisfaction because it has a p-value value of 0.05, due to customer satisfaction which is indicated by a feeling of satisfaction having a p-value > 0.05 , complaints resolved have a p-value > 0.05 , the suitability of reality also has a p-value > 0.05 where the quality of service has a statement that there is no significant effect between service quality and customer satisfaction. Product quality includes appearance, taste, texture, durability owned by Karangasari Starfruit Agrotourism has been well in innovating and guaranteed purity. %, the category agrees at 43.63%, and the category strongly agrees at 35.27%. Then the overall P-Values value has a value of 0.000, so that if all indicators have a t-statistic value > 1.96 and have a P-Values value of $0.000 < 0.05$, statistically H_0 is rejected or H_a is accepted. This means that product quality has a significant effect on consumer satisfaction. Prices include set prices, price affordability, price conformity with quality, price competitiveness, price discounts. This is shown from the results of the consumer satisfaction assessment with a neutral category of 29%, a category agreeing 35.25%, and a category

strongly agreeing 36%. Then the overall P-Values value has a value of 0.000 so that if all indicators have a t-statistic value > 1.96 and have a P-Values value of $0.000 < 0.05$, statistically H_0 is rejected or H_a is accepted.

Researchers want to provide suggestions to improve service quality, product quality and prices in Karang Sari Starfruit Agrotourism, Blitar City. The suggestions are as follows:

It is expected that the Karang Sari Starfruit Agrotourism in Blitar City can evaluate consumer needs, and feelings of satisfaction and consumer expectations for the quality of services provided by Karang Sari Agrotourism in Blitar City. The Karang Sari Agrotourism party in Blitar City must also improve the quality of good products from the appearance in the form of renewal of bags or packaging on the product, varied tastes so that consumers are more confident in buying, tastes according to consumers' tongues, textures according to what consumers want, and durability and strength. good quality so that it does not disappear and survives so that consumers feel satisfied and can be considered again to buy Karang Sari Starfruit Agrotourism products, Blitar City. The Karang Sari Starfruit Agrotourism in Blitar City is expected to be able to make the product display adjust to technological advances or be more branded. For the government and the Karang Sari Starfruit Agrotourism, Blitar City to contribute more to repairing roads, expanding the area for making destinations.



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki potensi yang sangat besar dalam pengembangan agrowisata. Hal ini didukung dengan Laporan *The Travel and Tourism Competitiveness* 2019 yang menyatakan bahwa pada tahun 2019 indeks daya saing perjalanan dan pariwisata Indonesia menduduki peringkat 40 dunia. Sedangkan dari segi kepemilikan sumber daya alam dan pemanfaatan sumber daya alam sebagai sektor pariwisata, Indonesia berada pada peringkat 14 dari 140 negara di dunia.

Sektor pariwisata diatur atau dikelola secara otonomi daerah. Adanya otonomi daerah, agrowisata dapat dikembangkan oleh masing-masing daerah sesuai dengan kondisi wilayah dan budaya masyarakat setempat tanpa adanya persaingan antar daerah terkait agrowisata. Pengembangan agrowisata merupakan bentuk usaha untuk meningkatkan kualitas agrowisata. Pengembangan agrowisata dilakukan berdasarkan evaluasi yang dilakukan dengan kondisi yang terjadi saat ini. Tujuan dari pengembangan agrowisata salah satunya adalah untuk mengembangkan objek wisata sehingga wisatawan semakin tertarik untuk berkunjung.

Kota Blitar merupakan salah satu kota yang memiliki agrowisata tepatnya di Kelurahan Karang Sari Kecamatan Sukorejo terdapat agrowisata belimbing karangsari yang didirikan dan dinaungi oleh pemerintah Kota Blitar yang dikelola oleh warga setempat. Agrowisata belimbing karangsari didirikan pemerintah dengan memanfaatkan tanah bengkok (tanah milik pemerintah).

Kelurahan Karang Sari Kota Blitar disebut sebagai cikal bakal atau awal mula adanya kampung belimbing karena dari 800 kepala keluarga, sebagian besar menanam pohon belimbing. Komoditas belimbing Karang Sari di pilih untuk dikembangkan karena memiliki produktivitas tertinggi di Kecamatan Sukerejo khususnya Kelurahan Karang Sari. Selain itu Agrowisata Belimbing Karang Sari telah memberikan kontribusi dari segi ekonomi masyarakat serta penyerapan tenaga kerja. Adanya agrowisata ini, juga dapat memberikan inovasi dalam mengembangkan kreativitas masyarakat untuk menciptakan produk - produk yang dapat dijadikan cinderamata dan ciri khas Agrowisata Belimbing Karang Sari Kota Blitar.

Belimbing Karang Sari merupakan salah satu komoditi andalan Kota Blitar, belimbing Karang Sari memiliki ukuran yang lebih besar dari pada belimbing lainnya, memiliki warna lebih mencolok dengan rasa manis yang mendominasi. Belimbing Karang Sari merupakan produk unggulan Kota Blitar yang sudah berkembang di kota-kota besar pulau Jawa dan mampu memenuhi pasar tradisional serta swalayan di Pulau Jawa dan Bali. Sedangkan penyebaran benih sudah merambah ke kabupaten lain seperti Tulungagung, Kediri, Jember, Malang, Bojonegoro dan sekitarnya serta ke provinsi lainnya.

Pelayanan adalah suatu aspek yang sangat penting didalam usaha meningkatkan kepuasan pelanggan. Pada dasarnya pelayanan adalah faktor pendukung terhadap aktivitas pemasaran jasa. Perusahaan diharapkan dapat memenuhi keinginan konsumen, hal ini akan menyebabkan konsumen akan merasa puas dan jika jasa pelayanan yang diberikan dibawah harapan pelanggan maka konsumen akan merasa kurang atau tidak puas. Pada saat konsumen tidak

merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, akan membuat konsumen tersebut melakukan tindakan komplain atau mengeluh terhadap kinerja perusahaan atas ketidakpuasannya terhadap layanan yang diberikan.

Sedangkan menurut Lam & Parasuraman, (2018): Napitupulu, (2016) terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yaitu: 1) berwujud (*tangible*), 2) kehandalan (*reliability*), 3) ketanggapan (*responsiveness*), 4) jaminan dan kepastian (*assurance*), 5) empati (*empathy*). Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, maka pelanggan akan merasa tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Best, (2009); Duc, Siengthai, & Page, (2013); Tjiptono & Chandra, (2016) mendeskripsikan kepuasan sebagai *“the good feeling that you have when you achieved something or when something that you wanted to happen does happen”* and *“the act of fulfilling a need or desire”*. Dari pendapat diatas, dapat diartikan bahwa kepuasan adalah perasaan menyenangkan yang dimiliki saat mendapatkan sesuatu atau ketika sesuatu yang diinginkan terjadi dan saksi terpenuhinya kebutuhan dan keinginan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan sikap, penilaian dan respon emosional yang ditunjukkan oleh konsumen setelah proses pembelian atau konsumsi yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja aktual terhadap suatu produk dan harapannya, serta evaluasi terhadap pengalaman mengkonsumsi suatu produk dan jasa. (Lin & Lekhawipat, 2014; Yap et al., 2012).

Kualitas Produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan (Kotler & Keller, 2012). Menurut (Tjiptono, 2012), “kualitas produk adalah tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan”.

Kualitas Produk yang baik dan kualitas pelayanan yang memuaskan, harga yang kompetitif, maka akan mendorong terciptanya kepuasan konsumen. Jika harga yang ditetapkan terlalu tinggi atau pelayanan yang diberikan tidak sebanding dengan harga yang harus dibayar, maka produk tersebut kurang memuaskan bagi pelanggan.

Saladin (2007) menyatakan bahwa harga adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. Sedangkan Menurut Alma (2007), pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Tjiptono (2008) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang dan jasa atau barang-barang yang tersedia ditukarkan oleh pembeli untuk mendapatkan berbagai pilihan produk dan jasa yang disediakan penjual. Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya” (Fandy, 2015).

Berdasarkan uraian diatas maka diketahui penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Agrowisata Belimbing Karang Sari Kota Blitar.

1.2 Rumusan Masalah

Pihak manajemen pada agrowisata karangsari Kota Blitar membutuhkan banyak informasi yang akurat mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga yang diberikan atau ditawarkan sebagai dasar pengambilan keputusan terhadap kebijakan atau merumuskan strategi dalam memperbaiki kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga pada agrowisata Belimbing karangsari Kota Blitar. Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Agrowisata Belimbing Karangsari Kota Blitar.

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk menganalisa pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Agrowisata Belimbing Karangsari Kota Blitar.

1.4 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini tentu banyak aspek yang perlu diteliti mengenai kondisi sosial masyarakat, waktu, tenaga dan biaya maka aspek- aspek yang diteliti hanya meliputi pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Agrowisata Belimbing Karangsari Kota Blitar.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Mengetahui seberapa besar tentang pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen Agrowisata Belimbing Karang Sari Kota Blitar.

2. Bagi Universitas

Sebagai tambahan informasi mengetahui referensi dan tempat penelitian yang cukup gampang dicari di daerah Kota Blitar.

3. Bagi Masyarakat

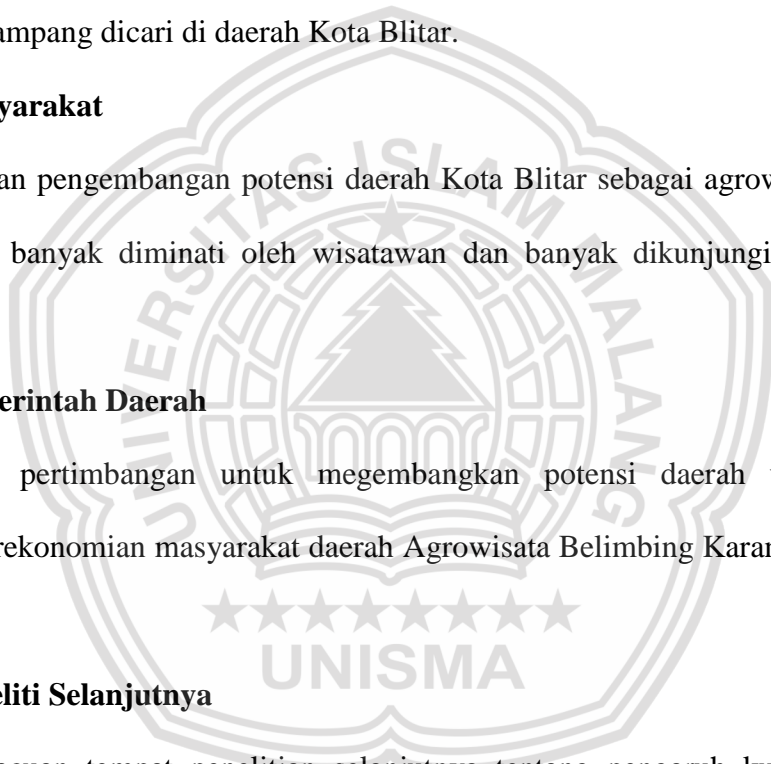
Sebagian pengembangan potensi daerah Kota Blitar sebagai agrowisata edukasi yang banyak diminati oleh wisatawan dan banyak dikunjungi oleh konsumen.

4. Bagi Pemerintah Daerah

Sebagai pertimbangan untuk mengembangkan potensi daerah untuk membantu perekonomian masyarakat daerah Agrowisata Belimbing Karang Sari Kota Blitar.

5. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai acuan tempat penelitian selanjutnya tentang pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen Agrowisata Belimbing Karang Sari Kota Blitar.



BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini tentang pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap Kepuasan Konsumen Agrowisata Belimbing Karang Sari Kota Blitar dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Kualitas Pelayanan Agrowisata Belimbing Karang Sari Kota Blitar belum sepenuhnya terealisasi dengan kebutuhan konsumen dikarenakan perasaan puas, keluhan teratasi, kesesuaian antara kenyataan dan harapan belum sepenuhnya teratasi. Agrowisata Belimbing Karang Sari mempunyai kualitas produk yang sesuai dengan lidah para konsumen dengan berbagai varian produk seperti kurma belimbing, sambal belimbing, kerupuk belimbing, sari buah belimbing, selai belimbing, sambal rujak yang telah dikembangkan dan menyesuaikan keinginan konsumen. Agrowisata Belimbing Karang Sari mempunyai harga meliputi harga tiket masuk, harga buah dan harga produk sudah terjangkau sehingga pengunjung dapat menikmati destinasi yang berada di Agrowisata Karang Sari Kota Blitar.

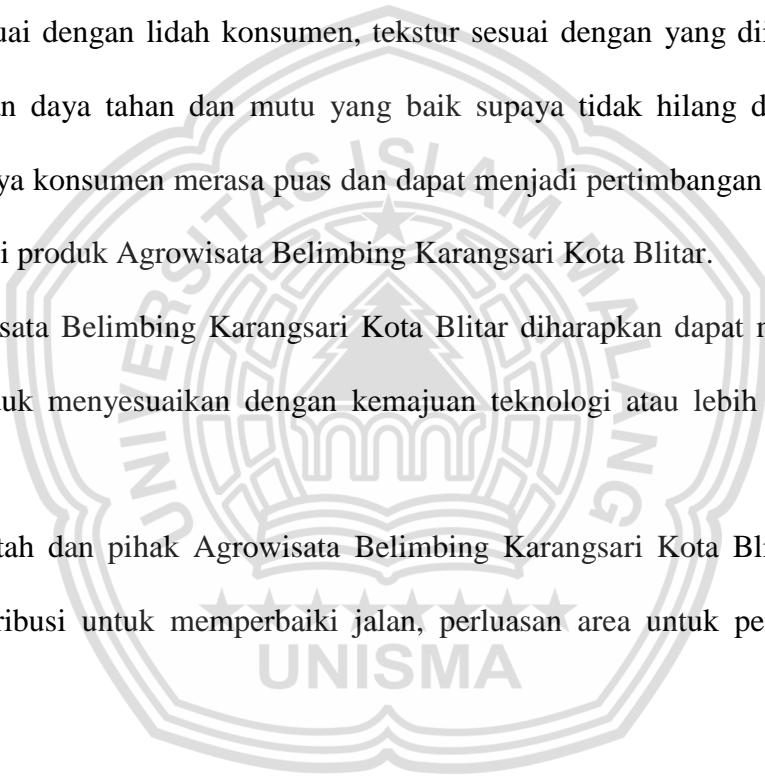
6.2 Saran

Peneliti akan memberikan saran dan suatu harapan kiranya dapat bermanfaat bagi Agrowisata Belimbing Karang Sari Kota Blitar, Adapun saran- saran sebagai berikut

1. Diharapkan pihak Agrowisata Belimbing Karang Sari Kota blitar dapat mengevaluasi kebutuhan konsumen, dan perasaan puas serta harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang disediakan oleh Agrowisata Karang Sari Kota

Blitar dengan perbaikan layanan seperti loket karcis, toilet, mushola, ruangan untuk pelayanan, toko untuk souvenir khas agrowisata karangsari, membangun rumah makan, serta peningkatan promosi yang lebih kreatif, edukasi pembuatan produk belimbing karangsari.

2. Pihak Agrowisata Karangsari Kota Blitar juga harus meningkatkan kualitas produk yang bagus dari tampilan berupa pembaharuan kantong atau kemasan pada produk , selera yang bervariasi agar konsumen lebih percaya diri membeli, rasa yang sesuai dengan lidah konsumen, tekstur sesuai dengan yang diinginkan konsumen, dan daya tahan dan mutu yang baik supaya tidak hilang dan tetap bertahan supaya konsumen merasa puas dan dapat menjadi pertimbangan kembali untuk membeli produk Agrowisata Belimbing Karangsari Kota Blitar.
2. Pihak Agrowisata Belimbing Karangsari Kota Blitar diharapkan dapat membuat tampilan produk menyesuaikan dengan kemajuan teknologi atau lebih branded lagi.
3. Bagi pemerintah dan pihak Agrowisata Belimbing Karangsari Kota Blitar agar lebih berkontribusi untuk memperbaiki jalan, perluasan area untuk pembuatan destinasi.



DAFTAR PUSTAKA

- Alfa, A., Rachmatin, D., & Agustina, F. (2017). analisis pengaruh faktor keputusan konsumen dengan struktural equation modeling partial least square.
- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2006). *Metode penelitian kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Aulia, M. & Hidayat, I. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan HARGA Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies. *J. Chem. Inf. Model.* 6, 17 (2017).
- Best, R.J. (2009) *management: strategies for growing customer value and profitability*.
- Duc, N. N., Siengthai, S., & Page, S. (2013). A conceptual model of HRIS-Trust: An understanding of suppliers'/customers' relationship. *Foresight*, 15(2), 106–116. <https://doi.org/10.1108/146s36681311321112>
- Engel, J.F., Blackwell, R.D. and Miniard, P.W. (1995). *Consumer Behavior*, 6th Edition. Dryden Press. Chicago, New York.
- Fandy, T. (2015). *Strategi pemasaran* (Salemba 4). Penerbit Andi
- Ferdinand, Augusty. 2000. Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen. Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang.
- Gendro, Wiyono. 2011. Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 3.0. Yogyakarta: Percetakan STIM YKPM
- ghozali, imam. (2012). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20. Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS). Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- ginting, dahlia. (2009). STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM). Media Informatika, 8, 14.
- Harahap, L. K. (2020). Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square). Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Walisongo Semarang, 1, 1.

- Herlambang, A. S. & Komara, E. Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan , Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). 8114, (2012).
- Hussein, A.S. 2015. Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan smartPLS 3.0. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Istiqomah, L. (2019). Pengaruh Citra Merek, Suasana Toko, Variasi Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Resto X. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Jaya, I. G. N. M., & Sumertajaya, I. M. (2008). Pemodelan persamaan struktural dengan partial least square. *Semnas Matematika dan Pendidikan Matematika*, 1, 118-132.
- Jarvis, C.,S.MacKenzie, dan P.Podsakoff, 2003, A Critical Review of Construct Indicators and Measurement Model Misspecification in Marketing and Consumer Research. *Journal of Sonsumer Research*
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Manajemen pemasaran edisi kedua belas jilid 1. Penerbit: PT. Indeks. Jakarta.
- Lam, S. Y., & Parasuraman, A. (2018). Individual-Level Determinants of Consumers' Adoption and Usage of Technological Innovations. *Review of Marketing Research*, 151–176. <https://doi.org/10.4324/9781315088730-5>
- Lenzun, Jessica J, James D.D Massie dan Decky Adare. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel*. Jurnal EMBA vol.2 no.3 September 2014.
- Lin, C., & Lekhawipat, W. (2014). Factors affecting online repurchase intention. *Industrial Management and Data Systems*, 114(4), 597–611. <https://doi.org/10.1108/IMDS-10-2013-0432>
- Manus, Fanly W dan Bode Lumanauw. 2015. *Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri di Kelurahan Wawalintouan Tondano Barat*. Jurnal EMBA vol.3 no.2 Juni 2015.
- Napitupulu, D. B. (2016). Evaluasi Kualitas Website Universitas XYZ Dengan Pendekatan Webqual [Evaluation of XYZ University Website Quality Based on Webqual Approach]. *Buletin Pos Dan Telekomunikasi*, 14(1), 51. <https://doi.org/10.17933/bpostel.2016.140105>.
- Nasrullah, 2015. Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya ditinjau dari perseptif Psikologi Sosial Terapan, *Buletin Psikologi*, 2017 vol.25 No. 1, 36 – 44. <http://jurnal.ugm.ac.id/buletinpsikologi>.

- Alfa, A., Rachmatin, D. and Agustina, F. (2017) 'analisis pengaruh faktor keputusan konsumen dengan struktural equation modeling partial least square', *eurekamatika*, 5, p. 13. doi: 10.1109/IRMMW-THz.2014.6956015.
- Aulia, M. and Hidayat, I. (2017) 'Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan HArga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 6(9), p. 17.
- ghozali, imam (2012) *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. bandung, jawa barat: semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- ginting, dahlia (2009) 'STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM)', *media informatika*, 8, p. 14.
- Harahap, L. K. (2020) 'Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square)', *Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Walisongo Semarang*, (1), p. 1.
- Herlambang, A. S. and Komara, E. (2012) 'Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan , Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan)', 8114.
- Pelayanan, P. K. *et al.* (2019) 'Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, cita rasa terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen', 1(2), pp. 57–68.
- Produk, P. K., Layanan, K. and Lego, Y. (2022) 'SUASANA TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MINUMAN CHATIME DI MALL CIPUTRA , JAKARTA BARAT', 04(01), pp. 31–39.
- Putri, M. C. (2018) 'Analisis Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Foodcourt Agrowisata Istana Jambu Grogol Kabupaten Kediri', *Journal of Materials Processing Technology*, 1(1), pp. 1–8. Available at: <http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001><http://dx.doi.org/10.1016/j.pwtec.2016.12.055><https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006><https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.04.024><https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.127252><http://dx.doi.org>.
- Ranitaswari, P. A., Mulyani, S. and Bayu Sadyasmara, C. A. (2018) 'ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PRODUK KOPI DAN KUALITAS PELAYANAN MENGGUNAKAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (Studi Kasus Di Geo Coffee)', *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*, 6(2), p. 147. doi: 10.24843/jrma.2018.v06.i02.p06.
- Putri, M. C. Analisis Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Foodcourt Agrowisata Istana Jambu Grogol Kabupaten Kediri. *J. Mater. Process. Technol.* 1, 1–8 (2018).

- Putro, Shandy Widjoyo., *et al.* 2014. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran vol.2 no.1 Tahun 2014
- Lenzun, Jessica J, James D.D Massie dan Decky Adare. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel*. Jurnal EMBA vol.2 no.3 September 2014
- Produk, p. K., layanan, k. & lego, y. Suasana toko terhadap keputusan pembelian produk minuman chatime di mall ciputra , jakarta barat. 04, 31–39 (2022).
- Ranitaswari, p. A., mulyani, s. & bayu sadyasmara, c. A. Analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas produk kopi dan kualitas pelayanan menggunakan metode importance performance analysis (studi kasus di geo coffee). *J. Rekayasa dan manaj. Agroindustri* 6, 147 (2018).
- Saladin, Djaslim. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya
- Solimun. (2010). *Analisis Multivariat Pemodelan Struktural. Metode Partial Least Square-PLS*. Cetakan I. Malang: CV. Tirta Malang.
- Solimun, Fernandes, A. A. R., Nurjannah. (2017). *Metode Statistika Multivariat: Pemodelan*.
- Solimun. (2010). *Analisis Multivariat Pemodelan Struktural. Metode Partial Least Square-PLS*. Cetakan I. Malang: CV. Tirta Malang.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfation* (4th ed.). Andi Publisher.
- Tjiptono, F., & Tjiptono, F. (2012). *Service management: mewujudkan layanan prima / Fandy Tjiptono. ,Service Management: Mewujudkan Layanan Prima / Fandy Tjiptono, 2012(2012)*.
- Wibowo. 2014. *Manajemen Kinerja Edisi Keempat*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Wijaya, Tony. (2011). *Manajemen kualitas Jasa: Desain Servqual, QFD, dan Kano disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian*. PT. Indeks. Jakarta.
- Yap, B. W., Ramayah, T., & Wan Shahidan, W. N. (2012). Satisfaction and trust on customer loyalty: A PLS approach. *Business Strategy Series*, 13(4), 154–167.



Zakaria, Shandy Ibnu dan Sri Rahayu Tri Astuti. 2013. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi KepuasanKonsumen Terhadap Pengguna Jasa Transportasi (Studi Kasus Pada Pengguna Bus Trans Jogja di Kota Yogyakarta)*. Diponegoro Journal of Management vol.2 no.3 Tahun 2013.

