

**PENGARUH HARGA, INOVASI, DAN KUALITAS PRODUK**

**TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RM CAK SUR**

**SIGURA – GURA MALANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Sarjana Manajemen

Oleh:

**JONI ISKANDAR**

NPM. 21601081062



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

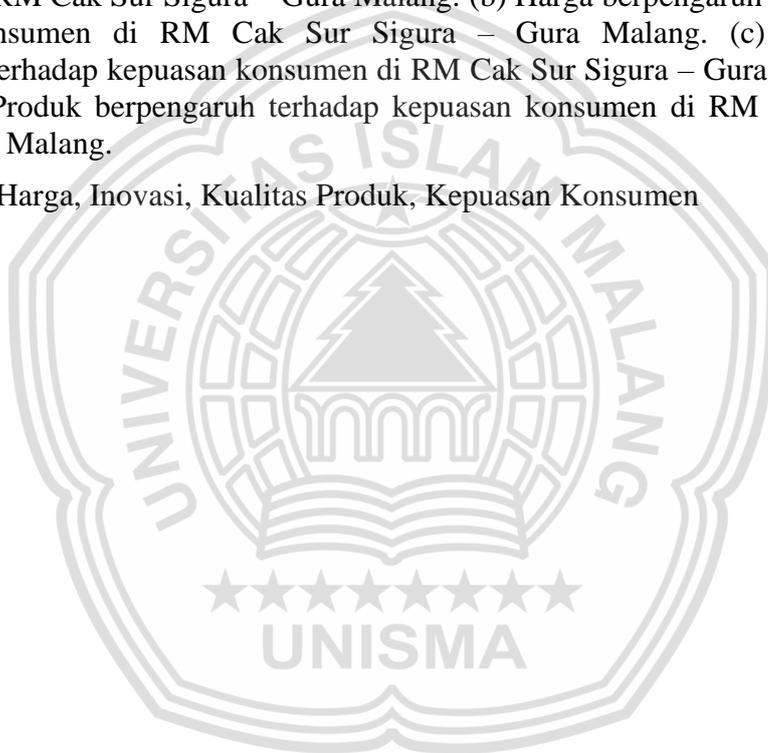
**MALANG**

**2020**

## ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Harga, Inovasi, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di RM Cak Sur Sigura – Gura Malang. Variabel yang digunakan adalah harga, inovasi, dan kualitas produk sebagai variabel bebas. Sedangkan Kepuasan Konsumen adalah variabel terikat. Populasi dalam penelitian sebanyak 150 konsumen. Cara pengambilan sampel dalam penelitian ini ialah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 60 responden. Metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut: (a) Harga, Inovasi, dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di RM Cak Sur Sigura – Gura Malang. (b) Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di RM Cak Sur Sigura – Gura Malang. (c) Inovasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di RM Cak Sur Sigura – Gura Malang. (d) Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di RM Cak Sur Sigura – Gura Malang.

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



## ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine the Effect of Price, Innovation, and Product Quality on Consumer Satisfaction at RM Cak Sur Sigura - Gura Malang. The variables used are price, innovation, and product quality as independent variables. Whereas Consumer Satisfaction is the dependent variable. The population in the study were 150 consumers. The sampling method in this study was purposive sampling with a total sample of 60 respondents. Quantitative methods with multiple linear regression analysis techniques. Based on the results of this study it can be concluded as follows: (a) Price, Innovation, and Product Quality simultaneously affect customer satisfaction at RM Cak Sur Sigura - Gura Malang. (b) Price influences customer satisfaction at RM Cak Sur Sigura - Gura Malang. (c) Innovation influences consumer satisfaction at RM Cak Sur Sigura - Gura Malang. (d) Product quality influences consumer satisfaction at RM Cak Sur Sigura - Gura Malang.*

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



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha saat ini semakin meningkat dengan sangat pesat. Salah satunya di bidang usaha bisnis kuliner. Persaingan adalah satu hal yang tidak dapat lepas dari kehidupan bisnis. Saat ini persaingan bisnis sudah semakin ketat dan keras, begitu juga yang terjadi di Indonesia, persaingan bisnis di Indonesia sudah menciptakan banyak perubahan bagi para pelaku bisnis. Banyak hal yang mempengaruhi terjadinya persaingan, beberapa diantaranya adalah target pencapaian, inovasi- inovasi di dalam hidup manusia, tingkat kreatifitas manusia yang terus berkembang, tuntutan hidup yang terus meningkat, dan gaya hidup manusia yang terus berubah disetiap masanya.

Sehingga persaingan saat ini, mengharuskan para pelaku bisnis untuk memperhatikan keinginan konsumen yang cepat berubah. Dalam perspektifnya, konsumen lebih cenderung dalam memperhatikan nilai – nilai kepuasan yang dirasakannya (Pamungkas, 2019). Sebagai konsekuensinya setiap usaha layanan yang menyediakan jasa juga perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen sehingga mampu memenuhi tuntutan konsumen.

Kualitas Layanan yang diberikan ditentukan oleh seberapa besar kualitas layanan tersebut diberikan oleh penyedia jasa. Oleh sebab itu, kualitas layanan dapat diciptakan dengan terlebih dahulu mengidentifikasi

persepsi konsumen tentang layanan yang diberikan sebagaimana yang dibutuhkan dan diinginkannya, kemudiann disesuaikan dengan layanan yang telah disediakan oleh penyedia jasa. Dengan demikian penyedia jasa tersebut akan selalu berusaha untuk menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen yang diharapkan oleh konsumen sehingga dapat mencapai kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan hal terpenting yang digunakan untuk menarik konsumen di masa sekarang ini. Dimana untuk menarik konsumen diperlukan kualitas pelayanan yang baik sehingga dapat menimbulkan kepuasan dari konsumen. Secara umum, pelayanan dapat diartikan melakukan pembuatan yang hasilnya ditujukan untuk keinginan orang lain, baik perorangan, maupun kelompok atau masyarakat. Permintaan dan kebutuhan pelanggan harus dilayani dengan sebaik mungkin agar dapat mendapat rasa kepuasan bagi para konsumen. Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat dimana kedua belah pihak merasa senang atau tidak ada yang dirugikan satu sama lain. Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan pelanggannya tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha.

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam

persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali kemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan factor kunci konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan sangat puas (Kotler, 2015). Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, serta janji dan informasi dari pemasar. Kepuasan merupakan sesuatu hal yang diperhatikan oleh produsen, pada dasarnya tujuan dari bisnis adalah untuk menciptakan pada konsumen yang merasa puas. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat salah satunya hubungan antara perusahaan dan konsumennya menjadi erat. Harga merupakan salah satu factor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan yang bangkrut karena harga yang tidak cocok dipasar. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang / makan tersebut.

Harga yang ditetapkan memberikan pendapatan bagi setiap usaha. Ditengah kondisi persaingan yang ketat dan cenderung kondisi ekonomi

tidak stabil memaksa perusahaan untuk menetapkan kebijakan harga, agar mampu menarik minat konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Untuk menetapkan harga, perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor seperti sasaran pemasaran, strategi marketing mix, biaya, organisasi penetapan harga, sifat pasar dan permintaan, persaingan dan faktor lingkungan (ekonomi, pemerintah). Penetapan harga yang dilakukan perusahaan sesuai dengan kualitas produk yang dihasilkan dan diminati konsumen berarti harga tersebut sudah tepat, maka akan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk tersebut. Karena konsumen akan merasa puas bila mendapatkan harga yang terjangkau sesuai dengan keinginan konsumen tapi mendapatkan kualitas pelayanan yang baik (Pratiwi, Hidayat, & Prabawani, 2016).

Inovasi merupakan sebuah ide, praktek, atau obyek yang dipahamisebagai sesuatu yang baru oleh masing – masing individu atau unit pengguna lainnya. Proses kepuasan inovasi pada prinsipnya merupakan kegiatan pencarian dan pemrosesan informasi dimana individu termotivasi untuk mengurangi ketidakpastian tentang keuntungan dan kekurangan inovasi. inovasi adalah transformasi pengetahuan kepada produk, proses dan jasa baru, tindakan dengan sesuatu yang baru (Sutarno, 2012).

Pengembangan sebuah produk atau jasa melibatkan penentuan manfaat yang akan diberikan, yang mampu memuaskan konsumen. Manfaat ini dikomunikasikan dan diserahkan dengan atribut produk seperti

kualitas, fitur(*features*) dan rancangan. Maka semakin tinggi tingkat kepuasan suatu produksi maka semakin tinggi pula produk terjual.

Kualitas produk merupakan selisih produk yang layak menurut konsumen dengan produk menurut konsumen saat ini (simamora, 2016 ). Menurut windoyo (dikutip oleh Septhani,2014) mengatakan bahwa faktor kualitas produk juga tidak kalah pentingnya karena kualitas produk juga sebagai factor penentu tingkat kepuasanyang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan kualitas prtoduk yang baik konsumen akan terpenuhi keinginan dan kebutuhannya akan suatu produk.

Sekian banyak pilihan rumah makan yang ada, banyak hal yang yang terjadi bahan pertimbangan konsumen untuk sampai pada kepuasan memilih rumah makan tertentu. Pihak manajemen rumah makan berusaha untuk memenuhi semua kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik itu harga, kemasan , inovasi dan kualitas produk, (Yudha Agung Setyo,2015:7-8) sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya. Jika hal tersebut diabaikan, maka akan terjadi kesenjangan antara keinginan (harapan) konsumen, oleh karena itu berhasil tidaknya rumah makan dalam berkomunikasi dengan para pelanggannya tergantung pada segi kualitas yang diberikan.

Suatu hal yang harus diperhatikan dalam persaingan adalah sebagaimana setelah konsumen menerimadan merasakan manfaat nilai dari suatu produk, konsumen tersebut telah memiliki perilaku royal, rasa puas

dan komitmen terhadap produk tersebut. Demikian pula dengan RM. Cak sur Sigura – gura Malang yang peroritasi pada upaya untuk mengarahkan konsumen untuk lebih puas terhadap rumah makan.

Rumah makan cak sur dalam proses usahanya harus mampu menetapkan harga yang sesuai dengan manfaat dan kualitas produknya agar target penjualan yang telah ditetapkan dapat tercapai dan terus meningkat. Meskipun prosedur produksi dan pemasaran telah dilakukan dengan baik, pada kenyataanya volume penjualan dan jumlah konsumen di RM cak sur mengalami fluktuasi pada dua tahun terakhir.

Berdasarkan hasil wawancara kepada 20 orang konsumen RM. Cak sur Malang mengenai harga, kemasan, inovasi dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yaitu tentang kualitas produk sebesar 5 % menyatakan kualitas produk tinggi, sebanyak 85% menyatakan kualitas produk sedang dan sebanyak 10% menyatakan kualitas produk rendah. Sedangkan harga sebanyak 60% menyatakan harga cukup terjangkau dan sebanyak 40% menyatakan harga tidak terjangkau. Sedangkan untuk inovasi sebanyak 30% menyatakan inovasi bagus, sebanyak 70% menyatakan inovasi tidak bagus. Sedangkan untuk kepuasan konsumen pelanggan menyatakan sebanyak 60% menyatakan sedang dan sebanyak 40% pelanggan menyatakan tingkat kepuasan yang rendah. Dari hasil wawancara diatas terlihat bahwa semua yang mempengaruhi kepuasan konsumen seperti harga dan kualitas produk tentang rumah makan cak sur belum tentu dapat menciptakan kepuasan bagi

pelanggannya secara optimal, Sehingga perlu di evaluasi kembali yang dimana dapat memenuhikepuasan konsumen. Karna dari hasil yang di wawancarai kepada 20 orang menyatakan bahwa harapan tidak sesuai dengan yang di harapkan karena pengaruh yang terjadi pada sector harga dan kualitas tidak secara signifikan. Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian di rumah makan Cak Sur yang berhubungan dengan **"Pengaruh Harga, Inovasi, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen"**.

### 1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh harga, inovasi dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada RM Cak Sur Sigura - gura Malang?
2. Apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada RM Cak Sur Sigura - gura Malang?
3. Apakah ada pengaruh inovasi terhadap kepuasan konsumen pada RM Cak Sur Sigura – gura Malang?
4. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada RM Cak Sur Sigura – gura Malang?

### 1.3 Tujuan penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga, inovasi dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada RM Cak Sur Malang.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada RM Cak Sur Malang.
3. Untuk mengetahui pengaruh inovasi apa yang akan di berikan terhadap kepuasan konsumen pada RM Cak Sur Malang.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk apa yang akan di berikan terhadap kepuasan konsumen pada RM Cak Sur Malang.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini berguna baik secara teoritis maupun praktis.

##### a. Secara Teoritis

- 1) Bagi penulis, dapat menambah ilmu wawasan pengetahuan dan mengembangkan ilmu yang telah didapat selama menempuh perkuliahan, sehingga tercipta wahana ilmiah.
- 2) Bagi para akademis, dapat digunakan sebagai bahan referensi atau bahan kajian dalam menambah ilmu pengetahuan dibidang pendidikan.
- 3) Bagi peneliti lebih lanjut, dapat dijadikan referensi di dalam mengembangkan pengetahuan tentang bisnis dan manajemen pemasaran dalam dunia usaha mengenai harga, inovasi, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

##### b. Secara Praktis

1) Bagi Pimpinan RM Cak Sur sebagai bahan masukan dalam usaha meningkatkan kualitas dan kepuasan konsumen.

2) Bagi Program Studi Fakultas Ekonomi Manajemen, memberikan bahan pembelajaran bagi mahasiswa Pendidikan Ekonomi dalam manajemen pemasaran dan dalam pembuatan suatu bisnis bagi para mahasiswa.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Dari analisis dan pembahasan yang telah di jelaskan oleh bab sebelumnya diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga, inovasi dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di RM Cak sur sigura – gura Kota Malang. Berdasarkan hasil dari penelitian ini, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Harga, Inovasi dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen di RM Cak sur sigura – gura kota Malang.
- b. Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di RM Cak sur sigura – gura kota Malang. Dengan kata lain, jika harga meningkat maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Hal ini karena konsumen tidak melihat harga dalam hal yang utama akan tetapi lebih cenderung dari segi kepuasan konsumen yang diberikan oleh RM Cak sur Sigura-gura Malang.
- c. Inovasi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di RM Cak sur sigura – gura kota Malang. Dengan kata lain, jika inovasi yang diberikan semakin baik dan memiliki nilai yang bagus maka kepuasan konsumen pada RM Cak sur Sigura-gura Malang juga akan semakin tinggi.

- d. Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di RM Cak sur sigura – gura kota Malang. Dengan kata lain, jika kualitas produk yang di berikan semakin baik dan memiliki standar pelayanan yang tinggi maka kepuasan konsumen pada RM Cak sur Sigura-gura Malang akan semakin tinggi.

### 1.2 Keterbatasan

Pada penelitian yang telah dilakukan yang sudah sesuai dengan prosedur ilmiah, namun ada beberapa keterbatasan dalam pengerjaannya yaitu:

- a) Jawabanyang diberikan responden terkadang tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya, dengan kata lain responden apakah sedang terburu-buru atau memang memiliki sedikit waktu luang untuk mengisi kuesioner yang telah diberikan.
- b) Di masa pendemi covid 19 terkadang sulit menemukan responden dikarenakan masih dalam masa isolasi.
- c) Pada penelitian ini variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen ialah harga, inovasi dan kualitas produk. Padahal masih ada variabel lain yang mampu mempengaruhi kepuasan konsumendi buktikan dengan koefisien determinasi sebesar 0.678.

### 1.3 Saran

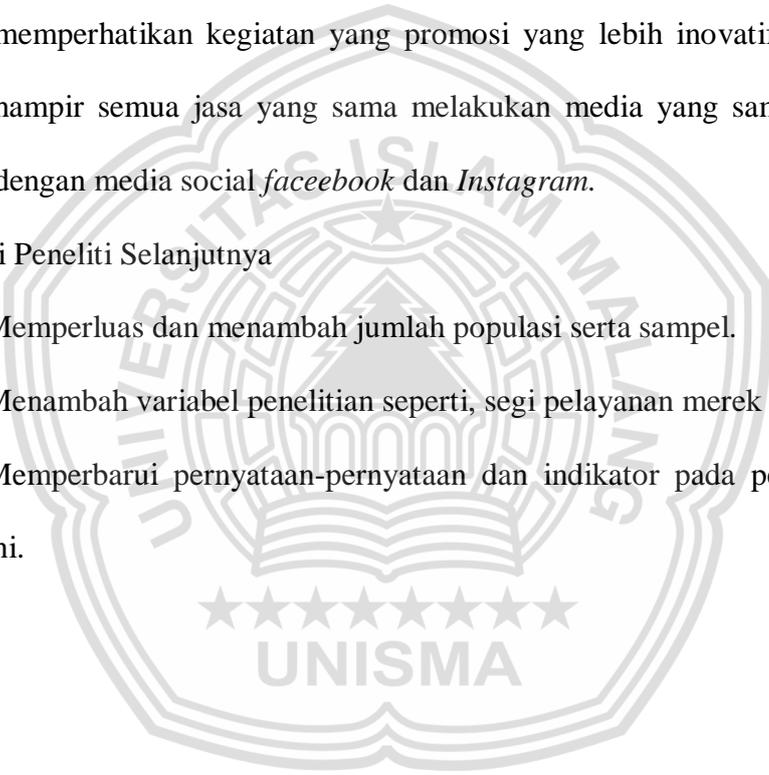
Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan yang telah diuraikan diatas, penelitian ini dapat memberikan saran sebagai berikut:

a. Bagi Usaha

1. Untuk meningkatkan tingkat kepuasan konsumen maka usaha tersebut harus memperhatikan dalam memberikan kualitas produk karena memiliki nilai rata-rata yang paling kecil diantara variabel lainnya.
2. Untuk membuat kepuasan konsumen pemasaran harus memperhatikan kegiatan yang promosi yang lebih inovatif karena hampir semua jasa yang sama melakukan media yang sama yaitu dengan media social *faceebok* dan *Instagram*.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Memperluas dan menambah jumlah populasi serta sampel.
2. Menambah variabel penelitian seperti, segi pelayanan merek dll.
3. Memperbarui pernyataan-pernyataan dan indikator pada penelitian ini.



## DAFTAR PUSTAKA

- Agestina, K., & Susilowati, I. (2019). Analisis Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Konsumen Hanna Kebab Di Kebumen. *Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1).
- Agustina, I., Wirawan, R., Irdiana, S., & Tinggi. (2019). Available online at : Jurnal Riset Manajemen Available online at : Jurnal Riset Manajemen Volume 2 Number 1 , Maret 2019 | 39. *Riset Manajemen*, 2(1), 38–44.
- Anggun, Yudha. (2015). *Pengaruh harga, pelayanan, kemasan, inovasi dan merek terhadap kepuasan konsumen terhadap kepuasan konsumen di RM.Gudeg Ayam di Solo. (Jurnal). Surakarta:Universitas Muhammadiyah Jakarta.*
- Ariyanto, M. W. (2020). *Pada Rumah Makan Juragan Sambal Surabaya. 08(01).*
- Aditia, (2019). *Pengaruh kualitas pelayanan, harga, produk, dan lokasi, terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan soto kwali pak Suryo klaten (skripsi). Klaten (ID). Universitas widya Dharma Klaten.*
- Ariska, Viky. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Produk dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Kober Mie Setan Jember (Skripsi). Jember (ID) : Universitas Muhammadiyah Jember.*
- Agung raharjo wibowo k. 2016. *Analisis factor – factor Yang Mempengaruhi Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan ( Tesis ). Pekalongan (ID) : Universitas Diponegoro Semarang.*

Aditia, (2019). *Pengaruh kualitas pelayanan, harga, produk, dan lokasi, terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan soto kwali pak Suryo klaten (skripsi). Klaten (ID). Universitas widya Dharma Klaten.*

Budiarsih, Retno. 2017. *Pengaruh kualitas pelayanan produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada restoran pizza huf di kota Kediri. Fe – manajemen. 01. (09) 4.*

Edwar, D. M., & Si, M. (2017). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga ( JPTN ) ISSN : 2337-6708 Volume 03 Nomor 03 Tahun 2017 Abstrak “ Jurnal Pendidikan Tata Niaga ( JPTN ) Volume 03 Nomor 03 Tahun 2017. 03(2015), 84–88.*

Fiki, F.,Ariska, U. M. (2017). *Fakultas ekonomi universitas muhammadiyah jember jurnal. 1–16.*

Febriana1, E. K. (2010). *Pengaruh keragaman produk, kualitas produk, dan lokasi penjualan terhadap keputusan pembelian. Arhiv Za Higijenu Rada i Toksikologiju. <https://doi.org/10.1093/occmmed/kqq062>*

FIAZISYAH, A., & PURWIDIANI, N. (1970). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji Kfc Basuki Rahmat Surabaya. Jurnal Tata Boga, 7(2), 178–187.*

Gunawan, A., Barleany, D. R., Wiryadinata, R., & Pertiwi, I. B. (2018). *Analisis Inovasi dan Kualitas Produk Baru Opak Biji Karet Terhadap Kepuasan Konsumen di Kota Serang*. 1, 6–10.

Gozali, I. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM dan SPSS 21. In *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program IBM dan SPSS 21*. <https://doi.org/10.1126/science.1158668>

Husnul, Y., Sekartaji, G., & Sekartaji, G. (2015). *Yetty Husnul Hayati dan Gracia Sekartaji E-ISSN 2502-5678*. 1(1), 49–56.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi Ke-1). Erlangga.

Kotler, P., & Keller, Kevin Lane. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran Jilid 1*. In Jakarta.

Kusumo, A. R. W. (2006). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi*.

Meilanda, D. I. (2015). *SKRIPSI Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi ( S . E ) Pada Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis OLEH : 1–9*.

Nur, B. (2019). *Pengaruh keberagaman produk, kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan ayam bakar mbak menuk*.

Pamungkas, A. D. I. J., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., & Surakarta, U. M. (2019). *Pengaruh kualitas produk kualitas pelayanan dan hargaterhadap kepuasan konsumen di warung miayam abah.*

Putra P, I. B. P., & Kusumadewi, N. M. W. (2019). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Niat Pembelian Ulang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(8), 4983.  
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i08.p10>

Safrizal, S. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Ayam Penyet Pak Ulis di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 4(1), 196969.

Soekresno. (2006). Restoran. *Produk Dan Jasa*, 11–26. Retrieved from <https://library.binus.ac.id/eColls/eThesiscoll/Bab2/2015-1-00152-MN>  
Bab2001.pdf

Sukmawati, R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk,Harga,Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Univesitas Negeri Yogyakarta. *Rina Sukmawati*, (4), 130–142.