

## ANALISIS KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN DI KONVEKSI AMALIKA KUDUS

Rizky Rosmadiana Indraswari<sup>1</sup>, Maryanto<sup>2</sup>, Aryan Eka Prastyana Nugraha<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Universitas PGRI Semarang

Email penulis pertama: [rosmadianabirrul@gmail.com](mailto:rosmadianabirrul@gmail.com)

### Abstract

Rizky Rosmadiana Indraswari, Analysis of product quality, service quality and price in increasing consumer satisfaction in convection in Kudus charity in 2018, Universitas PGRI Semarang. The purpose of the study was to find out: 1) The effect of product quality on customer satisfaction, 2) The effect of service quality on customer satisfaction, 3) The effect of prices on customer satisfaction. This research is a quantitative research. The population of this research is 200 consumers of Holy Amalvation Convection in 2018, and the sample used is only 133 people. Data collection methods used were questionnaire (questionnaire) and observation. Classic assumption tests include normality test, linearity test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test. Hypothesis tests used are simple linear regression analysis and multiple linear regression.

**Keywords:** Product Quality, Service Quality, Price And Customer Satisfaction

### Abstrak

Rizky Rosmadiana Indraswari, Analisis kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga dalam meningkatkan kepuasan konsumen konveksi di amalika Kudus Tahun 2018, Universitas PGRI Semarang. Tujuan penelitian tersebut untuk mengetahui : 1) Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, 2) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, 3) Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah konsumen Konveksi Amalika Kudus pada tahun 2018 sebanyak 200 orang, dan sampel yang digunakan hanya sebanyak 133 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner (angket) dan observasi. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Uji hipotesis yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana dan regresi linear berganda.

**Kata kunci:** Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepuasan Konsumen

Di Indonesia saat ini banyak bermunculan perusahaan yang bergerak di bidang industri konveksi. Dalam perkembangannya perusahaan-perusahaan mengalami persaingan yang sangatlah ketat diantara mereka yang memproduksi produk sejenis. Perubahan – perubahan yang cepat dalam bisnis menuntut mereka harus lebih mampu beradaptasi, mempunyai ketahanan dalam bersaing, mampu melakukan perubahan arah dengan cepat dan memusatkan perhatian pada konsumen. Dalam suasana bisnis seperti sekarang ini perusahaan harus mampu menjadi mitra kerja yang handal bagi para konsumen ditengah persaingan yang semakin ketat. Industri konveksi yang dalam persaingannya yaitu mengenai produk-produk seperti baju, celana dan lain-lain, saat ini semuanya beracuan pada biaya bahan baku sebagai pertimbangan untuk pembuatan produk agar dapat diterima oleh masyarakat.

Persaingan di dunia industri konveksi membuat perusahaan harus ekstra keras memutar otak untuk mengeluarkan ide-ide baru yang kreatif dan inovatif, serta dapat mengelola sumber daya-sumber daya yang ada sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Kegiatan perusahaan mempunyai hubungan yang erat dengan kegiatan produksi. Perusahaan mengadakan kegiatan produksi untuk memenuhi

permintaan pasar. Untuk mengadakan kegiatan produksi tersebut harus ada fasilitas-fasilitas produksi, antara lain bahan baku, tenaga kerja, mesin dan lain-lain. Semua fasilitas produksi itu mempunyai kapasitas yang terbatas dan membutuhkan biaya. Penggunaan fasilitas produksi yang tidak tepat akan membuat perusahaan tidak dapat mencapai target produksinya dan terjadi pemborosan biaya produksi, sehingga perusahaan harus mampu mengelola fasilitas produksi dengan baik. Dalam hal ini terjadi suatu masalah dalam pengalokasian sumber daya yang terbatas diantara kapasitas yang bersaing. Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya (Kotler, 2001:199). Artinya, bila kinerja produk tidak sesuai dengan harapannya setelah dikonsumsi maka konsumen akan merasa tidak puas sehingga dari pembelajaran tersebut dia akan merasa kecewa. Namun bila terjadi sebaliknya yaitu kinerja produk atau jasa sesuai dengan harapannya, maka konsumen akan merasa amat bergairah untuk mengkonsumsi produk atau jasa itu kembali.

Kepuasan konsumen sangat bergantung kepada persepsi dan harapan konsumen. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen antara lain: Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan konsumen ketika sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen produk, pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya dan pengalaman dari teman – teman (Kotler,2019)

Kepuasan konsumen dapat dirasakan ketika sudah melakukan pembelian suatu barang, dalam penelitian ini adalah produk konveksi. Yang mana produknya merupakan salah satu kebutuhan yang dapat dimanfaatkan oleh konsumen dalam memenuhi kebutuhan pada aspek sandang (pakaian). Pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia selain makanan dan tempat berteduh/tempat tinggal (rumah). Manusia membutuhkan pakaian untuk menutupi tubuhnya dari terik matahari dan dinginnya udara malam. Namun seiring dengan perkembangan kehidupan manusia, pakaian juga digunakan sebagai simbol status, jabatan, ataupun kedudukan seseorang yang memakainya.

Konveksi merupakan usaha mikro kecil dan menengah atau orang-orang juga sering menyebutnya industri rumahan. Di Indonesia, banyak sekali pelaku usaha yang menjalankan bisnis konveksi. Konveksi merupakan tempat produksi pakaian dengan minimal kuantitas tertentu. Konveksi yang sering ada di lingkungan sekitar adalah konveksi pakaian, jilbab, celana, rok, kaos. Biasanya kuantitas yang diterima oleh konveksi dari 1 lusin (12 pcs) sampai dengan kurang lebih 10.000 pcs. Yang diutamakan dalam hal konveksi tentunya dari kualitas bahan dan jahitannya. Begitu juga warna yang bisa menarik perhatian konsumen untuk membelinya. Konveksi merupakan salah satu bentuk usaha mikro yang ada di Kabupaten Kudus.

Kudus adalah sebuah kota yang terletak di Jawa Tengah tepatnya di sebelah utara pulau Jawa sekitar kurang lebih 51 km kearah timur ibu kota Jawa Tengah Semarang. Kota kudus satu satunya nama kota di indonesia yang diambil dari nama bahasa arab, yaitu Kudus (dari kata al Quds, yang berarti

“suci”). Perkembangan mikro kecil dan menengah di Kabupaten Kudus terbilang keadaannya lumayan stabil dari tahun ke tahun. Salah satu usaha mikro kecil dan menengah yang dimiliki kabupaten Kudus sebagai ikon dan salah satu penggerak perekonomian masyarakat Kudus adalah industri konveksi. salah satunya adalah konveksi Amalika.

Konveksi Amalika adalah salah satu konveksi besar yang ada di Kudus. Dengan berbagai produk yang dikeluarkan oleh Konveksi Amalika yaitu : baju Tunik, gamis, Jilbab, celana kulot, dan kaos. Produksi yang dikeluarkan oleh Konveksi Amalika tiap bulannya berbeda. Setiap bulan selalu mengeluarkan produk dengan kapasitas kurang lebih 8000 pcs/bulan dengan jenis yang berbeda. Dalam hal bahan, Konveksi Amalika Kudus menjamin kualitas bahannya. Menggunakan jenis bahan yang sesuai untuk dijadikan sebuah produk. Misalnya bahan katun biasanya digunakan untuk membuat baju tunik, bahan stella dan kaos (jersey) digunakan untuk gamis yang bisa digunakan sehari hari ataupun keacara yang lebih formal dan bahan crepe (lentur) lebih digunakan untuk ke produk jilbab, karena menyesuaikan bentuk wajah seseorang.

Berdasarkan Pra-penelitian terdapat beberapa pendapat konsumen tentang produk di Konveksi Amalika Kudus sesuai alat ukur yang ada. Dari hasil pra-penelitian yang didapat oleh peneliti mendapatkan beberapa pendapat yang berbeda dari konsumen satu dengan konsumen yang lain. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 1.1

Tabel 1.1 Tingkat kepuasan konsumen terhadap

NO	ALAT UKUR	KETERANGAN		PRESENTASE	
		PUAS	TIDAK PUAS	PUAS	TIDAK PUAS
1	KUALITAS PRODUK	14	16	47%	53%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Warna</li> <li>• Desain</li> <li>• Model</li> </ul>	orang	orang		
2	KUALITAS PELAYANAN	13	17	43%	57%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sopan</li> <li>• Tanggungjawab</li> <li>• Ramah</li> </ul>	orang	orang		
3	HARGA	12	18	40%	60%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Murah</li> <li>• Mahal</li> <li>• Standart</li> </ul>	orang	orang		
4	BIAYA	5 orang	25 orang	17%	83%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ongkos kirim</li> <li>• Ongkos Operasional</li> </ul>				

Berdasarkan tabel 1.1 tersebut, hasil observasi yang dilakukan pada Konveksi Amalika di Kudus dalam mengalami kepuasan hasil produksi mengalami hasil yang tidak puas dalam produk yang

dikeluarkan oleh Konveksi Amalika. Rata – rata yang paling dipacu oleh konsumen dalam menentukan produk yang diinginkan ada pada kualitas dan harga. Karena rata – rata orang Indonesia mementingkan kualitas dan harga. Menurut observasi yang dilakukan terdapat kualitas produk yang mematok harga standart tetapi dengan kualitas baik, tetapi banyak juga yang mematok harga mahal tetapi kualitas produk tidak sesuai ekspektasi pembeli.

Pada data di atas terdapat penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh Alghwery And Bach (2014), Ms. Karunakaran & Ms. Thusyanthy (2016) dan Ilieska (2013). Menurut Alghwery And Bach (2014) yang mengatakan bahwa kepuasan pelanggan atau konsumen dapat dipengaruhi oleh kualitas produk. Karena, dalam penelitian tersebut Kualitas produk merupakan faktor utama yang ditetapkan untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan. Beberapa faktor diidentifikasi untuk mempengaruhi kualitas produk. Ini termasuk karyawan yang tidak kompeten, desain yang buruk, dan miskin bahan. Sesuai dengan penelitian eksploratif temuan dan meta-analisis, organisasi bisnis harus mempertimbangkan konsumen sebagai prioritas utamanya. Kelangsungan hidup bisnis organisasi bergantung pada pelanggan. Pelanggan yang dapat diandalkan, yang didefinisikan sebagai pelanggan yang melakukan pembelian berulang kali dari organisasi, adalah pelanggan yang paling mendasar. Pelanggan yang puas dengan produk yang mereka beli dari organisasi menjadi pelanggan yang dapat diandalkan. Oleh karena itu, kualitas produk sangat penting untuk kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut Ilieska (2013) yang di dalam penelitiannya menerangkan bahwa kualitas layanan dapat memberikan pengaruh pada kepuasan pelanggan. Dengan begitu menurut penelitian Ilieska dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah aset yang perlu dipantau dan dikelola seperti halnya aset fisik. Karena Kepuasan pelanggan yang baik memiliki efek pada profitabilitas hampir di setiap bisnis. Secara umum, kepuasan tentang produk / layanan secara keseluruhan yang patut mendapat perhatian, karena kepuasan ini memengaruhi perilaku pembelian dan konsumsi konsumen di masa depan. Beda Ms. Karunakaran & Ms. Thusyanthy (2016) yang menjelaskan di dalam penelitiannya bahwa harga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Karena apabila konsumen ingin memiliki sebuah produk dengan harga diatas standart pasti akan memperoleh produk yang bagus sesuai dengan harga yang ditetapkan ditoko. Tapi, masih banyak konsumen yang ingin membeli produk yang diinginkan namun dengan harga dibawah standart. Resikonya yaitu mendapatkan produk yang biasa biasa saja. Oleh karena itu, harga dikatakan mempengaruhi kepuasan konsumen menurut penelitian ini. Dari ketiga penelitian tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga.

Berdasarkan pengamatan peneliti, Konveksi Amalika di Kudus memiliki berbagai produk yang banyak dimanfaatkan oleh konsumen, seperti gamis, tunik, kerudung maupun yang lainnya. Dalam melaksanakan roda usahanya, pihak Konveksi Amalika di Kudus memperhatikan adanya perkembangan usahanya melalui kepercayaan, kualitas produk dan kualitas layanan. Salah satu dalam melakukan pengembangan usahanya adalah memberikan kepuasan pada konsumen itu sendiri. Dari

fenomena diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul “ANALISIS MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN KONVEKSI AMALIKA DI KUDUS”

## **METODE**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif menggunakan pendekatan deduktif. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode yang memandang sebuah fenomena sebagai sesuatu yang dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat (Sugiyono, 2016:14)..

Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pengujian hipotesis. Pada umumnya, studi pengujian hipotesis bertujuan untuk menganalisis mendeskripsikan, dan mendapat bukti empiris pola hubungan antara dua variabel atau lebih, baik yang bersifat korelasional, kausalitas, maupun yang bersifat komparatif (Suwondo dan Sutanto, 2015:138).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan fasilitas program SPSS versi 22. Uji validitas dilakukan untuk mengukur kualitas instrumen variabel kepuasan konsumen yang diuji cobakan kepada 133 konsumen. Dari hasil uji coba yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya, diketahui bahwa tidak semua instrumen dinyatakan valid dan reliabel.

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya normalitas data, linearitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, analisis regresi berganda, uji hipotesis, koefisien determinasi yang dihitung dengan menggunakan program SPSS versi 22. Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Metode uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan uji One Sample Kolmogorov-Smirnov.

Uji linieritas data yaitu untuk mengetahui data yang diperoleh linier atau tidak. Uji linier merupakan syarat untuk melanjutkan uji regresi, apabila data tersebut linier maka dapat dilakukan uji regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masing-masing variabel bebas memiliki hubungan linear dengan variabel terikat.

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui adanya korelasi antar variabel bebas. Cara mengetahui ada atau tidak terjadinya multikolinieritas yaitu dengan melihat nilai Tolerance dan VIF pada masing-masing variabel independen. Multikolinieritas tidak terjadi jika nilai Tolerance  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ . Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk nilai toleransi sebesar 0,556 dan VIF sebesar 1,798. Variabel kualitas pelayanan nilai toleransi 0,239 dan VIF sebesar 4,182. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga nilai toleransi sebesar 0,290 dan VIF sebesar 3,451. Nilai toleransi ketiga variabel bebas  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ , dengan demikian tidak terjadi

multikolinearitas.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan variance (variasi) dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk nilai signifikansi sebesar 0,965. Variabel kualitas pelayanan dengan nilai signifikansi 0,508. Variabel harga dengan nilai signifikansi 0,697. Nilai signifikansi ketiga variabel bebas > 0,05 dengan demikian tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Bentuk persamaan regresi untuk variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga sebagai berikut:

$$Y = 0,774 + 0,126 X1 + 0,389 X2 + 0,487 X3$$

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial yaitu pengaruh masing-masing variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga. Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Konveksi Amalika. Hasil menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen nilai signifikansi 0,000. Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Konveksi Amalika. Hasil menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap hasil belajar komputer akuntansi dengan nilai signifikansi 0,000. Hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Konveksi Amalika. Hasil menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen nilai signifikansi 0,000.

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan koefisien regresi variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Ghozali, 2013). Dalam penelitian ini uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Hasil menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi 0,000.

Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,906. Hal ini juga menunjukkan bahwa pengaruh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga sebesar 90,6%, sedangkan 9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini

### **Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Konveksi Di Amalika Kudus**

Berdasarkan hasil analisis data dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), harga (X3) secara simultan berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y), yang berarti semakin meningkat/tinggi kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan harga (X3) maka semakin meningkat/tinggi juga kepuasan konsumen (Y). Sebaliknya semakin menurun/rendah

kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), harga (X3) secara simultan berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Setiap konsumen yang ingin mendapatkan kepuasan yang baik, maka harus diperbaiki dan untuk menunjang kepuasan konsumen.

### **Pengaruh Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Konveksi Amalika**

Berdasarkan hasil analisis data tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Konveksi Amalika. Yang berarti bahwa ketika kualitas produk semakin meningkat maka kepuasan konsumen juga akan meningkat seiring dengan bertambahnya kualitas produk untuk memenuhi minat beli konsumen.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian Tias Windarti dan Mariaty Ibrahim (2017) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Donat Madu” yang menjelaskan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga faktor yang kuat mempengaruhi kepuasan konsumen.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Konveksi Amalika**

Berdasarkan hasil analisis data tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Konveksi Amalika. Yang berarti bahwa ketika kualitas pelayanan semakin meningkat maka kepuasan konsumen akan meningkat. Oleh karena itu, perlu adanya perbaikan dalam kualitas pelayanan sehingga dapat menunjang penjualan Konveksi Amalika.

Hasil penelitian ini juga penelitian ini juga didukung oleh penelitian Tias Windarti dan Mariaty Ibrahim (2017) yang menjelaskan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten. Dan didukung dengan penelitian Dwi Aliyyah Apriyani dan Sunnarti (2017) yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen terhadap kepuasan konsumen

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa (1) Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Konveksi Amalika, (2) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Konveksi Amalika, (3) Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Konveksi Amalika

### **DAFTAR PUSTAKA**

- G. Lumintang., Rotinsulu J.J. *ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOLLAND BAKERY BOULEVARD MANADO* Vol.3 No.1 Maret 2015, 1291-1302
- Dewi Rachmawati Rahayu, A. F. (2017). *ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS*, 1-8.
- Foedjiawati, H. S. (2015). *Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kesetiaan Merek*, 74-82.

- Hidayat, R. (2009). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap*, Vol 11 No 1 59-72.
- Illieska, K. (2013). *Customer Satisfaction Index – as a Base for Strategic Marketing Management*, 327-331.
- Wijaya, C. V. (2017). *PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DEPOT MADIUN MASAKAN KHAS BU RUDY*, Vol 5 No 1.
- Setyo, P. E. (2017). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN "BEST AUTOWORKS"*, Vol 1 No 6, 755-764.
- Sukmawati, R. (2018). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GARDEN CAFE KOPERASI MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA*.
- ROSINTA, D. A. (2010). *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam membentuk Loyalitas Pelanggan*, 114-126.
- Asmai Ishak, Z. L. (2011). *PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS: STUDI TENTANG PERAN MEDIASI SWITCHING COSTS*, 55-66.
- M. Kholid Mawardi, A. P. (2015). *PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN*, Vol 23 No 2.
- Sari, D. G. (2015). *PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN*, 3704.
- Khasanah, I. (2010). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan*, Vol 12 No 2 117-124.
- Thusyanthy, M. A. (2016). *A Review on the Relationship Variables to*, Vol 16 Issue 5
- Inka Janita Sembiring Suharyono, A. K. (2014). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN*, Vol 15 No 1.
- Manoppo, F. (2013). *KUALITAS PELAYANAN, DAN SERVICESCAPE PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN*, 1341-1348.
- Shandy Widjoyo Putro dan Prof. Dr.Hatane Semuel, M. R. (2014). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS KONSUMEN RESTORAN HAPPY GARDEN SURABAYA*, Vol 2 No 1 1-9