

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TUWA KAWA COFFEE & ROASTRY, KOTA MATARAM.

Oleh

Ezliana¹ & Primus Gadu²

^{1,2}Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram

E-mail: [1ezllyna@gmail.com](mailto:ezllyna@gmail.com) & [2primusgaduh@gmail.com](mailto:primusgaduh@gmail.com)

Article History:

Received: 03-09-2025

Revised: 04-10-2025

Accepted: 06-10-2025

Keywords:

Kualitas Produk,
Kualitas Pelayanan,
Harga, Kepuasan
Konsumen

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen di Tuwa Kawa Coffee & Roastery, Kota Mataram. Metode yang digunakan ialah penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Sampel terdiri dari 50 responden yang pernah berkunjung dan membeli produk di Tuwa Kawa Coffee & Roastery, diambil dengan metode non-probability sampling. Analisis data dilakukan dengan metode regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan.

PENDAHULUAN

Bisnis yang sedang berkembang pesat salah satunya adalah bisnis dalam bidang café, banyaknya pembisnis dalam bidang ini bisa di katakana persaingan bisnis juga semakin ketat. pelaku bisnis juga di tuntut untuk menjadi kreatif (be creative) dalam setiap aspeknya agar siap menghadapi persaingan industry kreatif yang semakin meningkat. Dalam kondisi persaingan yang semakin tinggi, perkembangan industry F&B di wilayah Nusa Tenggara Barat Khususnya di Lombok semakin meningkat. Peran kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga sangat berpengaruh terhadap kemajuan suatu usaha.

Berbicara mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga, terdapat pada sebuah café di daerah Kota Mataram yang menarik untuk dibahas, yakni Tuwa Kawa Coffee & Roastery. Café ini menarik untuk dibahas karena jumlah pelanggan yang datang cukup besar. Selain itu, cafe ini berada pada tempat yang terbilang tidak strategis di mana letaknya bukan di pinggir jalan utama kota, tetapi berada di Jalan Gunung Kerinci Nomor 1, Kelurahan Dasan Agung Baru, Kecamatan Selaparang, Kota Mataram. kafe ini berada diantara kantor pemerintah, tepatnya samping kantor satker pelaksana jalan nasional atau belakang kantor inspektorat NTB. Dahulu, Rumah tua tempat kafe ini berdiri dipakai menjadi kantor bawaslu kota mataram meski berada di Kawasan perkantoran dan rumah warga, suasana di Tuwa Kawa Coffee & roastery cukup nyaman dan asik. bangunan rumah tua yang menjadi lokasi kafe ini di tata ulang namun tidak menghilangkan kesan klasiknya. Pengunjung bisa nongkrong di ruang terbuka, halaman rumah tua sembari menyeruput kopi. Suasannya cukup sejuk karena desain kafe menonjolkan konsep alam dengan batuan alam dan tanaman hijau di sekelilingnya.

Salah satu penentu faktor keberhasilan pelaku bisnis café adalah melihat pada kualitas produknya. Kualitas produk ini melihat dari persepsi setiap konsumen mengenai pembelian pada produk, khususnya para penikmat kopi. Menurut Kotler & amstrong (2009) dalam putri (2018). Menyatakan bahwa kualitas produk adalah karakteristik produk yang bergantung pada

kemampuanya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang di nyatakan atau memperoleh informasi bahwa produk dari café ini pada dasarnya cukup enak. tetapi ada juga konsumen yang mengeluhkan rasa dari produknya yang terkadang kurang konsisten, rasa kopinya kadang terlalu manis atau bahkan terlalu manis kemudian terdapat produk yang kurang pas dengan tampilan secara visual atau dalam bahasa gaulnya adalah kurang instagrammable.

Menurut Kotler dan Keller (2016:143) “kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan”. Menurut Kasmir (2017:47). Kualitas Pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan beberapa konsumen tuwa kawa coffee & roastry mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan yang di berikan oleh café ini masih kurang. Beberapa karyawan tuwa kawa coffee & roastry sering tidak memberikan salam (greeting) pada konsumen saat masuk ke café tersebut dan terkadang karyawan tidak memberi tahu terlebih dahulu bahwa stok makanan dan minuman telah habis dan saat sudah menunggu pesanan karyawan baru memysampaikan bahwa makanan atau muniman telah habis.

Dengan adanya kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Tuwa Kawa Coffee & Roastry, diharapkan mampu memunculkan kepuasan pelanggan terhadap Tuwa Kawa Coffee & Roastry. Kepuasan dimaksudkan agar pelanggan lebih loyal dan terus malakukan pembelian serta merekomendasikan kepada pelanggan potensial untuk datang ke Tuwa Kawa Coffee & Roastry dan menjadi pelanggan tetap. Kepuasan ini dijadikan alat oleh konsumen untuk membandingkan hasil yang dirasakannya dengan harapannya, oleh sebab itu kepuasan merupakan aspek yang sangat diperhatikan oleh Tuwa Kawa Coffee& Roastry.

Harga juga merupakan factor yang penting untuk mengukur kepuasan konsumen. Menurut Kotler & Amstrong (2019:345) harga adalah sejumlah uang yang di bebankan atas suatu produk atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh pelanggan untuk manfaat memiliki atau menggunakan. Dalam segi harga peneliti melakukan wawancara pada beberapa consumen café. Berdasarkan hasil wawancara, peneliti mendapatkan bahwa konsumen masih mengeluhkan masih mahalnya harga yang di tetapkan oleh café tersebut di bandingkan café lainya seperti konyu coffee dan Rota kopi.

Konsumen akan semakin tertarik untuk kembali datang kembali, bahkan juga menarik konsumen baru dengan terpenuhinya kepuasan tersebut. Kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga yang baik serta kepuasan menurut pemilik Tuwa Kawa Coffee & roastry akan berdampak pada peningkatan pengunjung. Hal tersebut selaras dengan peningkatan penjualan yang didapatkan oleh pemilik.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan Tuwa Kawa Coffee & Roastry, maka penelitian ini berusaha untuk menganalisis penilaian kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga yang diberikan kepada pelanggan Tuwa Kawa Coffee & Roastry kota mataram, oleh karena itu peneliti memutuskan untuk melakukan penilitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Tuwa Kawa Coffee & Roastry Kota Mataram”.

LANDASAN TEORI

Kualitas Produk

Kualitas Produk Menurut Kotler dan Amstrong (2013), berpendapat bahwa kualitas produk adalah kesesuaian produk dengan kebutuhan pasaran konsumen, perusahaan harus benar-benar paham apa yang dibutuhkan oleh konsumen atas suatu produk yang akan dihasilkan dan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya. Sedangkan menurut Mulyadi (2007) kualitas produk hanya terbatas pada atribut yang melekat pada produk.

Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan secara sederhana bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan, Lewis and Booms dalam Tjiptono (2012). David L. Goetsch dan Stanley B. Davis (2000) mendefinisikan “Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan konsumen”. Kualitas pelayanan menurut Supranto (2006) adalah “Sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik”.

Harga

Menurut Kotler serta Keller (2009) harga merupakan elemen dalam bauran pemasaran yang tidak hanya menentukan pendapatan maupun keuntungan namun harga juga dapat berupa cara mengkomunikasikan proporsi nilai dari suatu produk. Menurut Simamora (2000 : 574) harga adalah jumlah uang yang di bebankan atau dikenakan atas sebuah produk atau jasa. harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan.

Kepuasan konsumen

Menurut kotler dan keller dalam donni juni priansah (2017: p.196). Menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil)n yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas/senang

Penelitian terdahulu .

Alvin Mariansyah, Amirudin Syarif (2020) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan konsumen café kabalu. teknik pengambilan sampel ini menggunakan non-probability sampling dengan memakai jenis convenience sampling. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang merupakan orang-orang yang melakukan pembelian di cafe kabalu Palembang. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Pengujian hipotesis menggunakan uji T dan uji F. Hasil penelitian ini adalah kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Nadio Candra Kusuma1 Lina Budiarti (2021) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Coffee Shop Everytime Kota Malang Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yang memiliki variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk, serta variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan. Dengan teknik purposive sampling, kuesioner disebarluaskan secara online melalui link google form kepada 90 responden yang telah ditentukan. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di coffee shop Everytime. Coffee shop Everytime dapat memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi dan lebih meningkatkan kualitas produk dari segi rasa untuk menarik konsumen lebih banyak lagi..

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal karena menganalisis hubungan sebab akibat, yaitu variabel bebas (X) mempengaruhi variabel terikat (Y). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, dan penampilan dari hasilnya (Arikunto, 2006: 12).

Tempat Penelitian



Gambar 1. Kafe Tuwa Kawa Coffee & Roastery

Kafe Tuwa Kawa coffee & Roastery ini berada di Jalan Gunung Kerinci Nomor 1 , Kelurahan Dasan Agung Baru, Kecamatan Selaparang, Kota Mataram. Kafe ini di antara kantor pemerintah, tepatnya di samping kantor Satker Pelaksana Jalan Nasional atau belakang kantor Inspektorat NTB.

Identifikasi Variable

Sugiyono (2013) menyatakan variabel penelitian adalah objek yang berbentuk apa saja yang ditentukan oleh peneliti dengan tujuan untuk memperoleh informasi supaya dapat ditarik sebuah kesimpulan. Faisal (2010) mengemukakan bahwa penelitian merupakan suatu aktivitas dalam menelaah suatu masalah dengan menggunakan metode ilmiah secara tertata dan sistematis untuk menemukan pengetahuan baru yang dapat diandalkan kebenarannya mengenai dunia alam dan dunia sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan antara lain sebagai berikut:

1. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen atau terikat. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga.
2. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen.

Definisi Operasional Variabel

Untuk mempermudah dalam mengamati variabel yang akan diteliti di dalam pengumpulan data yang diperlukan, maka variabel tersebut dapat di definisikan sebagai berikut:

Operasional variable penelitian

1. Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau diimplikasikan, Kotler dan Amstrong (2009) dalam Putri (2018).
 - Kinerja (performance).
 - Keistimewaan Tambahan (features).
 - Kesesuaian
 - Spesifikasi (conformance to specifications).
 - Estetika. Gaspersz (2005) dalam Liany (2016)

2. Kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun , Kotler (2005) dalam ferdiani (2013)

- Reliabilitas
- Responsivitas
- Jaminan (assurance)
- Empati
- Bukti fisik (tengibel)
- Thiptono (2012) dalam Desikasari (2018)

Harga harga merupakan elemen dalam bauran pemasaran yang tidak hanya menentukan pendapatan maupun keuntungan namun harga juga dapat berupa cara mengkomunikasikan proporsi nilai dari suatu produk. (Kotler serta Keller 2009)

- Keterjangkauan harga
- Adanya persaingan harga terhadap produk sejenis
- Asumsi harga konsumen
- Harga dikatakan sebagai indikator kualitas
- Penetapan periode harga Kotler (2009)

- 4.Kepuasan konsumen adalah keadaan konsumen baik yang merasa puas ataupun yang merasa belum puas setelah tercapai keinginan dan harapan terhadap menu, harga, fasilitas dan pelayanan yang”disediakan.

- Kesesuaian Harapan Christian et.al (2016) dalam Roselina (2019)
- Minat Berkunjung Kembali
- Kesediaan Merekomendasi Hawkins & Lonney (2005) dalam Tarigan (2018).

Populasi dan sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengunjung yang telah melakukan pembelian produk di TuwaKawa coffee&roastray, dan Penentuan sampel yang digunakan dalam metode ini adalah dengan jenis Non Probability Sampling. Menurut Sugiyono (2001 : 60), Non Probability Sampling adalah teknik yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sampel yang di ambil dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli produk di tuwa kawa coffee & roastray sebanyak max 50 orang.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji "validitas" pada penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS (statistical package for social sciences). Hasil r hitung akan dibandingkan dengan nilai r tabel yang dilihat dari $df = n - 2$ dengan signifikansi 5 %. Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas menurut Sujarwani (2014) dalam Pratama" (2016)" adalah : 1) Jika $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} maka pertanyaan dikatakan valid. 2) Jika $r_{hitung} <$ dari r_{tabel} maka pertanyaan dikatakan tidak valid.

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2011). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jawaban responden terhadap pernyataan ini dikatakan reliabel jika masing – masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak oleh karena masing – masing pertanyaan hendak mengukur hal yang sama. Jika jawaban terhadap indikator ini acak, maka dapat 39 dikatakan bahwa tidak reliabel atau jika nilai Alpha melebihi 0,6 maka pertanyaan variabel tersebut reliabel dan sebaliknya (Ghozali, 2011). Pengujian reliabilitas dilakukan dengan bantuan dengan komputer program SPSS (Statistical Product and Service Solution)

Teknik Analisis

1. Analisis regresi berganda

Regresi linier berganda (Sugiyono, 2011) yaitu suatu uji yang digunakan penelitian dengan maksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variable independen sebagai faktor predictor dimanipulasi atau bisa disebut juga suatu uji dimana untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variable terikat.

2. Uji asumsi klasik

- Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk mengetahui data yang dianalisis berbentuk atau mempunyai distribusi normal atau tidak. Langkah yang dilakukan dalam uji ini adalah dengan menggunakan Normal Probability Plot.

- Uji Heterokedatisitas

Uji ini bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residul satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedasitis. Model inilah yang diharapkan terjadi. Sedangkan untuk variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya berbeda disebut heterokedatisitas (Umar,2008) lebih lanjut Umar mengatakan bahwa cara menentukan heterokedatisitas dapat dilakukan dengan metode grafik dengan bantuan software IBM SPSS statistic Version 16.0 Windows (Umar, 2008).

- Uji Independensi (multikolinearitas)

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi

klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Prasyarat yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Pada pembahasan ini akan dilakukan uji multikolinearitas dengan melihat nilai inflation faktor pada model regresi. Jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas.

3. Uji Hipotesis

- Uji simultan (uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas (independen) secara sama mempunyai pengaruh yang nyata atau tidak terhadap variabel tidak bebas (dependen). Jika $f_{\text{hitung}} > f_{\text{table}}$ variabel bersama- independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

- Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X1, X2, dan X3 (Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga) benar – benar berpengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen) secara terpisah atau parsial (Ghozali, 2012). Ha diterima Jika tingkat signifikansi (α) = 0,05 Membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} (Ghozali, 2012) : 1. Apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima 2. Apabila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

- Uji koefisien determinasi (R^2) Koefisien determinasi pada intinya

Mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisiensi determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel – variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (crossection) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan sedangkan untuk data runtun waktu (time series) biasnaya mempunyai nilai koefesien determinasi yang tinggi (Ghozali,2012)

Tabel 1. Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien (B)	Sig.
Konstanta	1.971	0.343
Kualitas Produk	-0.033	0.589
Kualitas Pelayanan	0.475	0.000*
Harga	0.332	0.030*

Dari hasil di atas dapat disimpulkan: a. Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen ($\text{sig} > 0.05$). b. Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen di Tuwa Kawa Coffee & Roastery. Sementara itu, kualitas produk tidak memiliki pengaruh signifikan. Temuan ini penting sebagai masukan strategis bagi pengelola kafe untuk lebih menekankan pada peningkatan pelayanan dan penyesuaian harga agar tetap kompetitif.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak Tuwa Kawa Coffee & Roastery atas kerja samanya dalam proses pengumpulan data. Terima kasih juga kepada dosen pembimbing dan seluruh pihak di Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram yang telah mendukung penelitian ini.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Alvin mariansyah & Amirudin syarif (2020) Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen café kabalu.
- [2] Hastono, S. P. (2001). Analisis data. Depok: Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia.
- [3] Joko Bagio Santoso, J. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Bensu Rawamangun).
- [4] Nyarmiati, N., & Astuti, S. R. T. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Brand Image Dan Perceived Value Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Rumah Makan Pondok Bandeng BaBe Kabupaten Pati). Diponegoro Journal of Management, 10(2).
- [5] Santoso Singgih. (2012). Panduan Lengkap SPSS Versi 20. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- [6] Sudjana, N. (2005). Metoda Penelitian. Bandung: Tarsito, 2963-1866.
- [7] Sugiyono. (2005). Metodologi Penelitian Bisnis. Bandung: AlfaBeta
- [8] Sugiyono. (2008). Penelitian Tindakan Kelas. Jakarta: BumiAksara
- [9] Sugiyono. (2012). Statistika Untuk Penelitian (Cetakan ke 20 ed). Bandung, Penerbit: CV. Alfa Beta
- [10] Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: PT. Alfabeta.
- [11] Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- [12] Suhardi dan Purwanto. (2009). Statistika Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern Edisi 2. Salemba Empat. Jakarta.
- [13] Tjiptono, F. (2020). Strategi pemasaran: prinsip dan penerapan. Yogyakarta: Andi.
- [14] Tjiptono, Fandy. (2001). Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.
- [15] Tjiptono, Fandy. (2007). Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.
- [16] Udin, Lestiyono (2020) Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen CV. Multi Usaha Raya Jepara. Under Graduates thesis, Universitas Negeri Semarang.
- [17] Umar, H. (2008). Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- [18] Utami, P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Excelso Coffee Mall Kelapa Gading 3 Jakarta (Doctoral dissertation, Universitas Satya Negara Indonesia).