

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DIMSUM BOLOBOX DINOYO
MALANG**

SKRIPSI

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

Oleh:

INDIRA KRISTALIANO

NPM 22101081164



UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

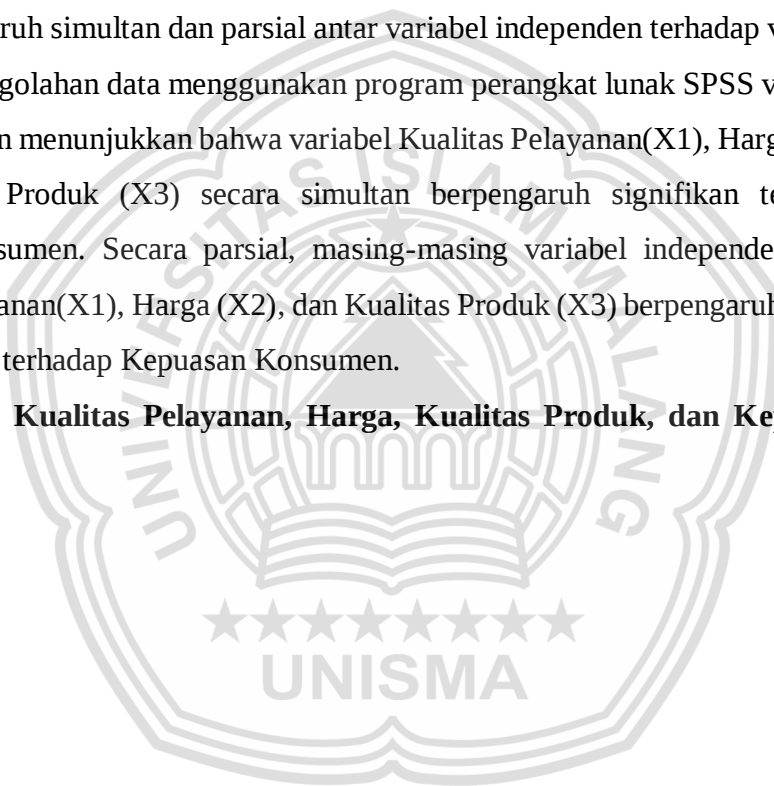
JURUSAN MANAJEMEN

2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Dimsum Bolobox Dinoyo Malang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Explanatory Research*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Dimsum Bolobox Dinoyo Malang. Sampel yang digunakan sebanyak 90 responden yang dipilih dengan menggunakan rumus Malhotra. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring dan luring kepada konsumen. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda untuk menguji pengaruh simultan dan parsial antar variabel independen terhadap variabel dependen. Pengolahan data menggunakan program perangkat lunak SPSS versi 31. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan(X1), Harga (X2), dan Kualitas Produk (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara parsial, masing-masing variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan(X1), Harga (X2), dan Kualitas Produk (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

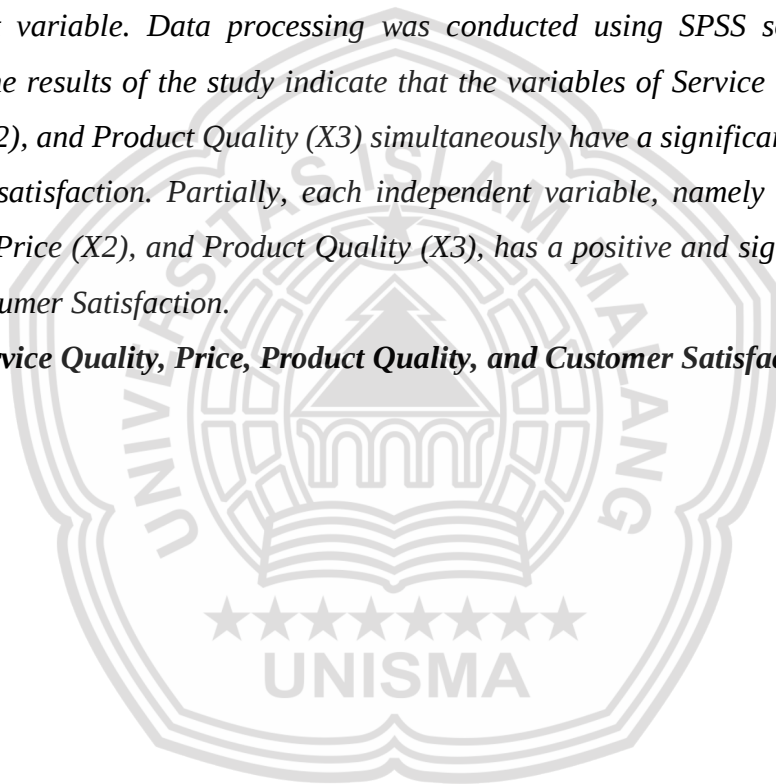
Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of service quality, price, and product quality on customer satisfaction at Dimsum Bolobox Dinoyo Malang. This study uses a quantitative approach with the Explanatory Research method. The population used in this study is Dimsum Bolobox Dinoyo Malang. The sample consists of 90 respondents selected using the Malhotra formula. Data collection techniques were conducted through the distribution of online and offline questionnaires to consumers. Data analysis was performed using multiple linear regression to test the simultaneous and partial effects of independent variables on the dependent variable. Data processing was conducted using SPSS software version 31. The results of the study indicate that the variables of Service Quality (X1), Price (X2), and Product Quality (X3) simultaneously have a significant effect on consumer satisfaction. Partially, each independent variable, namely Service Quality (X1), Price (X2), and Product Quality (X3), has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction.

Keyword : Service Quality, Price, Product Quality, and Customer Satisfaction



BAB I

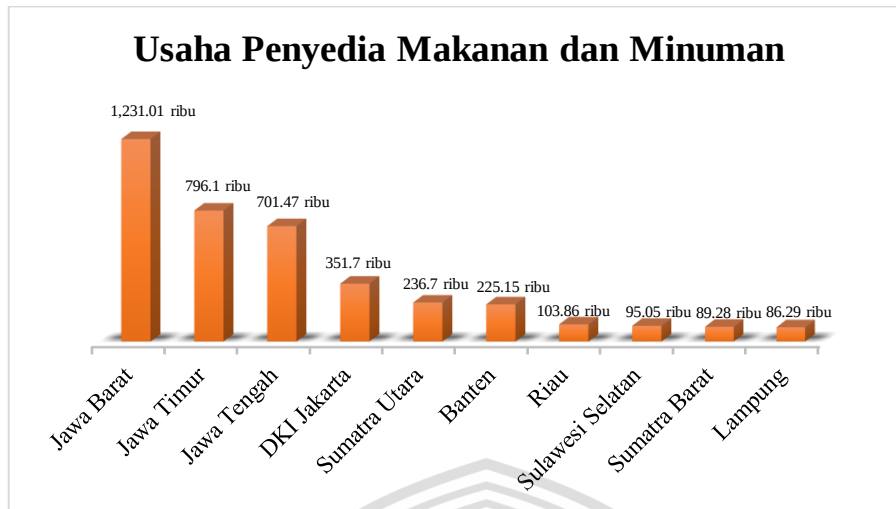
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan UMKM di Indonesia semakin meningkat karena adanya dukungan pemerintah, kemudahan akses terhadap teknologi, dan meningkatnya kreativitas dari para pelaku usahanya. Saat ini, bisnis di bidang kuliner berkembang cukup pesat terutama di bidang UMKM yang didukung dengan banyaknya inovasi baru dan kreatifitas pelaku usaha dalam menjual produknya (Ifada *et al.*, 2024). Hal ini didukung karena banyaknya inovasi baru dan kreatifitas pelaku usaha dalam menjual produknya dengan tujuan untuk menarik minat konsumen agar lebih memilih dan membeli produk pada pelaku usaha tersebut dibandingkan dengan produk pesaing lainnya (Rumpa *et al.*, 2023).

Perkembangan produk jenis makanan dan minuman yang disajikan oleh usaha penyediaan makanan dan minuman di Indonesia sangat beragam, baik asalnya, ciri khasnya, maupun citarasanya. Berdasarkan hasil survei dari Badan Pusat Statistika (BPS) tahun 2024 usaha di bidang kuliner di Indonesia meningkat pesat yang ditunjukkan bahwa usaha Penyedia Makanan dan Minuman (PMM) mencapai sebanyak 2,78 juta usaha atau sekitar 57,21%. Pada provinsi Jawa Timur, usaha Penyedia Makanan dan Minuman (PMM) berjumlah sebanyak 791,60 ribu usaha atau sekitar 16,31%. Dapat dilihat pada grafik di bawah ini yang menunjukkan bahwa provinsi Jawa Timur menduduki urutan kedua dari sepuluh provinsi dengan jumlah usaha Penyediaan Makanan dan Minuman (PMM) tertinggi di Indonesia.

Gambar 1. 1 Grafik Jumlah Tertinggi Usaha PMM



Sumber : Badan Pusat Statistik, 2023

Secara keseluruhan, industri kuliner menawarkan banyak peluang tetapi juga menuntut kreativitas dan manajemen yang baik (Nasution *et al.*, 2024:3). Produsen perlu menciptakan produk yang menarik dan inovatif untuk menjaga kepuasan pelanggan, yang ditentukan pada seberapa baik produk atau jasa memenuhi harapan pelanggan (Astuti & Gufron, 2023). Fenomena ini terlihat pada popularitas dimsum yang menjadi makanan paling diminati di Indonesia oleh berbagai kalangan usia terutama remaja. Hidangan tradisional khas Tiongkok ini populer berkat bentuknya yang unik dan cita rasanya yang lezat (Aulia *et al.*, 2023). Dimsum populer di Indonesia karena harganya yang terjangkau, penyajiannya praktis, teksturnya padat, dan rasanya gurih yang cocok dengan selera masyarakat. Selain itu, proses pengukusan dalam pembuatannya menjadikan dimsum tergolong makanan sehat karena minim penggunaan minyak (Isnir *et al.*, 2024).

Berdasarkan dari fenomena tersebut, kepuasan konsumen merupakan kunci utama dalam menentukan keberhasilan usaha dalam memenuhi harapan pelanggan. Menurut Arisandi *et al.*, (2021) kepuasan pelanggan adalah

perasaan puas atau tidak puas seseorang (pelanggan) baik itu sebuah kebahagiaan ataupun kesedihan, kebahagiaan dikarenakan mereka memperoleh sesuatu terhadap usaha mereka yang dihasilkan dari perbandingan performa suatu produk atau hasil ekspektasi produk tersebut. Aditya Wardana (2024) menjelaskan kepuasan pelanggan mencakup pada kesesuaian antara harapan pelanggan dan pengalaman yang diperoleh dari produk atau layanan tersebut. Dengan demikian, kepuasan pelanggan tidak hanya dari hasil pengalaman berbelanja tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai komponen yang melekat pada barang dan jasa.

Dalam dunia bisnis kuliner, kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Indrasari (2019:62) menjelaskan dalam bukunya bahwa kualitas pelayanan dikatakan baik jika layanan sebanding dengan apa yang diharapkan pelanggan. Dengan demikian, untuk mencapai kepuasan pelanggan, diperlukan keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan pelanggan. Menurut Salsabillah *et al.*, (2024) kualitas layanan didefinisikan sebagai aktivitas *intangible* yang terjadi antara penyedia layanan dan pelanggan selama proses penyelesaian masalah pelanggan. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Kedai Kopi. Sedangkan hasil penelitian Kogoya *et al.*, (2021) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Faktor lain yang berperan penting dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen adalah harga. Fatma *et al.*, (2023:160) menyatakan bahwa penetapan harga berdasarkan nilai harga dilakukan dengan menggunakan nilai yang diberikan pelanggan sebagai dasar untuk menentukan harga barang atau jasa. Keberhasilan pemasaran produk sangat penting karena harga memainkan peran yang sangat penting dalam keputusan konsumen untuk membeli produk (Rahmandika *et al.*, 2020). Penelitian yang dilakukan oleh Estamarinda *et al.*, (2021) menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Hompizz Pizza Palembang. Pelanggan bersedia menerima kenaikan harga produk selama memperoleh pengalaman yang memuaskan. Pelanggan percaya bahwa makanan mahal berarti rasa yang enak dan berkualitas tinggi. Sedangkan dalam hasil penelitian Widodo & Setyawan (2023) bahwa harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen UMKM Olahan Singkong dan Ubi Yaska 57.

Kualitas produk juga merupakan faktor terpenting dalam memengaruhi kepuasan konsumen. Kholid Albar & Muhlis (2021:85) menjelaskan bahwa kualitas produk yang dipersepsikan akan memuaskan jika kualitas produk yang diterima lebih baik daripada yang diharapkan. Semakin banyak produk yang memiliki berbagai macam tingkat kualitas tertentu, konsumen menjadi semakin kritis untuk membeli produk dengan kualitas terbaik (Aditia *et al.*, 2020). Menurut Dewi *et al.*, (2023) perlu adanya peningkatan kualitas pada produk agar memperoleh suatu produk yang sesuai dengan standar kualitas yang dihasilkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada

UMKM Sambal Bawang Cobek Bu Sri. Namun, hasil penelitian yang dilakukan oleh Ludiansyah *et al.*, (2023) menyatakan bahwa kualitas produk tidak memberikan dampak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dimsum Bolobox merupakan usaha kuliner yang didirikan secara mandiri oleh Khusnul Khotimah pada November 2024. Usaha ini berhasil mendapat pesanan pertama sebanyak seribu biji berkat strategi endorsement yang kemudian mendorong pembukaan outlet di Pasar Terpadu Dinoyo Malang pada Maret 2025. Salah satu menu unggulan dari Dimsum Bolobox adalah dimsum dengan saus bolognese creamy yang menggabungkan cita rasa tradisional Tionghoa dengan sentuhan Eropa. Harga setiap porsi berkisar antara Rp13.000 sampai Rp55.000. Mayoritas konsumen melakukan pembelian produk secara *take away* dengan langsung mendatangi outlet Dimsum Bolobox. Untuk menjaga kualitas produk, dimsum disajikan langsung di tempat dengan cara dikukus saat ada pesanan. Meskipun Dimsum Bolobox mendapatkan banyak perhatian dan respons positif di media sosial, hingga saat ini belum terdapat kajian ilmiah yang secara spesifik yang meneliti apakah kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen pada Dimsum Bolobox.

Berdasarkan uraian latar belakang atas, secara khusus belum ditemukan penelitian yang melakukan analisis pada pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada bisnis kuliner skala UMKM pada obyek penelitian Dimsum Bolobox. Oleh karena itu, riset ini

dilakukan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh faktor tersebut terhadap tingkat kepuasan konsumen Dimsum Bolobox. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam merumuskan strategi peningkatan pelayanan dan pengembangan produk bagi pelaku UMKM di sektor kuliner. Maka peneliti mengambil topik penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DIMSUM BOLOBOX DINOYO MALANG”**

1.2 Rumusan Masalah

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

- Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Dimsum Bolobox Dinoyo Malang?
- Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Dimsum Bolobox Dinoyo Malang?
- Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Dimsum Bolobox Dinoyo Malang?

Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, tujuan dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut :

- Menganalisis pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Dimsum Bolobox Dinoyo Malang.
- Menganalisis pengaruh pada harga terhadap kepuasan konsumen Dimsum Bolobox Dinoyo Malang.

- c. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

Dimsum Bolobox Dinoyo Malang.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan tambahan pada perkembangan ilmu pengetahuan dan memperluas gambaran mengenai rangkaian teori mengenai kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberi tambahan pengetahuan dan pemahaman teori berdasarkan hasil analisis yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, harga, serta kualitas produk dalam memengaruhi kepuasan konsumen.

b. Bagi Akademisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber pengetahuan dan informasi tambahan dalam pemasaran, khususnya terkait pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk terhadap tingkat kepuasan konsumen.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan oleh peneliti selanjutnya yang melakukan riset tentang hubungan antara kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk terhadap tingkat kepuasan pelanggan sehingga bisa menjadi dasar teori untuk masa depan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April hingga Juli 2025 dengan tujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Dimsum Bolobox Dinoyo Malang. Berdasarkan temuan penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa :

- 1) Variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).
- 2) Variabel Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).
- 3) Variabel Kualitas Produk (X3) juga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen adalah hasil dari kombinasi beberapa faktor penting seperti kualitas layanan, penetapan harga yang tepat, dan kualitas dari suatu produk yang konsisten dengan mayoritas responden penelitian ini adalah perempuan berusia 21–23 tahun yang sedang menempuh pendidikan sebagai siswa SMA sederajat dan mahasiswa. Selain itu, sebagian besar konsumen berasal dari daerah Malang yang melakukan kunjungan sebanyak 1-3 kali. Faktor tersebut memberikan pengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen. Diharapkan temuan ini akan membantu pelaku usaha dan peneliti lain dalam memahami dinamika kepuasan konsumen di industri kuliner lainnya.

5.2 Keterbatasan

Selama proses penelitian, peneliti menemui beberapa keterbatasan yang dapat dijadikan acuan atau pertimbangan bagi penelitian di masa mendatang.

Adapun keterbatasan tersebut meliputi :

- 1) Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen yakni Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kualitas Produk yang seharusnya dapat menambahkan variabel lain.
- 2) Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dalam waktu yang terbatas di lokasi utama penelitian, sehingga dapat memengaruhi konteks pengalaman langsung konsumen terhadap produk dan pelayanan.

5.3 Saran

Dari hasil analisis dan pembahasan penelitian ini, dapat diberikan beberapa saran untuk pengembangan penelitian selanjutnya dan obyek penelitian, antara lain :

- 1) Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan memasukkan variabel tambahan yang juga dapat memengaruhi kepuasan konsumen.
- 2) Pengumpulan data di penelitian selanjutnya disarankan untuk dilakukan dalam jangka waktu yang lebih panjang dan merata agar hasil yang diperoleh mencerminkan persepsi konsumen yang lebih bervariasi, tidak hanya terbatas pada momen atau waktu tertentu.
- 3) Dimsum Bolobox perlu mempertahankan sekaligus meningkatkan kualitas pelayanan, menjaga keseimbangan antara kualitas produk dan harga, serta konsisten dalam menghadirkan produk yang sesuai dengan ekspektasi konsumen agar kepuasan dan loyalitas pelanggan tetap terjaga.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, A. R. R., Wadud, M., & DP, M. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor NMAX pada PT Yamaha A. Rivai Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(01), 23–37. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i01.4>
- Aditya Wardana. (2024). *Consumer Behavior in The Digital Era*. (M. Pradana, Ed.) (1st ed.). Purbalingga: EUREKA MEDIA AKSARA.
- Arisandi, D., Shar, A., & Hariyadi, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Faktor Emosional, Biaya Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Belanja Busana Secara Daring. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 10(2), 92–102. <https://doi.org/10.56486/kompleksitas.vol10no2.163>
- Astriyanti, N. L. D., Giantari, I. G. K., Rastini, N. M., & Wardana, I. M. (2023). *Kepuasan Nasabah Pada Lembaga Keuangan Non Bank: Lembaga Perkreditan Desa*. (M. A. Wardana, Ed.) (1st ed.). Badung, Bali.
- Astuti, U., & Gufron, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Dimsum Berkah Magetan). *Jurnal Cita Ekonomika*, 17(1), 133–142. <https://doi.org/10.51125/citaekonomika.v17i1.6844>
- Aulia, W. M., Pradapa, S. Y. F., Rosyid, A. N., & Suwandojo, D. P. E. H. (2023). Creative Fusion: Dim Sum Variation for Vegetarians Using White Tofu with Carrots, Bamboo Sprouts, and Mushroom Substitute. *Journal of Food and Culinary*, 6(1), 33–39. <https://doi.org/10.12928/jfc.v6i1.8358>
- BPS. (2024). *Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman*. (dan P. Direktorat Statistik Keuangan, Teknologi Informasi, Ed.) (1st ed.). Jakarta: Bada Pusat Statistik.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan*. (M. ed. Prof. Dr. Hamzah Upu, Ed.), *Global Research And Consulting (Global-RCI)* (Cetakan 1, Vol. 11). Gowa.
- Dewi, A. Z., Ekonomi, P., & Konsumen, K. (2023). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen umkm sambal bawang cobek bu sri. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Vol.*,

8(2), 1142–1156.

- Dianti, R. C., & Handayani, A. E. (2024). Pengaruh Pressure, Opportunity, Dan Rationalization Terhadap Perilaku Kecurangan Akademik Yang Dilakukan Oleh Mahasiswa Akutansi Pada Perkuliahan Online (Studi Empiris Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Perguruan Tinggi Swasta Kota Surabaya). *Soetomo Accounting Review*, 2(4), 607–619. <https://doi.org/https://doi.org/10.25139/sacr.v2i4.8564>
- Dwi Pratiwi, N., Dimiyati, M., & Supeni, N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Ayam Gepok Pak Giek Jember. *Riemba - Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 272–284. <https://doi.org/10.31967/riemba.v2i1.1056>
- Dzulkifli, M., Widarko, A., & Rachmadi, K. R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 934–942.
- Estamarinda, E., Akila, & Sinarti, T. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hompizz Pizza Palembang. *Jurnal Manajemen Dan Investasi (MANIVESTASI)*, 3(1), 69–82. <https://doi.org/10.31851/jmaninvestasi.v3i1.6407>
- Exreana Karundeng, M., Tamengkel, L. F., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Benteng Resort Batu Putih. *Productivity*, 2(6), 511–517.
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612.
- Fatma, N., Alimuddin, M., Nursaifullah, Hardiyono, & Latiep, I. F. (2023). *Manajemen Pemasaran Era Industri 4.0*. (A. N. A. Ainun & P. Poddala, Eds.) (1st ed.). Makassar, Sulawesi Selatan: PT. Nas Media Indonesia.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. (A. Tejokusumo, Ed.) (Cetakan 10). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hastuti, I. N. D., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Bakso Tukul Arwana Cabang Season City Jakarta Barat. *Ikraith-Ekonomika*, 5(1), 124–133.
- Humairoh, H., Febriani, N., & Annas, M. (2023). Determinasi Minat Beli Ulang Konsumen Pada Aplikasi Tiktok. *Dynamic Management Journal*, 7(1), 71. <https://doi.org/10.31000/dmj.v7i1.7440>
- Ifada, A., Rizqiyanti, D. M., & Yusuf, A. (2024). Pengaruh Customer Experience terhadap Loyalitas Pelanggan Seblak Prasmanan Teh Windy di Karawang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 5(2), 199–210. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v5i2.1812>
- Indartini, M., & Mutmainah. (2024). *Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi dan Regresi Linier Berganda*. (H. Warnaningtyas, Ed.) (Cetakan 1, Vol. 14). Klaten: Lakeisha.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan* (Cetakan 1). Surabaya: UNITOMO PRESS.
- Isnir, Maryamah, Akmal, M., Nurfajri, I., & Sa'diah. (2024). Proceeding 2 nd Medan International Economics and Business THE EFFECT HALAL CERTIFICATION AND PRICE PERCEPTIONS PURCHASING DECISIONS THROUGH Proceeding 2 nd Medan International Economics and Business, 2(1), 652–662.
- Kharisma, D., Simatupang, S., & Hutagalung, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD. Restu Mulia Pandan. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 5(1), 32–42. <https://doi.org/10.47709/jumansi.v5i1.2210>
- Kholid Albar, S.E.I., M. ., & Muhlis S.H.I., M. . (2021). *Monograf Manajemen Retail dan Kewiraniagaan*. (Guepedia, Ed.) (1st ed.). Bogor, Jawa Barat: Guepedia.
- Kogoya, N., Ismail, M., Ambarkahi, R. P. Y., & Wiguna, A. A. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Makan Bakso Kabut Kabupaten Jember. *Jurnal Manajemen Agribisnis Dan Agroindustri*, 1(1), 9–17. <https://doi.org/10.25047/jmaa.v1i1.3>

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles Of Marketing* (15th ed.). Harlow, United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing*. Harlow, United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (14th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4870>
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Depok: Khalifah Mediatama.
- Lestari, J. S., Farida, U., & Chamidah, S. (2020). Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, Dan Lingkungan Kerjaterhadap Prestasi Kerja Guru. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 38–55. <https://doi.org/10.24269/asset.v2i2.2388>
- Ludiansyah, R. A., Mardani, R. M., & Bastomi, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kesadaran Halal Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Murtiasih Frozenfood di Kota Malang. *Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 221–232.
- Malhotra, N. K., Birks, D. F., & Nunan, D. (2020). *Marketing Research: Applied Insight, Sixth Edition. Pearson UK* (Vol. 7).
- Moha, N. A., Mokodompit, W. S., Anu, Z. S., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2023). Analisis Pengaruh Likuiditas Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah Dan Bank Konvensional Periode 2018-2022. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Juli, 9(14), 553–562. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.8180371>
- Nasution, U. B., Yuliasih, M., Judijanto, L., Dhamaryana, S., & Mayang Anggraeni, C. (2024). *BISNIS KULINER: Teori dan Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner*. (Efitra, Ed.) (1st ed.). Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Oliver, R. L. (2010). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Customer*. (M. . Sharpe, Ed.). London & New York: Routledge Taylor & Francis.

- Parasuraman, A., Zeithmal, V., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*.
- Rahmandika, Y. F., Puji, L., & Purwanto, H. (2020). Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOBIS : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1), 65–74.
<https://doi.org/10.36596/ekobis.v8i1.319>
- Reken, F., Junita, A., Hallatu, Y. A., & Rosmita, E. (2024). *Penelitian Kuantitatif, Metode Penelitian Kuantitatif*. (M. . Dr.Marta Widian Sari, S.E, Ed.), *Google Books* (Cetakan 1). Padang: CV. Gita Lentera.
- Riyanto, K., & Satinah. (2023). Pengaruh Penetapan Harga , Kualitas Produk , Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran*, 01(01), 30–37.
<https://doi.org/https://doi.org/10.59422/lmp.v1i01.73>
- Rotua, E., & Surono. (2023). Pengaruh Promosi , Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Traveloka Di Jakarta. *Human Capital Depelovment*, 10(3), 1–19.
- Rufliansah, F. F., & Daryanto Seno, A. H. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Rainbow Creative Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 389–401.
<https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28226>
- Rumpa, S. W., Haeruddin, M. I. W., Hasbiah, S., Tawe, A., & Musa, M. I. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada UMKM Warung Bakso Iwan di Tana Toraja. *Economics and Digital Business*, 4(2), 334–348.
- Salsabillah, A. R., Bahari, H. K., & Mustikasari, F. (2024). Product Quality, Service Quality, Price, and Location Influence Towards Coffee Shop Customer's Satisfaction. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 1408–1423.
- Saraswati, Y. D. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Di Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 9(2), 95.

<https://doi.org/10.54144/jadbis.v9i2.4490>

- Sari, M., Rachman, H., Juli Astuti, N., Win Afgani, M., & Abdullah Siroj, R. (2022). Explanatory Survey dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 10–16. <https://doi.org/https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1953>
- Solihin, D., Oktavianti, F., & Manik, C. D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Lala Studio & Salon Ciseeng Bogor. *Jurnal ARASTIRMA Universitas Pamulang*, 1(4), 68–81. <https://doi.org/https://doi.org/10.70451/cakrawala.v1i3.55>
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd, Ed.) (Edisi Ceta). Bandung.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar* (Empat). Jakarta: Rineka Cipta.
- Tegowati, Martoatmodjo, G. W., Kalbuadi, A., Ismail, K., & Idaya, F. (2024). *Pengembangan Produk*. (M. M. Ash Shaqid Egim, S.E., Ed.) (Cetakan 1). Purbalingga.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. (A. Diana, Ed.) (1st ed.). Yogyakarta: Andi Publisher.
- Tjiptono, F. (2022a). *Manajemen Dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. (A. Diana, Ed.) (1st ed.). Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Tjiptono, F. (2022b). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. (A. Diana, Ed.) (4th ed.). Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Widodo, T., & Setyawan, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Distribusi Terhadap Kepuasan Konsumen Umkm Olahan Singkong Dan Ubi “Yaska 57” Tingkir Salatiga. *Among Makarti*, 16(1), 36–51. <https://doi.org/10.52353/ama.v16i1.409>