

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PT. MULIA GRAND MANUFACTURE – GRESIK**

Auva Anvik Aulia¹⁾, Iis Fadillah²⁾
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT

Correspondence		
Email: auvastreet@gmail.com	No. Telp:	
Submitted: 13 August 2024	Accepted: 22 August 2024	Published: 23 August 2024

ABSTRACT

Semakin meningkatnya industri manufaktur mengakibatkan adanya persaingan antar perusahaan yang semakin tinggi, dan perusahaan saling berpacu untuk memperluas pasar, perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang packaging pun ikut merasakannya, dengan perkembangan teknologi hasil packaging menjadi semakin rapih. Salah satu perusahaan yang harus mengikuti perkembangan teknologi yaitu PT. Mulia Grand Manufacture yang sudah beroperasi selama 19 tahun, agar tidak kalah bersaing dengan perusahaan pesaing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan yang diberikan mempengaruhi kepuasan pelanggan PT. Mulia Grand Manufacture Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Dengan populasi pelanggan PT. Mulia Grand Manufacture dan pengambilan sampel dengan teknik non probability sampling yaitu sampel jenuh dengan jumlah sampel 50 responden. Untuk pengumpulan data meliputi observasi dan penyebaran kuesioner. Metode analisis yang digunakan yaitu uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesa. Dari hasil penelitian persamaan regresi linear berganda yaitu $Y = 2,916 + 0,041 X_1 + 0,417 X_2 + 0,480 X_3$. Dari analisis koefisien determinasi dapat dijelaskan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan sebesar 65,4%, sedangkan sisanya 34,6 % dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas produk; harga; kualitas pelayanan; kepuasan pelanggan

Pendahuluan

Industri manufaktur merupakan industri terbesar dengan jumlah perusahaan terbanyak di Indonesia. Indonesia sudah menjadi basis industri manufaktur terbesar se-ASEAN. Perusahaan manufaktur merupakan penopang utama perkembangan industri di sebuah negara. Perkembangan industri di sebuah negara juga dapat digunakan untuk melihat perkembangan industri secara nasional di negara tersebut. Perkembangan ini dapat dilihat baik dari aspek kualitas produk yang dihasilkan maupun kinerja industri secara keseluruhan.

Semakin meningkatnya industri manufaktur mengakibatkan adanya persaingan antar perusahaan yang semakin tinggi, setiap perusahaan saling berpacu untuk memperluas pasar. Harapan dari adanya perluasan pasar secara langsung adalah meningkatkan penjualan, sehingga perusahaan akan memiliki banyak konsumen. Salah satunya adalah perusahaan industri manufaktur yang bergerak dalam bidang packaging, dengan seiring perkembangan teknologi sekarang persaingan bisnis pada perusahaan packaging semakin ketat dengan adanya penggunaan mesin dan teknologi yang berkembang.

PT. Mulia Grand Manufacture merupakan perusahaan yang bergerak di bidang packaging carton dan berlokasi di jl. Boboh – Menganti Gresik. Dalam hal ini perusahaan harus memiliki strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan bisnis pada saat ini. Hal tersebut menuntut manajemen perusahaan harus berfikir bagaimana caranya agar tetap bisa eksis di bisnis manufaktur terutama di bidang packaging untuk dapat terus memuaskan pelanggan dan juga menjaga pelanggan agar tidak pindah ke kompetitor lain, baik dalam upaya melakukan peningkatan kualitas produk yang dihasilkan dan penetapan harga.

Tabel di bawah ini merupakan total quantity produk yang dihasilkan oleh PT. Mulia Grand Manufacture dalam kurun waktu 5 (lima) tahun terakhir, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Kebutuhan Customer Tahunan PT. Mulia Grand Manufacture
Periode 2014-2018

No	Produk	Harga (Rp)	2014	2015	2016	2017	2018
1	Partisi	1.500 – 2.900	227.000	227.000	531.000	284.000	306.000
2	Carton Box	4.000 – 5.000	111.000	166.000	266.000	445.000	150.000
3	Layer	2.000 – 2.500	222.000	333.000	333.000	277.000	550.000
4	Duplex	1.500	333.000	333.000	300.000	210.000	300.000
Total			893.000	1.059.000	1.430.000	1.216.000	1.306.000

Sumber : PT. Mulia Grand Manufacture (Data Telah Diolah).

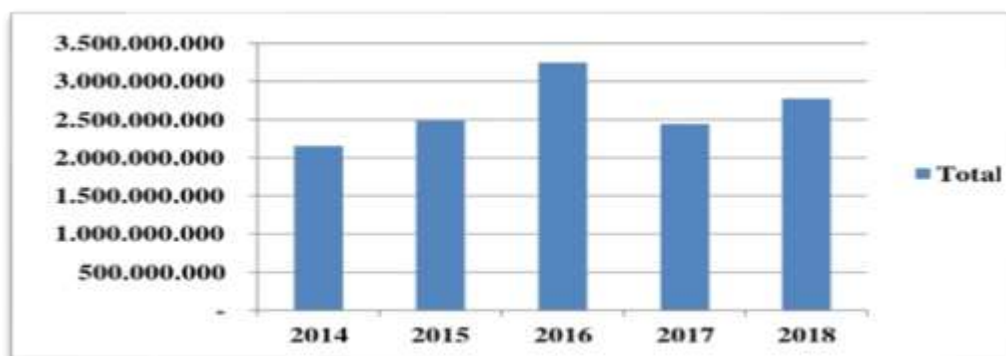
Kualitas produk tentunya menjadi salah satu faktor yang sangat diperhatikan oleh pelanggan karena memiliki fungsi yang penting dalam melindungi suatu barang di dalamnya agar tidak terjadi kerusakan ataupun hal lainnya. Perusahaan pun sangat memperhatikan hal tersebut, dengan memberikan kualitas yang sesuai dengan keinginan pelanggan dan Kemampuan produk tersebut dalam memperagakan fungsinya, hal tersebut termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya, Kotler dan Amstrong (2012) dalam Freekley Steyfli Maramis, et al (2018). Semakin tinggi tingkat kualitas produk yang diberikan perusahaan kepada pelanggan, maka akan menyebabkan kepuasan pelanggan yang tinggi pula yang dirasakan oleh pelanggan.

Pelayanan merupakan setiap tindakan maupun kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, Kotler (2002) dalam Shary Shartykarini, et al (2016). Pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan akan menimbulkan suatu kepuasan, namun sebaliknya jika pelayanan yang diberikan tidak sesuai yang diharapkan akan membuat pelanggan berfikir dua kali untuk Kembali memesan ataupun membeli produk di perusahaan tersebut dan mungkin saja akan beralih ke kompetitor lain. Pelayanan yang terbaik akan memberikan rasa yang nyaman kepada pelanggan dan juga memberikan kesan yang positif sehingga menciptakan pembelian yang berulang dalam hal kepuasan pelanggan, sehingga dapat meningkatkan penjualan perusahaan.

Oleh karena itu perusahaan harus berhati-hati dalam memberikan pelayanan agar sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh pelanggan agar terciptanya kepuasan pelanggan. Terciptanya kepuasan pelanggan memang tidak mudah, namun jika pelanggan sudah puas terhadap ketiga faktor tersebut, yaitu kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan maka akan menimbulkan dampak yang positif terhadap penjualan maupun nama perusahaan. Sesuai dengan yang dikatakan oleh Kotler (2009:138) dalam Inka Janita Sembiring, et al (2014) Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara harapan terhadap kenyataan yang diperoleh. Karena pelanggan yang puas atau senang akan membeli secara berulang-ulang terhadap produk yang ada di perusahaan tersebut, sehingga meningkatkan omset penjualan perusahaan dan juga pelanggan akan merekomendasikan perusahaan tersebut kepada saudara maupun rekan-rekannya supaya membeli produk di perusahaan tersebut, yang tentunya membuat nama perusahaan menjadi semakin terkenal di bidangnya.

Kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan merupakan ketiga faktor yang menjadi bahan evaluasi saat ini oleh PT. Mulia Grand Manufacture, karena ketiga faktor tersebut menjadi penentu perusahaan dalam mempertahankan pelanggan. Manajemen perusahaan menyadari beberapa pelanggan yang perlahan mulai mencari atau beralih ke kompetitor dikarenakan kurang puasnya pelanggan terhadap ketiga faktor tersebut.

Gambar 1.1
Data Penjualan Tahunan PT. Mulia Grand Manufacture
Periode 2014-2018 (Laba Kotor)



Sumber : PT. Mulia Grand Manufacture (Data Telah Diolah).

Dari data tersebut dapat dilihat dalam lima tahun terakhir penjualan PT. Mulia Grand Manufacture, dari tahun 2014–2016 mengalami kenaikan omset yang signifikan, namun di tahun 2017 mengalami penurunan omset dan di tahun 2018 kembali mengalami kenaikan omset namun tidak setinggi penjualan di tahun 2016. Dari data penjualan tersebut dapat dilihat perusahaan mengalami penurunan yang lumayan drastis di tahun 2017, setelah mengalami kenaikan penjualan di tahun sebelumnya yaitu tahun 2016 dan bisa dikatakan penjualan tertinggi PT. Mulia Grand Manufacture. Kemungkinan adanya penjualan yang mengalami penurunan dikarenakan kurang puasnya pelanggan terhadap ketiga faktor yang telah dijelaskan sebelumnya oleh peneliti.

Berdasarkan data dan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan” (Studi Pada Corrugated Carton Box PT. Mulia Grand Manufacture).

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Surya Bintarti (2015:4) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang digunakan untuk menjawab permasalahan melalui teknik pengukuran yang cermat terhadap variabel-variabel tertentu, sehingga menghasilkan simpulan yang dapat digeneralisasikan, lepas dari konteks waktu dan situasi serta jenis data yang dikumpulkan terutama data kuantitatif.

Lokasi Penelitian

Tempat dilakukannya penelitian adalah di PT. Mulia Grand Manufacture beralamat di Jl. Raya Boboh No. 89, hendrosalam, hendrosari, kec Menganti, kabupaten Gresik, Jawa timur 61174.

Desain Penelitian

Berdasarkan penjabaran landasan maka dapat disusun model penelitian terhadap pengaruh Kualitas Produk (X1), Harga (X2), kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan Pelanggan (Y).

Populasi dan Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT. Mulia Grand Manufacture yang berjumlah 50 pelanggan. Sehingga pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode Nonprobability Sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Surya Bintarti (2015:102). Metode Nonprobability sampling yang digunakan adalah teknik sampling jenuh, yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel, Surya Bintarti (2015:103).

Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Mengobservasi / pengamatan yang dilakukan secara langsung di PT. Mulia Grand Manufacture sebagai objek penelitian mengenai kepuasan pelanggan.

2. Data Kuesioner

Pengumpulan data dengan cara menyebarkan angket kuesioner yang berisi tentang pernyataan mengenai kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang diberikan kepada 50 pelanggan PT. Mulia Grand Manufacture dengan menggunakan skala likert dengan penilaian responden 1-5, dimana skala 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan skala 5 (sangat setuju).

Hasil dan Pembahasan

Untuk memperoleh informasi tentang responden, dibawah ini akan disajikan mengenai responden yang menjadi sampel. Adapun gambaran umum responden menurut jenis pekerjaan, jenis kelamin, dan usia dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.2
Jumlah Responden Menurut Jenis Pekerjaan Responden

No	Jenis pekerjaan	Frekuensi	Presentase
1.	Karyawan	39	78%
2.	Wiraswasta	11	22%
Total		50	100%

Sumber : Data penelitian yang di olah 2024.

Uji Validitas

Uji validitas mengukur sejauh mana suatu alat pengukur alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, sugiyono (2012:168). Hasil validitas ditunjukkan dengan membandingkan antara r hitung dengan r tabel, apabila r hitung lebih besar daripada r tabel maka dapat dikatakan variabel yang diteliti telah valid, dengan signifikansi sebesar 0,05.

Tabel 1.3
Uji Validitas Instrumen Penelitian Kualitas Produk (X1)

Item Pernyataan	Scale Mean If Item Deleted	Scale Variance If Item Deleted	Correted Item-total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
X1. 1	80,68	52,712	,688	,733	Valid
X2. 2	80,70	52,990	,578	,736	Valid
X3. 3	80,66	50,760	,784	,721	Valid
X4. 4	80,78	54,542	,538	,744	Valid
X5. 5	80,64	54,643	,471	,746	Valid
X6. 6	81,00	53,714	,458	,743	Valid
X7. 7	80,98	51,693	,630	,729	Valid
X8. 8	80,84	53,321	,646	,736	Valid
X9. 9	80,88	52,598	,633	,733	Valid
X10. 10	80,72	54,491	,474	,745	Valid

Sumber : Data penelitian yang telah diolah, 2024.

Uji validitas variabel kualitas produk dilakukan terhadap 10 item pernyataan, karena hasil uji mendapatkan nilai r hitung $>$ r tabel (Corected item total Corelation $>$ 0,05) maka seluruh item dinyatakan valid.

Tabel 1.4
Uji Validitas Instrumen Penelitian Harga (X2)

Item Pernyataan	Scale Mean if Item Deleted	Scale variance if Item Deleted	Correted Item – Total Correlati on	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
X2. 1	79,70	55,357	,571	,737	Valid
X2.2	79,76	54,758	,538	,735	Valid
X2.3	79,74	55,992	,515	,741	Valid
X2.4	79,82	54,028	,612	,730	Valid
X2.5	79,74	56,604	,477	,744	Valid
X2.6	79,70	55,847	,595	,738	Valid
X2.7	79,78	53,767	,649	,728	Valid
X2.8	79,88	54,638	,655	,732	Valid
X2.9	79,88	54,312	,694	,730	Valid

X2.10	79,62	55,832	,523	,740	Valid
-------	-------	--------	------	------	-------

Sumber : Data penelitian yang telah diolah, 2024

Uji validitas variabel harga dilakukan terhadap 10 item pernyataan, karena hasil uji mendapatkan nilai r hitung $>$ r tabel (Corrected item-total correlation $>$ 0,05) maka seluruh item dinyatakan valid.

Tabel 1.5
Uji Validitas Instrumen Penelitian Kualitas Pelayanan (X3)

Item Pernyataan	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-total Correlati on	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
X3.1	80,46	65,682	,487	,751	Valid
X3.2	80,48	66,785	,436	,756	Valid
X3.3	80,54	62,947	,764	,736	Valid
X3.4	80,58	62,616	,675	,736	Valid
X3.5	80,58	65,636	,575	,750	Valid
X3.6	80,70	62,990	,704	,737	Valid
X3.7	80,58	63,106	,770	,736	Valid
X3.8	80,56	62,904	,641	,738	Valid
X3.9	80,58	65,065	,643	,746	Valid
X3.10	80,54	65,356	,632	,748	Valid

Sumber : Data penelitian yang telah diolah 2024.

Uji validitas variabel kualitas pelayanan dilakukan terhadap 10 item pernyataan, karena hasil uji mendapatkan nilai r hitung $>$ r tabel (Corrected item-total Correlation $>$ 0,05) maka seluruh item dinyatakan valid.

Tabel 1.6
Uji Validitas Instrumen Penelitian Kepuasan Pelanggan (Y)

Item Pernyataan	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	keterangan
Y.1	80,66	63,453	,705	,746	Valid
Y.2	80,56	64,823	,607	,753	Valid
Y.3	80,80	64,653	,656	,751	Valid
Y.4	80,66	66,147	,485	,759	Valid
Y.5	80,72	65,063	,598	,754	Valid
Y.6	80,66	63,902	,700	,748	Valid
Y.7	80,76	62,553	,769	,741	Valid
Y.8	80,82	63,293	,655	,746	Valid
Y.9	80,74	62,319	,742	,741	Valid
Y.10	80,74	63,951	,743	,747	Valid

Sumber : Data penelitian yang telah diolah 2024.

Uji validitas variabel kepuasan pelanggan dilakukan terhadap 10 item pernyataan, karena hasil uji mendapatkan nilai r hitung $>$ r tabel (Corrected item-total Correlation $>$ 0,05) maka seluruh item dinyatakan valid.

Tabel 1.7
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.855	10

Tabel 1.8
Hasil Uji Reliabilitas Harga
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.833	10

Tabel 1.9
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.867	10

Tabel 1.10
Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.887	10

Tabel 1.11
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.94430023
Most Extreme Differences	Absolute	.126
	Positive	.087
	Negative	-.126
Test Statistic		.126
Asymp. Sig. (2-tailed)		.157 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.



Tabel 1.12
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-4.070	3.891		-1.046	.303		
	KualitasProduk	.186	.152	.161	1.223	.230	.311	3.219
	Harga	.205	.131	.186	1.569	.127	.381	2.627
	KualitasPelayanan	.697	.112	.650	6.212	.000	.491	2.036

a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

Tabel 1.13
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.070	3.891		-1.046	.303
	KualitasProduk	.186	.152	.161	1.223	.230
	Harga	.205	.131	.186	1.569	.127
	KualitasPelayanan	.697	.112	.650	6.212	.000

a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

Tabel 1.14
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.910 ^a	.828	.812	2.03340

a. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan, Harga, KualitasProduk

Tabel 1.15
Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.070	3.891		-1.046	.303
	KualitasProduk	.186	.152	.161	1.223	.230
	Harga	.205	.131	.186	1.569	.127
	KualitasPelayanan	.697	.112	.650	6.212	.000

a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis pertama bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan dibuktikan dengan hasil dari pengolahan data SPSS 22 yang menyatakan variabel X1 Kualitas produk di peroleh t hitung sebesar 0,247 dan t tabel sebesar 1,678 dengan tingkat signifikansi 0,806 dengan batas signifikansi 0,05 yang berarti lebih besar dari 0,05 sehingga HO diterima dan H1 ditolak, dengan demikian hipotesis pertama dapat diterima, artinya tidak ada pengaruh.



Berdasarkan dari hasil penelitian yang dipaparkan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Mulia Grand Manufacture. Hasil pengujian hipotesis kedua bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan dibuktikan dengan hasil dari pengolahan data SPSS 22 yang menyatakan variabel X2 harga diperoleh t hitung sebesar 2,996 dan t tabel sebesar 1,678 dengan tingkat signifikansi 0,004 dengan batas signifikansi 0,05 yang berarti lebih kecil dari 0,05 sehingga HO ditolak dan H1 diterima, dengan demikian hipotesis pertama dapat diterima. Berdasarkan dari hasil penelitian yang dipaparkan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Mulia Grand Manufacture. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil pengujian hipotesis ketiga bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan dibuktikan dengan hasil dari pengolahan data SPSS 22 yang menyatakan variabel X3 kualitas pelayanan diperoleh t hitung sebesar 3,754 dan t tabel sebesar 1,678 dengan tingkat signifikansi 0,000 dengan batas signifikansi 0,05 yang berarti lebih kecil dari 0,05 sehingga HO ditolak H1 diterima, dengan demikian hipotesis pertama dapat 68 diterima. Berdasarkan dari hasil penelitian yang dipaparkan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Mulia Grand Manufacture.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap seluruh data yang diperoleh, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel yaitu $0,247 < 1,678$ dan tingkat signifikansi $0,806 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan PT. Mulia Grand Manufacture.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu $2,996 > 1,678$ dan tingkat signifikansi $0,004 < 0,005$. Maka dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan PT. Mulia Grand Manufacture.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu $3,754 > 1,678$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,005$. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan PT. Mulia Grand Manufacture.

Referensi

- Abubakar, Rusyidi, Dr.SE.,M.Si. 2017. Manajemen Pemasaran. Bandung : Alfabeta.
- Bintarti, Surya.,Hj.S.E.,M.M. 2015 Metodologi Penelitian Ekonomi Manajemen. Jakarta : Mitra Wacana Media
- Kotler, P.; Keller, L.K. 2010. Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga Belas Jilid Satu. Jakarta : Erlangga.

- Avianty, V., & Waloejo, H. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Stove Syndicate Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(1), 67-72.
- Bahar, A., & Sjahrudin, H. (2017, November 25). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/TC2FE>
- Bilgies, A. F. (2016). Peran kualitas produk, harga dan kualitas layanan terhadap Kepuasan Pelanggan billagio skincare clinic Sidoarjo. *Ekonika: Jurnal ekonomi universitas kadiri*, 1(1).
- Dewi, N. N., & Wibowo, R. (2019). Analisa Pengaruh Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Juson Home Furniture di Kabupaten Sidoarjo). *Management & Accounting Research Journal*, 3(1).
- Ekasari, R., Agustya, D., Yucha, N., Arif, D., Retnowati, D., Mandasari, A. A., ... & Lestari, L. P. (2019, March). Effect of Price, Product Quality, and Service Quality on Customer Satisfaction on Online Product Purchases. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1175, No. 1, p. 012287). IOP Publishing.
- Hendrianto, H., Natalisa, D., & Eka, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mobile Broadband Di Kota Palembang. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 16(1), 43-63.
- Husni Muharram Ritonga, B. A. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Sidempuan Medan Dewi Nurmasari Pane, SE., MM. Miftah El Fikri, SE, M. SI. *Jurnal Manajemen*, 9(1).
- Imansyah, I., & Irawan, H. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Karaoke Inul Vizta Tanjung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 4(3).
- Manus, F. W., & Lumanauw, B. (2015). Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan, Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri di Kelurahan Wawalintouan Tondano Barat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(2).
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(3).
- Nugroho, D. M. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk layanan Dan harga produk layanan terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan prabayar telkomsel. *Operations Excellence*, 7(2).
- Purba, R. S., & Hidayat, R. (2016). Pengaruh Viral Marketing Melalui Aplikasi Line Terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus mahasiswa Telkom University pada tahun 2016). *eProceedings of Applied Science*.

Razak, I., Nirwanto, N., & Triatmanto, B. (2016). The impact of product quality and price on customer satisfaction with the mediator of customer value. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 30(1), 59-68.

Sembiring, I.J. (2014). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan (Studi pada pelanggan McDonald's MT. Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(1).