

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN
(KAJIAN PADA WARUNG BEBEK GORENG CABANG PURNAMA DI
JL. WAHID HASYIM KABUPATEN SAMPANG)**

Moh. Rodiaminollah, Moh. Ali Fahmi, Mubayyinah, Lu'lu' Nurul Qomariyah
Institut Agama Islam Nazhatut Thullab Sampang, IAIN Madura
Email: rodiamin07@gmail.com, afahmi884@gmail.com, nien70465@gmail.com,
luluqomaria96@gmail.com

Abstrak

Kepuasan konsumen terhadap pembelian barang utamanya produk makanan saat ini tidak hanya fokus pada soal rasa dan cita rasa saja, melainkan terhadap kualitas produk itu sendiri dan harga. Warung bebek goreng cabang purnama yang beralamatkan Jl. Wahid Hasyim juga memperhatikan tidak hanya pada soal rasa, melainkan kualitas produk dan harga. Saat ini persaingan bisnis di bidang makanan cukup kompetitif, utamanya di daerah lokal Kabupaten Sampang, sehingga hal tersebut yang berkaitan dengan kualitas dan harga harus benar-benar diperhatikan. Apabila produsen tidak memperhatikan kualitas dan harga, maka lambat laun konsumen akan pindah ke tempat lain untuk membeli produknya. Adapun hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan kepada produsen khususnya agar kualitas produk dan harga betul-betul diperhatikan. Penelitian ini juga bisa memberikan sarana promosi kepada para konsumen terkait kualitas dan harga di warung bebek goreng cabang purnama sangatlah baik dan terjangkau.

Kata Kunci: Kualitas produk dan harga, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Perkembangan usaha saat ini tidak terlepas akan persaingan yang sangat ketat. Baik untuk penjual yang menawarkan jasa maupun barang. Semakin banyak penjual yang menawarkan jasa maupun barang, semakin banyak penjual yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen menyebabkan setiap penjual harus menempatkan orientasi pada pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.¹ Penjual berusaha memperebutkan calon pembeli dengan cara mempertahankan konsumen yang ada. Menurut Setia sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*Income*) tidak memenuhi harapan.

Kementerian Koperasi dan UKM mencatat, jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mencapai 65,47 juta unit pada tahun 2019. Jumlah tersebut naik 1,98% jika dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebesar 64,19 juta

¹ Ria Setia, Sasi Utami, dan Sri Rochani, "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Alfamart Jl. Jaksa Agung Suprpto No.11 Mojoroto-Kediri" *JIMEK*, Vol. 1, No.2, (2018), hlm, 5.

unit. Jumlah tersebut mencapai 99,99% dari total usaha yang ada di Indonesia. Sementara, usaha berskala besar hanya sebanyak 5.637 unit atau setara 0,01%. Secara rinci, sebanyak 64,6 juta unit merupakan usaha mikro. Jumlahnya setara dengan 98,67% dari total UMKM di seluruh Indonesia. Sebanyak 798.679 unit merupakan usaha kecil. Proporsinya sebesar 1,22% dari total UMKM di dalam negeri. Sementara, usaha menengah hanya sebanyak 65.465 unit. Jumlah itu memberi andil sebesar 0,1% dari total UMKM di Indonesia.²

Dengan situasi persaingan bisnis atau usaha yang semakin menajam khususnya untuk usaha bisnis makanan. Untuk menjaga posisinya dan bertahan, penjual harus memahami bagaimana cara untuk memuaskan konsumen. Sehingga dengan memahami perilaku dalam proses memenuhi kepuasan konsumen, maka penjual akan dapat mempengaruhinya, sehingga konsumen tersebut nantinya akan menggunakan produk penjual. Kepuasan konsumen menjadi sangat penting bagi penjual karena konsumen yang puas terhadap produk atau jasa yang digunakan berarti penjual tersebut memiliki kinerja yang baik. Konsumen yang puas terhadap suatu produk akan meningkatkan daya jual karena konsumen tersebut akan kembali lagi hingga menjadi konsumen tetap. Penjual dituntut untuk menciptakan strategi yang dapat menciptakan kepuasan bagi konsumen seperti kualitas pelayanan dan penetapan harga yang sesuai dengan produk yang diberikan.³ Industri kuliner juga bagian dari industri penunjang sektor pariwisata dan belakangan ini berkembang pesat. Apalagi tren wisata kuliner sudah menjadi gaya hidup di masyarakat. Alasan tersebut yang membuat banyak pebisnis kuliner baru bermunculan dan bersaing ketat dalam merebut pasar. Persaingan membuat pelaku usaha dituntut bekerja keras dan memberikan yang terbaik kepada konsumennya. Oleh karena itu pembisnis harus mampu menyusun strategi agar usahannya tidak kalah dalam persaingan pasar.

Kuliner semakin meningkat dan mengalami perkembangan yang sangat pesat, dimana dapat ditemui menjamurnya bisnis kuliner mulai dari yang berskala kecil, menengah dan besar. Bisnis berskala kecil yaitu bisnis kuliner yang terdapat dipinggir jalan, seperti warung-warung dan kafe tenda. Sedangkan bisnis berskala menengah seperti depot, rumah makan, dan cafe. Selanjutnya bisnis berskala besar seperti restoran-restoran di hotel berbintang.⁴ Kondisi pemasaran produk yang sangat dinamis, membuat para pelaku pasar dan produsen berlomba untuk memenangkan kompetisi yang sangat ketat ini. Produk-produk yang ditawarkan begitu beragam dengan kualitas yang juga sangat bervariasi. Peningkatan kualitas produk maupun jasa menjadi masalah yang penting untuk dibicarakan karena dengan kualitas yang baik, suatu produk akan bisa bertahan dalam menghadapi persaingan dan akan diterima oleh pelanggan sebagai produk yang mereka harapkan.

Kualitas produk sangat mempengaruhi keberhasilan dan kemajuan suatu bisnis. Perusahaan yang memproduksi produk yang berkualitas tinggi akan

² <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/berapa-jumlah-umkm-di-indonesia>

³ Tengku Putri Lindung Bulan, "Pengaruh Diversifikasi Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Juragan Jasmine Langsa". *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol. 6, No.1, (2017), hlm, 3.

⁴ Siti Aulia dan Tri Sudarwanto, S.Pd. M.SM, "pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian" *jurnal manajemen*, Vol. 7, No. 1, (2016), hlm, 12.

memberi keuntungan dibandingkan dengan memproduksi produk yang berkualitas rendah. Artinya, pelanggan akan bersedia membeli suatu barang dengan harga yang masuk akal atau relative terjangkau, dengan kualitas barang yang baik.

Kualitas produk diartikan sebagai penilaian dan perasaan pelanggan terhadap kemampuan suatu produk yang berhubungan dengan pakaian serta berkaitan dengan kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dengan memuaskan baik secara fisik maupun secara psikologis yang meliputi keadaan fisik, fungsi serta sifat suatu produk. Sepanjang tahun 2021 jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Sampang sebanyak 1.762 pelaku usaha. Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan (Diskopindag) setempat mencatat, dari jumlah itu hanya 362 pelaku usaha yang memiliki nomor induk berusaha (NIB). Sisanya belum memiliki NIB.⁵

Para pelaku bisnis harus memikirkan strategi yang tepat dan efektif agar bisnis mereka tetap eksis dipasarkan bahkan berkembang lebih baik lagi. Dalam menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian, perusahaan harus mampu menerapkan konsep pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang ada. Perubahan gaya hidup, kebiasaan, selera dan tata cara menikmati dan mengkonsumsi makanan pada masyarakat perkotaan membuat para pelaku bisnis kuliner semakin kreatif menuangkan ide-ide baru mengenai kafe dan resto yang lebih modern dan disukai konsumen. Persaingan yang sangat ketat antara pengusaha kuliner tersebut menyebabkan semakin banyaknya pilihan bagi konsumen sehingga menyebabkan kecendrungan selera konsumen untuk berubah-ubah. Dengan alasan ini para pengusaha dituntut untuk memberikan sesuatu yang berbeda dalam mempertahankan dan memuaskan pelanggannya.

Kepuasan konsumen dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu situasi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.⁶ Para konsumen yang puas biasanya lebih setia, lebih sering membeli, dan rela membayar lebih banyak untuk membeli produk atau jasa perusahaan tersebut. Untuk itu perusahaan harus bersaing dengan perusahaan yang lain demi menampilkan produk yang berbeda atau lebih spesifik. Bahkan harus mempunyai karakteristik tersendiri yang mampu memuaskan konsumen dengan sasaran seperti rasa yang khas, suasana yang berbeda, maupun yang lainnya.

Warung Bebek Goreng Cabang Purnama merupakan usaha turun menurun. Melihat peluang usaha kuliner di kabupaten sampang, maka didirikanlah usaha kuliner warung bebek goreng cabang purnama tepatnya di Jalan Wahid Hasyim (di depan Perintis jaya swalayan) dengan membuka warung lesehan dan gerobak yang menyediakan nasi ayam dan bebek goreng. Pada awal berdirinya usaha yang didirikan oleh bapak Moh. Tikram mengalami masa-masa sulit dan sulit memperoleh keuntungan. Tetapi lambat laun rumah makan warung bebek goreng cabang purnama mulai melejit sukses karena bisa mengatasi berbagai masalah dan hambatan dan bisa berkembang.

Dari berbagai sumber sejarah, warung bebek cabang purnama adalah bisnis andalan masyarakat desa ombul yang inisiasi langsung oleh salah satu warga masyarakat desa ombul sendiri yang terus berkembang sampai saat ini. Pada tahun

⁵ <http://maduraindepth.com/>

1992 usaha ini pertama kali didirikan, hingga saat ini usaha ini memiliki lebih dari 1.000 cabang yang tersebar keseluruh wilayah Indonesia.⁷ Namun, meskipun usaha warung bebek goreng cabang purnama ini sudah melejit masih banyak keluhan dari konsumen yang membuat konsumen menceritakan kepada calon konsumen sehingga menjadi penyebab hilangnya para calon konsumen. Sehingga harus benar-benar memperhatikan apa yang membuat kepuasan konsumen mudah menurun dan mudah naik. Kepuasan konsumen dalam usaha kuliner adalah hal penting, karena kepuasan konsumen merupakan penyebab majunya sebuah usaha kuliner.

Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti ini mengambil subjek penelitian di Warung Bebek Goreng Cabang Purnama tepatnya Di Jl. Wahid Hasyim Kabupaten Sampang (di simpang jalan perintis jaya swalayan) karena kualitas produk dan penetapan harga di warung tersebut dinilai cukup baik. Dalam penelitian ini peneliti juga mengambil judul penelitian yang membahas tentang kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen, karena peneliti ingin mempengaruhi pengaruh secara langsung antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. Dalam judul penelitian ini adalah sebagai berikut: "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Warung Bebek Goreng Cabang Purnama di Jl. Wahid Hasyim Kabupaten Sampang"

KAJIAN TEORI

Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan ciri dari suatu produk yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Penjelasan mengenai kualitas produk yang sudah di kemukakan tersebut dapat memberikan atau menawarkan produk makanan dan minuman yang berkualitas, maka perusahaan akan dapat menciptakan kepuasan konsumen. Seorang konsumen akan merasa puas biasanya dikarenakan adanya pengalaman melakukan pembelian terhadap suatu produk yang dikonsumsi atau digunakan.

Kualitas produk memiliki peran penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan dan membentuk pelanggan untuk *loyal* terhadap produk yang ditawarkan perusahaan.⁸

Agar mencapai kualitas produk yang diinginkan maka harus diperlukan suatu standarisasi kualitas. Hal ini bertujuan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan bisa memenuhi standart yang sudah ditentukan sehingga konsumen tidak kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Pengalaman konsumen dalam membeli produk yang baik atau buruk akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan selera para konsumen.

Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah suatu kemampuan produk yang mampu memenuhi setiap kebutuhan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

⁷ Matsukri, pemilik pertama warung bebek goreng purnama, wawancara langsung (27 Januari 2023)

⁸ Dita Putri Anggraeni. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survy Pada Pelanggan Nasi Rawon Dirumah Makan Sakinah Kota Pasuruan)," *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang*, Vol.37, No.1, (Agustus, 2016), hlm, 171.

Komponen-komponen kualitas produk. Secara garis besar komponen-komponen kualitas produk adalah sebagai berikut:

a. Kesegaran (Freshness)

Kesegaran adalah faktor kualitas yang perlu diutamakan oleh perusahaan dalam melayani konsumendengan baik.⁹

b. Rasa (Taste)

Titik perasa dari lidah adalah kemampuan mendeteksi dasar ras yaitu manis, asam, asin dan pahit. Rasa dapat dikenali melalui kuncup-kuncup cecepan yang terletak pada papilla yaitu nagian noda darah jingga pada lidah. Pada anak kuncup-kuncup perasa tersebut selain terletak dilidah juga terletak dalam farinx, pelata bagian langit-langit yang lunak maupun keras.

c. Tampilan

Tampilan adalah bagaimana penyajian makanan tersebut terlihat menarik, makanan yang dihias rapi dan bagus akan menimbulkan rangsangan tersendiri dari konsumen. dan produk yang bagus adalah produk yang memiliki tampilan produk yang baik pula.

Harga

Harga merupakan salah satu variabel dari pemasaran atau penjualan. Islam memberikan kebebasan dalam harga yang artinya segala bentuk konsep harga yang terjadi dalam transaksi jual beli diperbolehkan dalam ajaran islam selama tidak ada dalil yang melarangnya, dan selama harga tersebut terjadi atas dasar keadilan dan suka sama suka antara penjual dan pembeli.¹⁰

Harga adalah nilai barang yang ditentukan atau dirupakan dengan uang. Penetapan harga adalah hal penting Karena harga menentukan nilai pendapatan yang diterima. Harga harus ditentukan dengan benar dalam arti tidak teralu tinggi dan juga tidak terlalu rendah. Bila teralu tinggi konsekuensinya produk dan jasa mungkin tidak akan laku, namun sebaliknya bila ditetapkan terlalu rendah menyebabkan kerugian. Diluar perhitungan untung-rugi, harga juga menentukan keberlanjutan suatu produk. Produk yang terlanjur ditetapkan dengan harga tinggi diawal peluncuran produk maka akan dipersepsi sebagai produk mahal, dan bila hal ini tidak diikuti dengan kualitas produk yang baik atau dengan kualitas layanan yang tinggi maka produk tersebut sulit untuk bertahan dipasar. Dan sebaliknya bila suatu produk dilmcurkan dengan harga murah maka masyarakat akan menganggap sebagai produk murah sehingga suatu ketika dijual dengan harga lebih mahal maka pasar akan menolaknya dengan tidak membelinya.

Keputusan tentang harga harus ditentukan dengan berbagai pertimbangan yang matang, mengingat konsekuensi yang timbul atas penentuan harga sangat

⁹ Gede putu Kenny alvian. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen" *Jurnal International Business Management Universitas Ciputra*, vol.5, No. 4, (Oktober 2020), hlm, 2.

¹⁰ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm.114.

vital. Agar keputusan tentang harga bisa menemui sasaran maka beberapa pertimbangan dan tujuan penetapan harga harus dipikirkan secara matang.

Tujuan penetapan harga perlu ditentukan terlebih dahulu agar tujuan perusahaan tercapai. Hal ini penting karena tujuan perusahaan merupakan dasar atau pedoman bagi perusahaan dalam menjalankan kegiatan pemasaran, termasuk kebijakan penetapan harga. Ada beberapa tujuan penetapan harga yang diambil yaitu:¹¹ Islam sangat konsen pada masalah keseimbangan harga, terutama pada bagaimana peran Negara dalam mewujudkan kestabilan harga dan bagaimana mengatasi masalah ketidakstabilan harga. Para ulama berbeda pendapat mengenai boleh tidaknya Negara menetapkan harga. Sebagian ulama menolak peran Negara untuk menetapkan harga, sebagian ulama lain membenarkan Negara untuk menetapkan harga.¹²

Dalam konsep Islam, yang paling prinsip adalah harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini terjadi bila antara penjual dan pembeli bersikap saling merelakan. Kerelaan ini ditentukan oleh penjual dan pembeli dalam mempertahankan barang tersebut. Jadi, harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang ditawarkan kepada pembeli, dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan harga barang tersebut dari penjual. Akan tetapi apabila para pedagang sudah menaikkan harga di atas batas kewajaran, mereka itu telah berbuat zalim dan sangat membahayakan umat manusia, maka seorang penguasa (Pemerintah) harus campur tangan dalam menangani persoalan tersebut dengan cara menetapkan harga standar. Dengan maksud untuk melindungi hak-hak milik orang lain, mencegah terjadinya penimbunan barang dan menghindari dari kecurangan para pedagang. Inilah yang pernah dilakukan oleh Khalifah Umar bin Khattab.¹³

Dimensi harga. Secara umum terdapat tiga dimensi harga yaitu :¹⁴

a) Keterjangkauan harga

Keterjangkauan harga merupakan harga sesungguhnya dari suatu produk yang harus dibayarkan oleh pelanggan. Maksudnya adalah pelanggan cenderung melihat harga akhir dan memutuskan apakah akan menerima nilai yang baik seperti yang diharapkan.

b) Daya saing harga

Penawaran harga yang diberikan oleh produsen atau penjual berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh produsen lain, pada satu jenis produk yang sama.

c) Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Terlebih dahulu harga yang tercantum pada sebuah produk, karena sebelum membeli konsumen sudah berfikir tentang sistem hemat yang tepat. Selain itu konsumen dapat berfikir tentang harga yang ditawarkan memiliki kesesuaian dengan produk yang telah dibeli.

¹¹ Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2015), hlm. 92.

¹² Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2014), hlm. 169.

¹³ Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, (Surakarta: Penerbit Erlangga, 2012), hlm.169.

¹⁴ Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hlm. 43.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, berarti konsumen tidak puas. Dan sebaliknya, jika kinerja memenuhi harapan, itu artinya konsumen puas. Memahami konsumen merupakan prioritas pemasaran paling penting.¹⁵

Kata “kepuasan” atau *satisfaction* berasal dari bahasa latin “*satis*” (artinya cukup banyak, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Kepuasan konsumen adalah situasi kognitif pembelian berkenaan dengan kesepadanan atau ketidak-sepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Kepuasan pelanggan juga disebut sebagai evaluasi secara sadar atau atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan atau pemakaiannya.¹⁶

Kepuasan adalah respon pemenuhan dari konsumen. Kepuasan adalah hasil dari penilaian dari konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat ini bisa lebih atau kurang. Kepuasan konsumen adalah persepsi terhadap produk atau jasa yang telah memenuhi harapannya. Karena itu, konsumen tidak akan puas, apabila konsumen mempunyai persepsi bahwa harapannya terpenuhi. konsumen akan merasa puas jika persepsinya sama atau lebih dari yang diharapkan.¹⁷

Kepuasan konsumen (*consumer satisfaction*) adalah konsep penting dalam konsep pemasaran dan penelitian konsumen. Sudah menjadi pendapat umum bahwa jika konsumen merasa puas dengan suatu produk, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahu orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut. Jika mereka tidak puas, mereka cenderung beralih serta mengajukan keberatan kepada produsen dan bahkan menceritakannya kepada konsumen lainnya. Kepuasan mungkin paling mudah dimengerti jika digambarkan sebagai suatu evaluasi terhadap surprise yang melekat pada suatu pengakuisisian produk dan/atau pengalaman mengkonsumsi. Intinya, kepuasan adalah rangkuman kondisi psikologis yang dihasilkan ketika emosi yang mengelilingi harapan yang tidak cocok dilipat gandakan oleh perasaan-perasaan yang terbentuk dalam konsumen tentang pengalaman pengkonsumsian.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan cara atau Langkah-langkah yang dilakukan dalam rangka untuk mengumpulkan informasi atau data dengan tujuan tertentu.¹⁸

¹⁵ Philip Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran* jilid 2 edisi ke 13, (Penerbit Erlangga, 2008), hlm. 72.

¹⁶ Goklas Agus Efendi Sianturi “Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Ragusa Es Krim Italia” *jurnal hospitality dan pariwisata*, vol.3, no.1,(2021), hlm, 37.

¹⁷ Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: Alex Media Komputindo, 2002), hlm. 43.

¹⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D*, cetakan 26, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 2.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yakni penelitian dengan menggunakan analisis data statistik atau angka-angka teknik analisisnya menggunakan. Analisis regresi linier yaitu suatu alat peramalan nilai pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Tujuannya untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel X pertama dan variable X kedua terhadap variabel Y.¹⁹ Jenis Penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan rancangan penelitian deskriptif observasional. Penelitian digunakan untuk melihat gambaran dari fenomena, deskripsi kegiatan dilakukan secara sistematis dan lebih menekankan pada data factual dari pada penyimpulan. Penelitian observasi merupakan penelitian yg tidak melakukan manipulasi atau intervensi pada subyek peneliti. penelitian ini hanya melakukan pengamatan (observasi) pada subjek penelitian.²⁰

PEMBAHASAN DAN HASIL KAJIAN

Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *product moment* dengan taraf signifikan 5% atau $\alpha = 0.05$. apabila nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka indikator tersebut dikatakan valid dan jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} maka indikator tersebut dikatakan tidak valid. Karena respondennya adalah 30 maka r_{tabel} adalah 0,361 berdasarkan tabel dalam r_{tabel} .

Sebelum melakukan uji validitas antara r_{hitung} dengan r_{tabel} , terlebih dahulu harus dilakukan validitas dari setiap butir soal pada masing-masing variabel berdasarkan jumlah soal pertanyaan dalam angket yang telah dibuat. Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel, dimana dari variabel X1 terdiri dari 20 pertanyaan, X2 terdiri dari 19 pertanyaan dan Y terdiri dari 16 pertanyaan :

1. Variabel bebas pertama, dilambangkan dengan X1, yaitu Kualitas produk.
2. Variabel bebas kedua, dilambangkan dengan X2, yaitu Harga.
3. Variabel terikat ketiga, dilambangkan dengan Y, yaitu Kepuasan konsumen.

Adapun hasil validitas masing-masing variabel sebagaimana dalam tabel berikut:

Uji validitas Variable X1(Kualitas Produk) Pertama

Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,665	0,361	Valid
X1.2	0,764	0,361	Valid
X1.3	0,817	0,361	Valid
X1.4	0,739	0,361	Valid

¹⁹ Riduan dan Sunarto, *Pengantar Statistik Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi Dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm.108.

²⁰ Ibid., 98.

X1.5	0,807	0,361	Valid
X1.6	0,507	0,361	Valid
X1.7	0,432	0,361	Valid
X1.8	0,442	0,361	Valid
X1.9	0,189	0,361	Tidak Valid
X1.10	0,556	0,361	Valid
X1.11	0,556	0,361	Valid
X1.12	0,403	0,361	Valid
X1.13	0,654	0,361	Valid
X1.14	0,598	0,361	Valid
X1.15	0,602	0,361	Valid
X1.16	0,442	0,361	Valid
X1.17	0,492	0,361	Valid
X1.18	0,602	0,361	Valid
X1.19	0,442	0,361	Valid
X1.20	0,240	0,361	Tidak Valid

Sumber data : data primer diolah peneliti, 2023

Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan angka r hitung dengan r tabel. Jika r hitung $>$ r tabel maka item dikatakan valid dan sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel maka item tidak dikatakan valid.²¹ Untuk mencari r hitung menggunakan program SPSS, sedangkan untuk mencari r tabel perlu ditentukan terlebih dahulu nilai $df =$ derajat bebas $= n$ (jumlah responden) $- 2$ referensi $30 - 2 = 28$, serta $\alpha = 0.05$. dengan menggunakan r tabel *Product Moment* maka diperoleh nilai r tabel $= 0,361$.

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa Validitas variabel X_1 , yaitu Kualitas produk, terdapat beberapa item pertanyaan yang tidak valid yaitu sebanyak 2 pertanyaan. Hal ini menyebabkan pertanyaan yang berjumlah 20 tersisa 18 pertanyaan.

Uji validitas Variable X_1 (Kualitas Produk) Kedua

Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,665	0,361	Valid
X1.2	0,764	0,361	Valid
X1.3	0,817	0,361	Valid
X1.4	0,739	0,361	Valid
X1.5	0,807	0,361	Valid
X1.6	0,507	0,361	Valid
X1.7	0,432	0,361	Valid
X1.8	0,442	0,361	Valid
X1.9	0,556	0,361	Valid

²¹ Duwi Priyanto, *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengelolaannya Dengan SPSS*, (Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2016), hlm. 150.

X1.10	0,556	0,361	Valid
X1.11	0,403	0,361	Valid
X1.12	0,654	0,361	Valid
X1.13	0,598	0,361	Valid
X1.14	0,602	0,361	Valid
X1.15	0,442	0,361	Valid
X1.16	0,492	0,361	Valid
X1.17	0,602	0,361	Valid
X1.18	0,442	0,361	Valid

Sumber data : data primer diolah peneliti, 2023

Dari hasil pengujian validitas kembali pada tabel diatas, kusioner yang tersisa 18 ketika dilakukan uji kembali kusioner semua dinyatakan valid karena r hitung lebih dari r tabel yaitu 0,361.

Uji validitas Variable X2 (Harga) Pertama

Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
X2.1	0,651	0,361	Valid
X2.2	0,762	0,361	Valid
X2.3	0,819	0,361	Valid
X2.4	0,763	0,361	Valid
X2.5	0,774	0,361	Valid
X2.6	0,551	0,361	Valid
X2.7	0,441	0,361	Valid
X2.8	0,407	0,361	Valid
X2.9	0,319	0,361	Tidak Valid
X2.10	0,516	0,361	Valid
X2.11	0,408	0,361	Valid
X2.12	0,653	0,361	Valid
X2.13	0,608	0,361	Valid
X2.14	0,437	0,361	Valid
X2.15	0,556	0,361	Valid
X2.16	0,493	0,361	Valid
X2.17	0,229	0,361	Tidak Valid
X2.18	0,096	0,361	Tidak Valid
X2.19	0,264	0,361	Tidak Valid

Sumber data : data primer diolah peneliti, 2023

Dari hasil pengujian validitas variabel X2 yaitu Harga ketika dilakukan uji validitas dari 19 kusioner ada 4 kusioner yang dinyatakan tidak valid sehigga item tersebut perlu dibuang. Hal ini menyebabkan pertanyaan yang berjumlah 19 tersisa 15 pertanyaan.

Uji validitas Variable X2 (Harga) kedua

Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
X2.1	0,651	0,361	Valid
X2.2	0,762	0,361	Valid
X2.3	0,819	0,361	Valid
X2.4	0,763	0,361	Valid
X2.5	0,774	0,361	Valid
X2.6	0,551	0,361	Valid
X2.7	0,441	0,361	Valid
X2.8	0,407	0,361	Valid
X2.9	0,516	0,361	Valid
X2.10	0,408	0,361	Valid
X2.11	0,653	0,361	Valid
X2.12	0,608	0,361	Valid
X2.13	0,437	0,361	Valid
X2.14	0,556	0,361	Valid
X2.15	0,493	0,361	Valid

Sumber data : data primer diolah peneliti, 2023

Dari hasil pengujian validitas kembali pada tabel diatas, kusioner yang tersisa 15 ketika dilakukan uji kembali kuesioner semua dinyatakan valid karena r hitung lebih dari r tabel yaitu 0,361.

Uji validitas Variable Y (Kepuasan konsumen) pertama

Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
Y.1	0,572	0,361	Valid
Y.2	0,663	0,361	Valid
Y.3	0,808	0,361	Valid
Y.4	0,761	0,361	Valid
Y.5	0,557	0,361	Valid
Y.6	0,413	0,361	Valid
Y.7	0,557	0,361	Valid
Y.8	0,136	0,361	Tidak Valid
Y.9	0,527	0,361	Valid
Y.10	0,527	0,361	Valid
Y.11	0,343	0,361	Tidak Valid
Y.12	0,598	0,361	Valid
Y.13	0,403	0,361	Valid
Y.14	0,399	0,361	Valid

Y.15	0,335	0,361	Tidak Valid
Y.16	0,243	0,361	Tidak Valid

Sumber Data : Data Primer Diolah Peneliti, 2023

Dari hasil pengujian validitas variabel Y yaitu kepuasan konsumen ketika dilakukan uji validitas dari 16 kuesioner ada 4 kuesioner yang dinyatakan tidak valid sehingga item tersebut perlu dibuang.

Uji validitas Variable Y (Kepuasan konsumen) kedua

Item Pertanyaan	R hitung	tabel	Keterangan
Y.1	0,572	0,361	Valid
Y.2	0,663	0,361	Valid
Y.3	0,808	0,361	Valid
Y.4	0,761	0,361	Valid
Y.5	0,557	0,361	Valid
Y.6	0,413	0,361	Valid
Y.7	0,557	0,361	Valid
Y.8	0,527	0,361	Valid
Y.9	0,527	0,361	Valid
Y.10	0,598	0,361	Valid
Y.11	0,403	0,361	Valid
Y.12	0,399	0,361	Valid

Sumber data : data primer diolah peneliti, 2023

Berdasarkan dari hasil pengujian validitas kembali pada tabel diatas, kusioner yang tersisa 12 ketika dilakukan uji kembali kusioner semua dinyatakan valid karena r hitung lebih dari r tabel yaitu 0,361.

Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran data dapat memberikan hasil relatif konsisten atau tidak berbeda jika diukur ulang pada subyek yang sama sehingga dapat diketahui konsistensi atau keterandalan alat ukur (kusioner).

Untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan uji statistik adalah dengan melihat nilai *cronbach's alpha* (α), suatu variabel dikatakan *reliable* jika nilai *cronbach's alpha* (α) > 0,60. Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dijelaskan pada tabel berikut:

Uji reabilitas X1 (Kualitas produk)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items

.871	18
------	----

Berdasarkan tabel diatas dari hasil uji *reliable* variabel kualitas produk (X1) nilai *Cronbach's Alpha* nya adalah $0,871 > 0,60$ artinya data tersebut dapat dikatakan *reliable* untuk pengukuran dan penelitian berikutnya.

Uji reabilitas X2 (Harga)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.874	15

Berdasarkan tabel diatas dari hasil uji *reliable* variabel harga (X2) nilai *Cronbach's Alpha* nya adalah $0,874 > 0,60$ artinya data tersebut dapat dikatakan *reliable* untuk pengukuran dan penelitian berikutnya.

Uji reabilitas Y (Kepuasan konsumen)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.825	12

Berdasarkan tabel diatas dari hasil uji *reliable* variabel kepuasan konsumen (Y) nilai *Cronbach's Alpha* nya adalah $0,875 > 0,60$ artinya data tersebut dapat dikatakan *reliable* untuk pengukuran dan penelitian berikutnya.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah uji yang digunakan untuk mencari apakah ada hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah multikolinieraitas. Pengujian Multikolinieratis ini menggunakan uji *Tolerance* atau VIF. Metode pengambilan keputusan yaitu jika *Tolerance* lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10, Maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi masalah multikolinearitas.

Berdasarkan informasi tersebut, hasil perhitungan SPSS yang diperoleh untuk uji Multikolinearitas pada ketiga variabel adalah 0,695 untuk nilai *Tolerance* dan 1,440 untuk VIF. Artinya $0,695 > 0,1$ dan $1,440 < 10$, maka dapat

disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi masalah multikolinearitas. Berikut ini hasil output aplikasi SPSS Versi 23 dalam uji Multikolinearitas.

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	101.606	12.663		8.024	.000		
	Kualitas produk	-.315	.149	-.434	-2.109	.044	.695	1.440
	Harga	-.030	.162	-.038	-.184	.856	.695	1.440

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber data : data primer diolah peneliti, 2023

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Dalam uji ini peneliti menggunakan metode uji *Spearman's rho*. Metode pengambilan keputusannya adalah apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas, tetapi jika signifikansinya kurang dari 0,05 maka terjadi masalah heteroskedastisitas.

Berdasarkan informasi tersebut, hasil perhitungan SPSS yang diperoleh untuk uji heteroskedastisitas nilai signifikansi pada kualitas produk (X1) adalah 0,852 harga (X2) Sebesar 0,770 karena nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Berikut ini hasil output aplikasi SPSS Versi 23 dalam uji heteroskedastisitas.

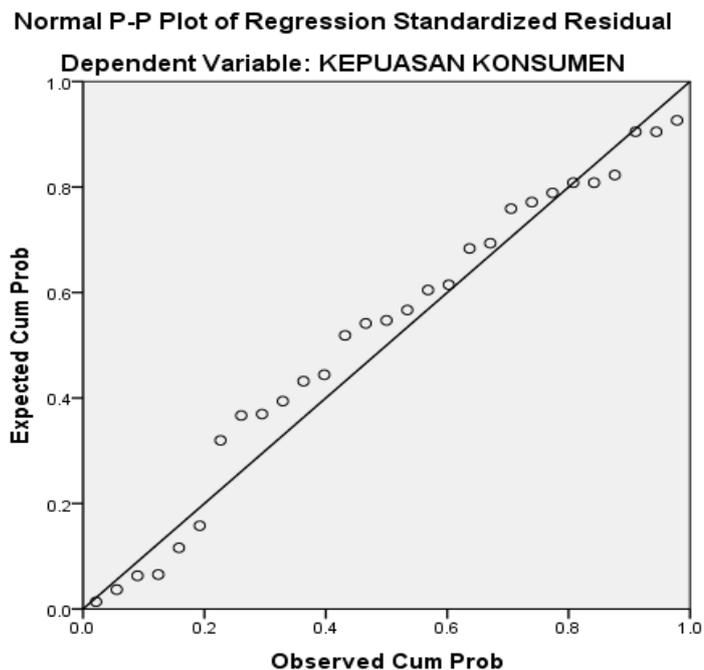
Correlations					
		KUALITAS PRODUK	HARGA	Unstandardized Residual	
Spearman's rho	KUALITAS PRODUK	Correlation Coefficient	1.000	.506**	.036
		Sig. (2-tailed)	.	.004	.852
		N	30	30	30
	HARGA	Correlation Coefficient	.506**	1.000	-.056
		Sig. (2-tailed)	.004	.	.770

		N	30	30	30
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.036	-.056	1.000
		Sig. (2-tailed)	.852	.770	.

Sumber data : data diolah oleh peneliti, 2023.

c. Uji Normalitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, nilai residual memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang berdistribusi normal atau mendekati normal sehingga data layak untuk diuji secara statistik. Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan metode normal probability plots. Dasar pengambilan keputusan adalah jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka residual terdistribusi normal.



Pada output di bawah ini dapat diketahui bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka data residual berdistribusi normal.

d. Uji Linearitas

Uji Linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel yang akan dikenal prosedur analisis statistik korelasional menunjukkan hubungan yang linier atau tidak. Metode untuk pengambilan keputusan untuk uji linieritas yaitu jika signifikansi pada *linierity* > 0,05 maka terdapat hubungan linier antara variabel

independen dan dependen, jika signifikansi pada *Linierity* < 0,05 maka tidak terdapat hubungan linier antara variabel independen dan dependen.

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Unstandar dized Residual * Unstandar dized Predicted Value	Betwe en Groups	(Combined)	206.000	15	617	856	.617
		Linearity	33.121	1	33.121	2.064	173
		Deviation from Linearity	172.879	14	12.349	769	.685
	Within Groups		224.667	4	16.048		
Total		430.667	29				

Sumber data : data diolah oleh peneliti, 2023.

PENUTUP

a. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisa Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Warung Bebek Goreng Cabang Purnama di Jl. Wahid Hasyim Kec.sampang Kabupaten Sampang. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan Konsumen Warung Bebek Goreng Cabang Purnama Di jl. Wahid Hasyim Kabupaten Sampang. Ini dibuktikan dari hasil Uji T bahwa variabel kualitas produk (X1) sebesar $2.713 > 2.048$ maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
2. Harga memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen warung bebek goreng cabang purnama di. Jl wahid Hasyim Kabupaten Sampang. Hal ini dibuktikan pada hasil Uji T Pada variabel Harga (X2) sebesar $2.865 > 2.048$. Maka dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
1. Kualitas produk dan harga memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen warung bebek goreng cabang purnama di. Jl wahid Hasyim Kabupaten Sampang. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh f hitung 10.918 sedangkan f tabel 3.35. Maka f hitung > f tabel. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variable bebas pertama (kualitas produk) dan variable bebas kedua (harga) berpengaruh terhadap variable terikat (kepuasan konsumen) dengan pengaruh sebesar 62,4 % .

b. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dijalankan ada beberapa saran yang dapat diajukan, sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Dalam penelian selanjutnya, disarankan untuk mengambil sampel yang lebih banyak, hal ini bertujuan untuk keakuratan data yang lebih baik dalam penelitiannya.
 - b. Melakukan penelitian yang berkelanjutan, hal ini agar dapat melihat dan menilai setiap perubahan perilaku responden dari waktu ke waktu.
 - c. Diharap adanya tambahan variabel lainnya yang mungkin juga mempengaruhi banyak hal dalam penelitian ini.
2. Bagi Warung Bebek Goreng Cabang Purnama
 - a. Diharapkan karyawan dapat meningkatkan kualitas produknya dan juga bisa menetapkan harga lebih baik lagi.
 - b. Kualitas produk dan harga sangat penting untuk diterapkan karena bisa meningkatkan kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Agus Irianto. *Statistik Konsep Dasar: Aplikasi, Dan Pengembangannya*. Jakarta: Prenamedia Group, 2015.
- Assauri, S. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2015.
- Daryanto. *Konsumen Dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta:GAVA MEDIA, 2014.
- Elidawaty Purba. *Metode Penelitian Ekonomi*. Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Irawan. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Alex Media Komputindo. 2016.
- Indrasari. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- J. Supranto. *Statistik Teori Dan Praktek*. Jakarta: Erlangga, 2019.
- Lukman Hakim. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Surakarta: Penerbit Erlangga, 2015.
- Philip Kothler Dan Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi Ke 13*. Penerbit: Erlangga,2008.
- Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium Jilid 2*. PT Prehallindo, Jakarta, 2019.
- Riduan Dan Sunarto. *Pengantar Statistik Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Rozalinda. *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2014.
- Sentot Imam Wahjono. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yokyakarta: Graha Ilmu, 2015.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Syofian Siregar. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Tehubijuluw Zacharias. *Metodelogi Penelitian Sosial Dan Aplikasi*. Sidoarjo: UwaisInspirasi Indonesia, 2019.

Jurnal

- Dian vitomo. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Ayam Penyet Jakarta Cabang Ringroad-Medan*. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Sumatera Utara, 2018.
- Dita Putri Anggraeni. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survy Pada Pelanggan Nasi Rawon Dirumah Makan Sakinaah Kota Pasuruan)*. Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang, Vol.37, No.1, Agustus, 2016.
- Duwi priyanto. *Belajar Alat Analisi Data Dan Cara Peneglolahanya Dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media, 2016.
- Ekky Suti Wibisono. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. UD. Rizky Barokah di Balongbendo. Skripsi, Universitas Bhayangkara Surabaya, 2019.
- Gede putu Kenny alvian. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal International Business Management Universitas Ciputra, Vol.5, No. 4, Oktober, 2020.
- Goklas Agus Efendi Sianturi. *Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Ragusa Es Krim Italia*. Jurnal Hospitality dan Pariwisata, Vol.3, No.1, 2021.
- Ni Made Arie Sulistyawati. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 8, 2015.
- Nelly Rizayanti. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Socolatte di Pidie Jaya*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh, 2022.
- Novi susanti. *Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Resto Betri Kecamatan Siman Kab. Ponorogo*. Skripsi, IAIN Ponorogo, Ponorogo, 2020.
- Pradal Sari. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Butik Online Shopping Di Kota Kaimana Papua Barat*. Skripsi, Universitas Muhammadiyah, Makassar, 2021.
- Ria Setia, Sasi Utami, dan Sri Rochani. *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Alfamart Jl. Jaksa Agung Suprpto No.11 Mojoroto-Kediri*. JIMEK, Vol. 1, No. 2, 2018.
- Siti aulia dan Tri Sudarwanto. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Manajemen, Vol. 7, No. 1, 2016.
- Tengku Putri Lindung Bulan. *Pengaruh Diversifikasi Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Juragan Jasmine Langsa*. Jurnal Manajemen dan Keuangan. Vol 6. No.1. 2016.
- Tulus Winarsum. *Statistika Dalam Penelitian Psikologi Dan Pendidikan*. Malang: UMM PRESS,2015.
- Yuliarmi dan Riyasa. *Analisis Faktor-Faktor Yjang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar*. Buletin Studi Ekonomi. Vol. 12. No.1. 2017.