

PENGARUH KUALITAS DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PKL DI KANTOR GUBENUR LAMPUNG

Erwin^{1*}, Hepiana Patmarina²

^{1,2}Universitas Bandar Lampung
erwin.21011030@student.ubl.ac.id^{1*}, hepiana@ubl.ac.id²

ABSTRAK

Di daerah sekitar Lapangan Kantor Gubernur, Kota Bandar Lampung, bisnis kuliner UMKM, terutama pedagang kaki lima (PKL), berkembang pesat. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis dampak kualitas dan harga produk mengenai tingkat kepuasan konsumen pedagang kaki lima di area tersebut. Dengan menggunakan rumus Hair dan teknik sampling acak, menilai 134 pelanggan yang pernah membeli produk makanan di tempat tersebut. Metode yang diterapkan adalah Kuantitatif mencakup pengujian validasi, pengujian reliabilitas, pengujian asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, pengujian t, pengujian f, serta pengujian koefisien determinasi. Hasil penelitian faktor kualitas dan harga produk terbukti berpengaruh yang positif terhadap tingkat kepuasan konsumen. Kedua variabel tersebut mempunyai pengaruh sebesar 73% terhadap kepuasan konsumen pada PKL Di kantor Gubernur Lampung.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga Produk, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

In the area around the Governor's Office Field, Bandar Lampung City, the MSME culinary business, especially street vendors, is growing rapidly. The purpose of this study is to analyze the impact of product quality and price on the level of customer satisfaction of street vendors in the area. By using Hair's formula and random sampling techniques, assessing 134 customers who have bought food products at the place. The method applied is Quantitative includes validation testing, reliability testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, t testing, f testing, and coefficient of determination testing. The results of the research on product quality and price factors have proven to have a positive effect on the level of customer satisfaction. The two variables have an influence of 73% on customer satisfaction on street vendors at the Lampung Governor's office.

Keywords: Product Quality, Product Price, Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Saat ini, sektor kuliner merupakan salah satu bisnis yang mengalami pertumbuhan tercepat, khususnya dalam kategori usaha mikro kecil menengah (UMKM). Fenomena ini terlihat dari banyaknya pelaku usaha munculnya berbagai inovasi dalam dunia kuliner produk baru dan strategi kreatif untuk menarik minat konsumen serta mendapatkan penerimaan di pasar. Pada tahun 2023, Provinsi Lampung memiliki total 326.505 unit usaha, sementara di Bandar Lampung tercatat sebanyak 30.940 unit usaha (BPS Prov Lampung, 2024). Pedagang kaki lima (PKL), adalah salah satu bagian dari UMKM, merujuk pada penjual yang beroperasi di lokasi non permanen dan sering kali berada ditempat terbuka umum. Menurut Ambarwati dalam Abram Radiva Suroso & Ardansyah (2024) menyatakan dalam berkembangnya bisnis kuliner, terutama

UMKM dan pedagang kaki lima, yang berdampak langsung pada munculnya pesaing dari jenis usaha kuliner yang sama. Dalam situasi seperti ini, pedagang kaki lima kuliner harus diminta untuk bergerak cepat dan tepat untuk menarik pelanggan. Oleh karena itu, jika mereka ingin menjaga bisnis mereka bertahan, mereka harus memperhatikan kepuasan pelanggan. Ini karena kesediaan pelanggan adalah faktor utama keberlangsungan bisnis, dan kepuasan pelanggan adalah indikatornya.

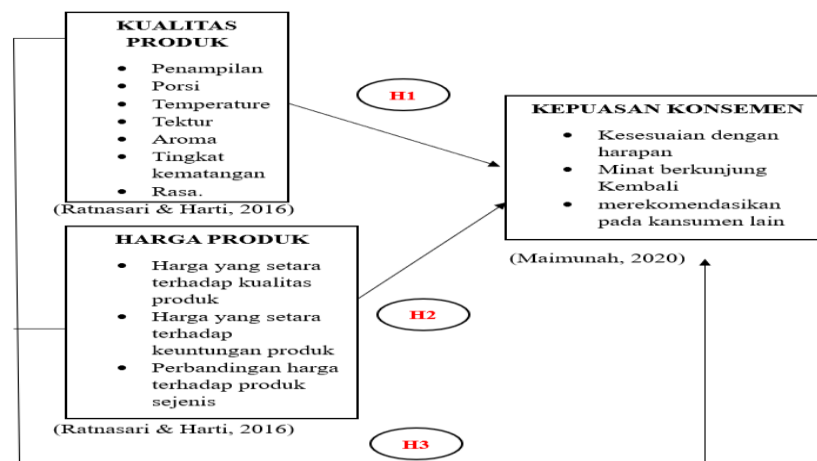
Salah satu elemen yang paling penting dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen adalah faktor harga dan kualitas produk. Upaya untuk mengembangkan produk yang tepat untuk pasar sasaran target terkait erat dengan kualitas produk. Temuan penelitian berpengaruh terhadap kepuasan konsumenn. Gunawan dalam Alfandy et al. (2023) menyatakan bahwa kemampuan produk



untuk memenuhi keinginan konsumen dikenal sebagai kualitas produk. Kriteria konsumen termasuk keawetan, keandalan, dan kemudahan pemakaian. Dalam industri kuliner, sangat penting bagi produk yang disajikan untuk memiliki kualitas yang tinggi dan memenuhi ekspektasi pelanggan. Rasa yang sesuai dengan preferensi konsumen merupakan elemen kunci yang dapat menjaga keberlangsungan bisnis serta meningkatkan daya saing di pasar. Selain itu, aspek harga juga berperan signifikan dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen. Temuan penelitian berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Amstrong (2018:3) dalam (Ayuni & Permatasari, 2022). Harga merujuk pada jumlah uang yang perlu dibayarkan untuk memperoleh layanan atau nilai yang ditukarkan, dengan tujuan memperoleh keuntungan dari kepemilikan atau penggunaan barang atau jasa. Apabila harga produk yang kita tawarkan terlalu tinggi, konsumen cenderung akan menganggap produk tersebut sebagai barang yang mahal.

Oleh karena itu, bisnis usaha kuliner harus mengetahui apa yang mempengaruhi konsumen untuk membeli barang mereka dan membuat konsumen merasa puas, terutama bagi pedagang kaki lima. Di Kota Bandar Lampung sendiri,

tepatnya berada di sekitaran Lapangan Kantor Gubernur terletak di Jalan Wolter Monginsidi, kawasan Teluk Betung Utara, Bandar Lampung. Setiap hari, banyak pedagang kaki lima yang beroperasi di lokasi tersebut. Karena tempatnya yang ramai dikunjungi masyarakat sekita kota untuk bersantai bersama teman, pasangan atau keluarga. Setiap hari, banyak pedagang kaki lima yang beroperasi di lokasi sekitaran Gubernuran. Ada sekitar 20 lebih pedagang kaki lima yang berjualan dilokasi tersebut jenis makanan yang dijual sangat beragam seperti, sate-satean, mie ayam, cilok, bakso, seblak, roti bakar, nasi goreng, telur gulung, siomay dan tekwan. Untuk minuman yang dijual rata-rata minuman dingin kemasan yang dibuat dan ada juga minuman jus buah dan es buah. Melihat para pedagang tersebut, saya merasa tertarik untuk melakukan penelitian terhadap pedagang kaki lima. Dalam studi kasus ini saya akan melakukan penelitian dampak dari kualitas dan harga produk terhadap tingkat kepuasan konsumen di kalangan pedagang kaki lima yang berada di sekitar lapangan kantor gubernur kota Bandar Lampung. Pada penelitian ini fokus penelitiannya ialah dampak kualitas dan harga produk terhadap tingkat kepuasan konsumen pedagang kaki lima disana.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Teoritis

Menurut Kotler (2014) dalam (Putri et al., 2022) Kepuasan konsumen adalah kondisi emosional yang timbul ketika mereka menyadari bahwa produk yang mereka beli memberikan berbagai keuntungan. Adapun indikator kepuasan konsumen menurut (Maimunah, 2020) ialah kesesuaian dengan harapan, minat berkunjung kembali, merekomendasikan pada konsumen lain. Menurut teori ini, kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk

Kualitas produk, dan harga produk.

Kualitas produk menurut (Masnun et al., 2024). Salah satu elemen yang mempengaruhi konsumen dalam membuat keputusan untuk membeli adalah kualitas produk. Perusahaan yang menyediakan produk dengan standar tinggi akan memiliki keunggulan dibandingkan pesaing, karena konsumen cenderung lebih berminat untuk membeli produk tersebut. Setiap konsumen tentu akan mengevaluasi setiap produk makanan yang ingin membelinya dengan mempertimbangkan

kualitasnya. Kualitas produk berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian yang diambil oleh konsumen. Poluan, (2016) dalam (Harwani & Fauziah, 2020). Kualitas produk diartikan sebagai kemampuan suatu produk untuk menciptakan hasil atau performa yang sesuai dengan, atau melampaui, ekspektasi konsumen. Kotler and Keller, (2016: 164) dalam (Liejanto & Pahar, 2021). Adapun indikator kualitas produk menurut (Ratnasari & Harti, 2016) ialah Penampilan, porsi temperature, tekstur, aroma, tingkat kematangan, rasa.

Harga adalah total uang yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk. Tjiptono (2015) dalam (Pebriantika et al., 2022) Satu-satunya komponen dalam bauran pemasaran yang berkontribusi terhadap pendapatan adalah harga, sementara komponen lainnya cenderung menghasilkan biaya atau pengeluaran. Adapun indikator harga menurut (Ratnasari & Harti, 2016) ialah harga yang setara terhadap kualitas produk, harga yang setara terhadap keuntungan produk, dan perbandingan harga terhadap produk sejenis.

METODE PENELITIAN

Studi ini menerapkan pendekatan kuantitatif. Data utama yang dikumpulkan melalui kuesioner, didukung oleh informasi sekunder yang digunakan dalam penelitian ini. Penjual kaki lima yang menjual makanan di sekitar lapangan Gubernur Bandar Lampung memiliki jumlah pengunjung yang tidak dapat dipastikan dalam satu hari. Untuk pengumpulan kuesioner, penggunaan skala Likert dalam penelitian ini mencakup kategori (1) Sangat Setuju, (2) Setuju, (3) Tidak Setuju, dan (4)

Sangat Tidak Setuju. Mengingat ukuran populasi yang tidak diketahui secara pasti, rumus Hair diterapkan sebagai metode penelitian. Disarankan ukuran sampel sebaiknya minimal 5-10 kali lipat dari jumlah elemen indikator. Metode yang digunakan meliputi validitas pengujian, reliabilitas pengujian, pengujian asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, serta pengujian T dan F, dan juga pengujian koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil dari uji validitas

Variabel	Item Pertanyaan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Kualitas Produk	X1.1	0,595	0,144	Valid
	X1.2	0,665	0,144	Valid
	X1.3	0,675	0,144	Valid
	X1.4	0,651	0,144	Valid
	X1.5	0,673	0,144	Valid
	X1.6	0,674	0,144	Valid
	X1.7	0,643	0,144	Valid
	X1.8	0,667	0,144	Valid
	X1.9	0,767	0,144	Valid
	X1.10	0,700	0,144	Valid
Harga Produk	X2.1	0,648	0,144	Valid
	X2.2	0,630	0,144	Valid
	X2.3	0,696	0,144	Valid
	X2.4	0,691	0,144	Valid
	X2.5	0,655	0,144	Valid
	X2.6	0,710	0,144	Valid
	X2.7	0,736	0,144	Valid
	X2.8	0,743	0,144	Valid
	X2.9	0,664	0,144	Valid
	X2.10	0,631	0,144	Valid
Kepuasan Konsumen	Y1.1	0,670	0,144	Valid
	Y1.2	0,804	0,144	Valid
	Y1.3	0,722	0,144	Valid
	Y1.4	0,814	0,144	Valid
	Y1.5	0,841	0,144	Valid
	Y1.6	0,818	0,144	Valid
	Y1.7	0,737	0,144	Valid
	Y1.8	0,732	0,144	Valid
	Y1.9	0,742	0,144	Valid
	Y1.10	0,708	0,144	Valid

Sumber: Olah data IBM SPSS version 26 (2024)

Menyatakan butir semua pertanyaan pada variabel valid karena nilai R_{hitung} berada diatas 0,144 R_{tabel} , sehingga butir pertanyaan tersebut

dapat digunakan dalam mengukur instrument variabel.



Tabel 2. Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Batas Reabilitas	Keterangan
Kualitas Produk	0,864	0,60	Reliabel
Harga Produk	0,870	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,915	0,60	Reliabel

Sumber: Olah data IBM SPSS version 26 (2024)

Menyatakan semua pertanyaan dianggap reliabel/dapat diandalkan, menurut hasil uji yang ditunjukkan pada tabel 2 di atas, jika nilai Alpha Cronbach's di atas nilai rata-rata sig sebesar 0,60.

Tabel 3. Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Produk	134	15.00	40.00	32.2239	4.51004
Harga Produk	134	15.00	40.00	32.2239	4.56143
Kepuasan Konsumen	134	15.00	40.00	32.3806	4.81507
Valid N (listwise)	134				

Sumber: Olah data IBM SPSS version 26 (2024)

Temuan diatas menyatakan bahwa rata-rata konsumen memilih variabel X_1 (32,2239), variabel X_2 (32,2239), dan variabel Y (32,3806). Disimpulkan bahwa rata-rata kepuasan konsumen dikarenakan oleh variabel X_1 dan X_2 .

Tabel 4. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N	134	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.50050852
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.080
	Negative	-.063
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.034 ^c

Sumber: Olah data IBM SPSS version 26 (2024)

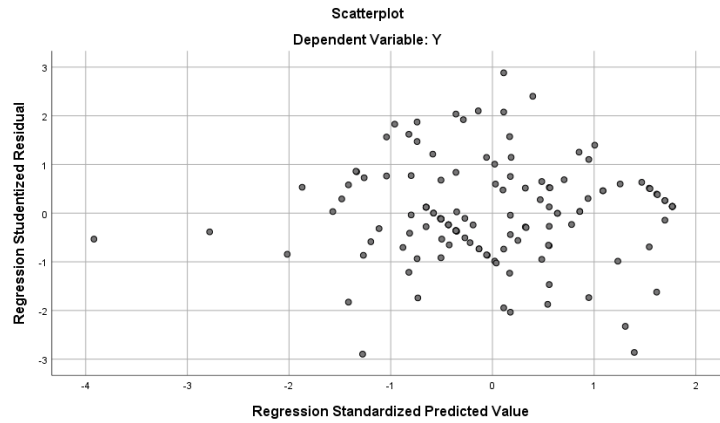
Nilai probabilitaas menunjukkan 0,034, lebih tinggi dari signifikansi (0,05) yang menunjukkan data yang terdistribusi secara normal.

Tabel 5. Uji Multikolinieritas

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
B	Std. Error	Beta						
1	(Constant)	2.216	1.628		1.361	.176		
	Kualitas produk	.302	.092	.283	3.265	.001	.275	3.641
	Harga produk	.634	.091	.601	6.940	.000	.275	3.641

Sumber: Olah data IBM SPSS version 26 (2024)

Tidak ada indikasi terjadinya multikolinieritas, karena seluruh nilai VIF <10 dan nilai toleransi kurang dari 0,1.



Gambar 6. Uji Heteroskedastisitas
 Sumber: Olah data IBM SPSS version 26 (2024)

Gambar di atas menunjukkan pola yang tidak di atas dan di bawah angka nol, yang menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas

Tabel 7. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.216	1.628		1.361	.176
	Kualitas produk	.302	.092	.283	3.265	.001
	Harga Produk	.634	.091	.601	6.940	.000

Sumber: Olah data IBM SPSS version 26 (2024)

Berdasarkan tabel tersebut. Di sini, persamaan model regresi linier berganda dan hasilnya ditemukan:

$$Y = 2,216 + 0,302X_1 + 0,634X_2$$

1. Nilai konstanta (a) sebesar 2,216 menunjukkan arah positif, yang menunjukkan makna jika kualitas dan harga produk bernilai nol, maka kepuasan konsumen akan mencapai 2,216 satuan.
2. Hasil dari uji variabel X1 (Kualitas Produk) menunjukkan nilai 0,302 yang berarti kepuasan
4. .

3. Hasil pengujian variabel X2 (Harga Produk) menunjukkan nilai 0,634 yang berarti kepuasan konsumen meningkat di nilai sebesar 0,634 yang menyatakan variabel bebas bernilai konsisten menunjukkan adanya pengaruh positif. Hal ini berarti bahwa kepuasan konsumen

Tabel 8. Uji T (Uji Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.216	1.628		1.361	.176
	Kualitas produk	.302	.092	.283	3.265	.001
	Harga Produk	.634	.091	.601	6.940	.000

Sumber: Olah data IBM SPSS version 26 (2024)

Hasil Interpretasi uji t

$$T_{tabel} = t(\alpha/2 ; n-k-1)$$

$$= t(0,1 ; 134 - 2 - 1)$$

$$= t(0,1 ; 131)$$

$$= 1,656$$

1. Pengaruh X₁ terhadap Y
 Berdasarkan nilai signifikansi 0,001 (<0,10) dan nilai T_{hitung} sebesar 3,265 yang melebihi 1,656. Kesimpulannya, bahwa hipotesis H1



diterima, yang mengindikasikan bahwa variabel X_1 memiliki dampak terhadap variabel Y.
 2. Pengaruh X_2 terhadap Y
 Hasil analisis menunjukkan bahwa H_2 diterima, mengingat nilai p sebesar 0,000 (<

0,10) dan nilai T_{hitung} sebesar 6,940 yang melebihi 1,656. Hal ini mengindikasikan memiliki pengaruh signifikan dari variabel X_2 terhadap variabel Y.

Tabel 9. Uji F (Uji Simultan)

		ANOVA ^a				
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2252.001	2	1126.001	177.379	.000 ^b
	Residual	831.588	131	6.348		
	Total	3083.590	133			

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

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

Sumber: Olah data IBM SPSS version 26 (2024)

$$\begin{aligned}
 F_{tabel} &= f(k; n-k) \\
 &= f(2; 134-2) \\
 &= f(2; 132) \\
 &= 3,06
 \end{aligned}$$

Pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y

Nilai tanda 0,000 kurang dari 0,10, dan nilai F_{hitung} 177,379 lebih besar dari F_{tabel} 3,06. Jadi, H_3 diterima menunjukkan dampak elemen X_1 dan X_2 terhadap Y.

Tabel 10. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.855 ^a	.730	.726	2.51952

a. Predictors: (Constant), Harga produk, Kualitas produk

b. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber: Olah data IBM SPSS version 26 (2024)

Koefisien determinasi yang diperoleh adalah 0,730. Berdasarkan nilai ini, elemen kualitas dan harga produk berkontribusi terhadap kepuasan konsumen sebesar 73,0 persen. Sementara itu, variabel lain di luar kualitas dan harga produk memberikan pengaruh terhadap sisa 27,0 persen
Kualitas Produk Pada Kepuasan Konsumen

Hasil temuan ini mengindikasikan hubungan yang menguntungkan di antara elemen kualitas produk (X_1) dengan elemen kepuasan konsumen (Y) pada pedagang kaki lima di Kantor Gubernur Lampung. Hasil ini berdampak sama seperti penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa. (Patmarina & Hentoto, 2016), (Hadi et al., 2024), (Imron, 2019) bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi kualitas produk memberikan dampak yang positif dan signifikan.

Harga Produk Pada Kepuasan Konsumen

Temuan ini memberikan implikasi bahwa variabel harga (X_2) dan kepuasan konsumen (Y) memiliki dampak positif memiliki pada pedagang kaki lima di Kantor Gubernur Lampung. Temuan ini juga konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan hal serupa dengan

(Rahayu, 2020), (Wijaya et al., 2023), (Rahmawati, 2022), dan penelitian lainnya dengan konteks yang sama menyatakan bahwa kepuasan konsumen berdampak pada Harga produk yang positif dan signifikan
Kualitas Produk, Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.

Dari penelitian ini, ditemukan bahwa Kualitas Produk (X_1) dan Harga Produk (X_2) mempengaruhi positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di kalangan konsumen pedagang kaki lima di Kantor Gubernur Lampung dalam konteks pembelian makanan. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas produk berkontribusi pada citra dan reputasi yang baik di pandangan konsumen. Di samping itu, harga produk juga merupakan faktor penting yang harus diperhatikan, di mana harga yang terjangkau dapat mendorong konsumen dalam melakukan transaksi pembelian dan meningkatkan kepuasan mereka.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan wawasan mengenai faktor-faktor dan variabel yang memengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli produk makanan dari pedagang kaki lima



di Kantor Gubernur Lampung. Para pedagang kaki lima disarankan untuk memusatkan perhatian pada perbaikan mutu produk dan menentukan harga yang bersaing agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen dalam transaksi pembelian makanan.

KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini ialah Kualitas produk mempunyai dampak positif dan signifikan mengenai tingkat kepuasan konsumen. Ini menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan oleh pedagang kaki lima di Kantor Gubernur Lampung memiliki standar kualitas yang tinggi, yang berujung terhadap kepuasan konsumen. Harga produk pedagang kaki lima di Kantor Gubernur Lampung kompetitif, sehingga konsumen puas. Kualitas produk dan harganya memengaruhi kepuasan konsumen pedagang kaki lima di Kantor Gubernur Lampung.

Saran penelitian ini ialah Pedagang kaki lima di Kantor Gubernur Lampung perlu menjaga dan meningkatkan mutu produk mereka, termasuk penggunaan bahan baku yang segar dan berkualitas, serta menjaga kebersihan dalam proses penyajian. Selain itu, mereka juga harus memiliki ciri khas yang membedakan, agar Konsumen mengalami kepuasan terhadap produk yang telah mereka beli. Meningkatkan kreatifitas dan inovasi pada produk agar dapat menarik perhatian konsumen. Mempertahankan harga yang kompetitif agar konsumen puas dan ingin membeli Kembali ditempat tersebut. Dan untuk peneliti selanjutnya, sebaiknya menambahkan variabel tambahan seperti kualitas pelayanan agar penelitian lanjutan dapat lebih sempurna.

DAFTAR PUSTAKA

- Abram Radiva Suroso, & Ardansyah. (2024). the Role of Good Financial Records on the Progress of Bandar Lampung Street Vendor Business. *International Journal of Accounting, Management, Economics and Social Sciences (IJAMESC)*, 2(4), 1286–1297. <https://doi.org/10.61990/ijamesc.v2i4.310>
- Alfandy, R., Kristina, H. J., & Doaly, C. O. (2023). Menggunakan Metode Six Sigma. *Jurnal Mitra Teknik Industri*, 2(1), 14–25.
- Ayuni, R., & Permatasari, S. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Donkent Cafe Bengkulu. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 1(4), 495–498. <https://doi.org/10.37676/mude.v1i4.2519>
- BPS Prov Lampung. (2024). JUMLAH USAHA UMKM DI LAMPUNG DAN BANDAR LAMPUNG. Bps Prov Lampung. <https://images.app.goo.gl/speF6YM4iVwtNQWA8>
- Hadi, R. K., Sulaeman, A., & Komarudin, K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Airmas Perkasa. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 7(2), 545–553. <https://doi.org/10.37481/sjr.v7i2.849>
- Harwani, Y., & Fauziyah, F. (2020). Keputusan Pembelian Konsumen Gerai Makanan Cepat Saji Ditinjau dari Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Iklan. *Business Economic, Communication, and Social Sciences (BECOSS) Journal*, 2(3), 285–291. <https://doi.org/10.21512/becossjournal.v2i3.6659>
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Lieyanto, D. M., & Pahar, B. H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan. *BIP's JURNAL BISNIS PERSPEKTIF*, 13(2), 88–101. <https://doi.org/10.37477/bip.v13i2.216>
- Maimunah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2), 57–68. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.542>
- Masnun, S., Makhdalena, M., & Syabus, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(4), 3736–3740. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i4.4280>
- Patmarina, H., & Hentoto, H. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Nathani Indonesia Di Bandar Lampung. *Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 45–65.



-
- <http://jurnal.ubl.ac.id/index.php/jmb/article/view/842>
- Pebriantika, D. T., Pitriyani, U., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh Harga Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan di Karawang. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 255–262. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i3.4589>
- Putri, T. L., Negara, W., & Widjaya, D. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Selama Pandemi Covid-19 Pada Kamsia Boba Teluk Betung. *Jurnal Widya*, 3(2), 193–198. <https://jurnal.amikwidyaloka.ac.id/index.php/awl>
- Rahayu, E. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen T-Mart Express Indonesia. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v3i1.114>
- Rahmawati, Y. (2022). Pengaruh Cita Rasa, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Resto Street Sushi Cabang Meruya Jakarta Barat). *Jurnal Humaniora, Ekonomi Syariah Dan Muamalah*, 1(3), 117–127.
- Ratnasari, A. D., & Harti. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian di Djawi Lanbistro Coffee and Resto Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 4, 1–11. <http://repository.upy.ac.id/id/eprint/238>
- Wijaya, W. R., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 1(3), 82–91.