

PENGARUH *FOOD QUALITY*, *BRAND IMAGE*, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KUE LAPIS KUKUS SURABAYA (Studi konsumen Lapis Kukus Surabaya di Kecamatan Sedati, Kabupaten Sidoarjo)

Oleh:

Karina Prameswari

Mas Oetarjo

Progam Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

November 2022



Pendahuluan

Makanan merupakan kebutuhan dasar dan sebagai sumber energi bagi manusia. Pangan erat kaitannya dengan keberlangsungan hidup terutama bagi manusia. Pada era globalisasi saat ini perkembangan usaha bisnis pada bidang kuliner terutama pada produk kue dan roti semakin berkembang pesat, mengingat produk makanan merupakan kebutuhan pokok bagi manusia sehingga banyak bermunculan pebisnis baru pada bidang kuliner ini yang menyebabkan persaingan menjadi semakin ketat.

Untuk mencapai tujuan suatu perusahaan dan merebut pangsa pasar, perusahaan harus dapat membuat inovasi yang berbeda pada produknya sehingga memiliki keunikan tersendiri agar lebih diminati oleh konsumen dari pada produk pesaing lainnya dan dapat tetap mempertahankan pangsa pasar. Karna keadaan dimana persaingan yang semakin ketat mengharuskan agar perusahaan dapat mempelajari kebutuhan dan keinginan konsumen, yang nantinya bisa digunakan untuk merancang strategi sehingga dapat menciptakan produk yang menjadi kepuasan pelanggan. Dengan harapan calon konsumen dapat tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha.

Terkait permasalahan tersebut, perlu dilakukannya sebuah penelitian untuk mendapatkan hasil secara ilmiah dan diharapkan dapat digunakan UMKM yang diteliti. Pada suatu usaha penting dan perlu diperhatikan kepuasan pada konsumen agar usaha dapat bertahan dipasaran. Kepuasan pelanggan akan tercapai apabila kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terpenuhi maka kepuasan telah tercipta [1]. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi yang disebabkan oleh keputusan pembelian tertentu dan pengalaman dalam mengkonsumsi barang atau jasa [2]. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya *Food Quality*, *Brand Image* dan Harga.

Faktor pertama yaitu *Food quality* merupakan keseluruhan ciri dari suatu produk pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang tersirat [3]. Faktor kedua, *Brand Image* atau citra merek merupakan suatu persepsi merek dengan dihubungkan melalui asosiasi merek yang melekat pada benak konsumen [4]. Faktor ketiga yaitu Harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya [5]. Penelitian yang terkait dengan *Food Quality*, *Brand Image* dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan telah dilakukan oleh peneliti terdahulu. Berdasarkan adanya kontradiktif pada hasil penelitian sebelumnya dengan ketidakkonsistenan hasil-hasil penelitian terdahulu mengenai *Food Quality*, *Brand Image* dan Harga terhadap kepuasan pelanggan maka dilakukannya penelitian kembali mengenai pengaruh variabel *Food Quality*, *Brand Image* dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan untuk mengetahui variabel-variabel yang akan diteliti tersebut berpengaruh atau tidaknya.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul PENGARUH *FOOD QUALITY*, *BRAND IMAGE* DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KUE LAPIS KUKUS SURABAYA (Studi konsumen Lapis Kukus Surabaya di Kecamatan Sedati, Kabupaten Sidoarjo).

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

1. Apakah *Food quality* pada Kue Lapis Kukus Surabaya dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kecamatan Sedati, Kabupaten Sidoarjo?
2. Apakah *Brand Image* pada Kue Lapis Kukus Surabaya dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kecamatan Sedati, Kabupaten Sidoarjo?
3. Apakah Harga pada Kue Lapis Kukus Surabaya dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kecamatan Sedati, Kabupaten Sidoarjo?

Metode

A. Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan oleh peneliti saat ini yaitu menggunakan metode kuantitatif. Penelitian dengan metode kuantitatif merupakan penelitian yang memperlihatkan hasil yang didapatkan dengan perhitungan statistik atau dengan pengukuran kuantifikasi lainnya [6].

B. Lokasi Penelitian

Lokasi yang dituju pada penelitian ini menggunakan objek pada Konsumen Kue Lapis Kukus Surabaya, yang terletak di Kecamatan Sedati kabupaten Sidoarjo.

C. Definisi Operasional, Identifikasi Variabel dan Indikator Variabel

1. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel ialah penjelasan mengenai tiap-tiap variabel yang akan digunakan pada penelitian ini dengan indikator-indikator yang membentuk variabel tersebut. Variabel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah *food quality*, *brand image*, harga dan kepuasan pelanggan.

Metode

2. Indikator Variabel

Variabel	Indikator
Food Quality [7]	<ol style="list-style-type: none">1. Rasa2. Porsi3. Variasi menu4. Cita rasa khas5. Higienis atau kebersihan6. Inovasi
Brand Image [8]	<ol style="list-style-type: none">1. Citra pembuat2. Citra pemakai3. Citra produk
Harga [9]	<ol style="list-style-type: none">1. Harga sesuai manfaat2. Harga terjangkau3. Persaingan harga4. Kesesuaian harga dengan kualitas
Kepuasan Pelanggan [10]	<ol style="list-style-type: none">1. Kesesuaian harapan2. Minat berkunjung kembali3. Ketersediaan merekomendasikan

Metode

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek penelitian dengan karakteristik serta kualitas tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya [11]. Populasi tidak hanya berarti individu atau item lain, tetapi mencakup karakteristik suatu objek. Populasi pada penelitian ini yaitu konsumen lapis kukus Surabaya (pahlawan) yang ada di kecamatan Sedati, kabupaten Sidoarjo dan tidak diketahui jumlahnya.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah yang dimiliki oleh populasi [11]. Pada penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *nonprobability sampling* dengan metode *sampling insidental*. *Sampling insidental* merupakan teknik dalam penentuan sampel berdasarkan kebetulan siapa saja konsumen kue lapis kukus Surabaya di Kecamatan Sedati yang dianggap sesuai dan cocok oleh peneliti sebagai sumber data. Karena populasi pada penelitian ini tidak dapat diketahui jumlahnya dengan pasti, maka besar sampel yang akan digunakan menggunakan rumus sebagai berikut [12] :

$$n = \frac{Z^2}{4 (Moe)^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

Z = skor kepercayaan 95% = 1,96

Moe = Tingkat kesalahan maksimum : 10%

Maka :

$$n = \frac{1.96^2}{4 (10\%)^2}$$

n = 96,04 dibulatkan menjadi 96

Dari perhitungan diatas dapat diperoleh jumlah minimal 96,04 kemudian dibulatkan menjadi 96. Maka penelitian ini mengambil sebuah sampel dengan jumlah 96 konsumen sebagai responden.

Metode

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung [11]. Data didapatkan secara langsung melalui tempat objek penelitian dari hasil kuesioner yang diberikan kepada konsumen Kue Lapis Kukus Surabaya yang ada di Kecamatan Sedati.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari beberapa sumber-sumber terdahulu yang telah ada untuk mendukung adanya data primer yang telah diperoleh [11]. Dari sumber data tersebut akan diolah untuk dijadikan sebagai acuan dalam penelitian yang akan dilakukan.

F. Analisis Data

Analisis data merupakan proses dalam mencari dan menyusun data secara sistematis dari hasil wawancara dan catatan lapangan dengan mengorganisasi data ke dalam kategori, menjabarkan, menyusun kedalam pola-pola, dan membuat kesimpulan sehingga lebih mudah dipahami [11].

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur seberapa cermat sebuah pernyataan pada kuesioner yang ditanyakan kepada responden [13]. Penelitian ini menggunakan metode perhitungan uji validitas yaitu metode korelasi pearson dengan melihat nilai signifikan yang terdapat pada tabel, suatu penelitian dinyatakan valid apabila nilai signifikan $>0,05$ dan penelitian dikatakan tidak valid apabila nilai signifikan menunjukkan $<0,05$.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengukur atau mengetahui seberapa besar konsistensi jawaban responden pada kuesioner yang dibagikan oleh peneliti [13]. Variabel dapat dikatakan valid realibel apabila jawaban dari responden pada kuesioner konsisten dari waktu ke waktu dan nilai *Cronbach alpha* menunjukkan nilai $\alpha >0,6$ maka dapat dikatakan reliable.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data-data yang akan diuji mempunyai distribusi normal atau tidak [14]. Apabila nilai signifikan $>0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal atau sebaliknya apabila nilai signifikan $<0,05$ maka data tersebut dikatakan tidak berdistribusi normal.

Metode

4. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan bentuk pengujian data untuk mengetahui ada tidaknya korelasi pada variabel bebas dalam model regresi [14]. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat melalui nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai toleransi $>0,1$ dan nilai VIF <10 maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen tidak terjadi multikolinieritas.

5. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji data pada model regresi apakah terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Apabila nilai signifikan $>0,05$ maka sebuah model regresi tersebut tidak terjadi heterokedastisitas [14].

6. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya pada variabel bebas terhadap variabel terikat [14]. Adapun rumus regresi linier berganda dalam persamaan ini sebagai berikut [15] :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

G. Penguji Hipotesis

1. Uji T (Uji Hipotesis Parsial)

Uji statistik T dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat) dengan melihat nilai signifikannya $>0,05$ maka hipotesis ditolak. Apabila nilai signifikannya $<0,05$ maka hipotesis penelitiannya diterima [14].

2. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat, baik secara parsial maupun simultan. Nilai R^2 terletak pada $(0 < R^2 < 1)$, apabila nilai R^2 kecil maka kemampuan variabel-variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat sangat terbatas. Namun apabila nilai R^2 mendekati angka satu, maka variabel-variabel bebas menjelaskan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat [14].

Hasil

A. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Variabel	Indikator	Correlation (r hitung)	r tabel	Sig.	Keterangan
Food Quality		0,651	0,200	0,000	Valid
	X1.1				
	X1.2	0,633	0,200	0,000	Valid
	X1.3	0,543	0,200	0,000	Valid
	X1.4	0,758	0,200	0,000	Valid
	X1.5	0,612	0,200	0,000	Valid
Brand Image	X1.6	0,676	0,200	0,000	Valid
	X2.1	0,739	0,200	0,000	Valid
	X2.2	0,743	0,200	0,000	Valid
Harga	X2.3	0,816	0,200	0,000	Valid
	X3.1	0,819	0,200	0,000	Valid
	X3.2	0,763	0,200	0,000	Valid
	X3.3	0,813	0,200	0,000	Valid
Kepuasan Pelanggan	X3.4	0,806	0,200	0,000	Valid
	Y.1	0,728	0,200	0,000	Valid
	Y.2	0,732	0,200	0,000	Valid
	Y.3	0,824	0,200	0,000	Valid

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa semua pernyataan masing-masing indikator pada setiap variabel *Food Quality*, *Brand Image*, *Harga* dan *Kepuasan Pelanggan* menunjukkan bahwa nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0,200. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen dan dependen pada penelitian ini dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Hasil

2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Pernyataan	Keterangan
Food Quality	0,713	6	Reliabel
Brand Image	0,646	3	Reliabel
Harga	0,809	4	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,638	3	Reliabel

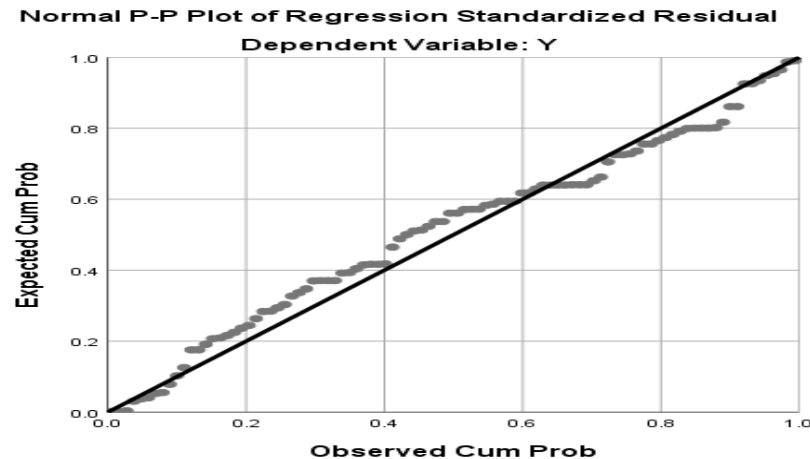
Dari data tabel diatas diketahui bahwa variabel *Food Quality*, *Brand Image*, *Harga* dan *Kepuasan Pelanggan* semuanya memiliki nilai lebih besar dari 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel tersebut dapat dikatakan reliable dan dapat digunakan sebagai bahan penelitian.

Hasil

B. Uji Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas



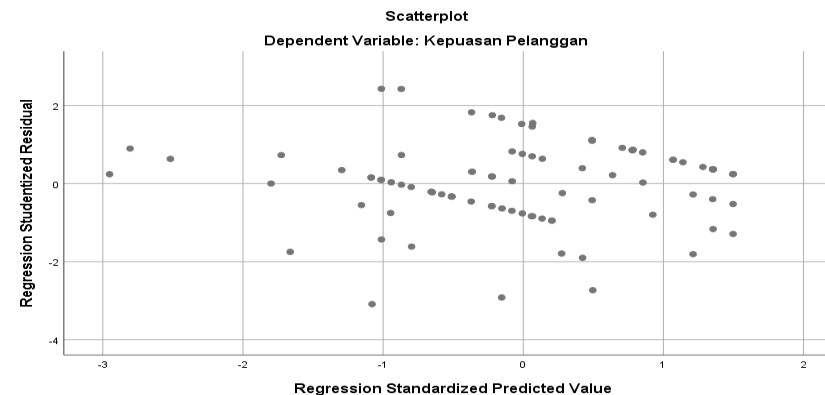
Berdasarkan uji normal *probability plot* dalam bentuk grafik, data dikatakan normal apabila data menyebar disekitar diagonal dan mengikuti garis lurus diagonal maka data tersebut menunjukkan distribusi normal. Seperti gambar grafik normal *probability plot* diatas.

Hasil

b) Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Food Quality	.552	1.810
	Brand Image	.544	1.839
	Harga	.627	1.596

c) Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan gambar scatterplot diatas dapat diketahui bahwa residual menyebar secara tidak beraturan, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terjadi heterokedastisitas.

Hasil

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	2.660	1.338	
	Food Quality	.159	.065	.261
	Brand Image	.162	.113	.154
	Harga	.240	.069	.349

Berdasarkan tabel diatas, didapat persamaan rerresi linier berganda dengan rumus berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 2660 + 0,159 X_1 + 0,162 X_2 + 0,240 X_3 + e$$

C. Pengujian Hipotesis

1. Uji T (uji hipotesis parsial)

Uji T dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara parsial pada variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat) dengan melihat nilai signifikannya $>0,05$ maka hipotesis ditolak. Apabila nilai signifikannya $<0,05$ maka hipotesis penelitiannya diterima.

Hasil

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.660	1.338		1.989	.050
	Food Quality	.159	.065	.261	2.450	.016
	Brand Image	.162	.113	.154	1.430	.156
	Harga	.240	.069	.349	3.483	.001

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui hasil menggunakan tingkat kepercayaan nilai $T_{tabel} = t(\alpha/2; n-k-1) = t(0,05/2; 96-3-1) = (0,025; 92) = 1,986$, maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,986. Sehingga dapat disimpulkan sebagai berikut :

- *Food Quality*

Nilai t_{hitung} pada variabel *Food quality* sebesar $2,450 > 1,986$ dan nilai signifikan $0,016 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan *food quality* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

- *Brand image*

Nilai t_{hitung} pada variabel *brand image* sebesar 1,430 lebih kecil dari t_{tabel} 1,986 dan nilai signifikan $0,156 > 0,05$ yang berarti H_0 diterima dan H_2 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa *brand image* tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

- *Harga*

Diketahui nilai signifikan $0,001 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar 3,483 lebih besar dari 1,986 yang berarti H_0 ditolak dan H_3 diterima. Sehingga dapat disimpulkan variabel harga berpengaruh parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil

2. Uji Koefisiendeterminasi

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.650 ^a	.422	.404		1.328

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah 0,404 atau sebesar 40,4%. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *food quality*, *brand image* dan harga dalam menjelaskan variabel kepuasan pelanggan sebesar 40,4% dan sisanya sebesar 59,6% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Pembahasan

- *Food quality* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan membuktikan bahwa *food quality* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa produk Kue Lapis Kukus (Pahlawan) Surabaya memiliki kualitas yang baik. Hal ini dapat diartikan bahwa produk Kue Lapis Kukus (Pahlawan) Surabaya memiliki tingkat higienitas produk yang baik dan tetap menjaga kualitas rasa pada produk dengan selalu menggunakan bahan-bahan yang berkualitas. Kue Lapis Kukus (Pahlawan) Surabaya selalu berinovasi dalam membuat produk agar tidak monoton, memiliki berbagai macam varian rasa produk sehingga membuat konsumen tidak merasa bosan dengan banyak pilihan. Serta memiliki cita rasa yang khas tersendiri dan porsi produk yang sesuai standar produk makanan pada umumnya.

Hasil penelitian didukung dengan penelitian terdahulu oleh Windarti dan Ibrahim (2017) yang membuktikan bahwa kualitas makanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan [16].

- *Brand image* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian membuktikan bahwa *brand image* tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen pada produk Kue Lapis Kukus (Pahlawan) Surabaya tidak lagi memandang citra merek suatu produk sebagai acuan pembelian.

Hasil penelitian ini didukung dari penelitian terdahulu oleh Gunardi dan Erdiansyah (2019) yang membuktikan bahwa citra merek (*brand image*) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan [17].

- Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa produsen Kue Lapis Kukus (Pahlawan) Surabaya telah memberikan harga yang terbaik untuk konsumen. Hal ini dapat diartikan bahwa produk Kue Lapis Kukus (Pahlawan) Surabaya menawarkan harga yang sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumen dengan memberikan kualitas produk yang sesuai dengan harga yang ditentukan dan harga yang cukup terjangkau. Serta harga yang diberikan produsen Kue Lapis Kukus (Pahlawan) Surabaya cukup tergolong ekonomis.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan Aulia dan Hidayat (2017) yang membuktikan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan [18]. Juga penelitian yang dilakukan oleh Santoso (2021) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan [19].

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dari penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan ilmu dan wawasan mengenai Pengaruh Food quality, brand image, dan harga terhadap kepuasan konsumen di Kecamatan Sedati, Kabupaten Sidoarjo pada kue lapis kukus Surabaya. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan kajian untuk peneliti lain pada suatu universitas..

2. Manfaat Praktis

a) Bagi perusahaan

Dari penelitian yang telah dilakukan diharapkan dapat bermanfaat serta memberikan suatu informasi sebagai bahan pertimbangan untuk kelanjutan usaha dari Kue Lapis Kukus Surabaya terhadap kepuasan pelanggan. Serta dapat menjadi bahan evaluasi bagi pemilik usaha kue lapis kukus Surabaya untuk terus berupaya dan berinovasi pada produk yang dijual untuk mengembangkan usahanya.

b) Bagi Peneliti

Dari penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan ilmu yang bermanfaat serta menambah wawasan lebih bagi peneliti, Dan juga diharapkan kegiatan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lain dan bermanfaat untuk peneliti lain di masa yang akan datang.

c) Bagi Universitas

Hasil penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat bermanfaat bagi universitas serta sebagai sumbangan untuk ide pemikiran sehingga dapat dijadikan penambah referensi peneliti lain pada prodi Manajemen Pemasaran mengenai pengaruh food quality, brand image dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

Referensi

- [1] Tjiptono, Fandy. 2005. Strategi Pemasaran I. Edisi kedua. Yogyakarta: Andi Offset.
- [2] Bahrudin, Muhammad & Siti Zuhro. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, Vol.3. No.1.
- [3] Daga, Rosnaini. 2017. Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan. Makassar: Goba Research and Consulting Institute.
- [4] Rangkuti, Freddy. (2009). Strategi Promosi Yang Kreatif. Edisi Pertama. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [5] Indrasari, Meithiana. (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya : Unitomo Press.
- [6] Sujarweni, V. Wiratna. (2015). Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru Press..
- [7] Sugianto, Jimmy dan Sugiono Sugiharto. (2013). Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality dan Price Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Vol.1. No.2.
- [8] Aaker, David & Alexander L. Biel. (2009). Brand Equity and Advertising: Advertising Role In Building Strong Brand. Hillsdale : Lawrence Erlbaum Associates, Inc.,...
- [9] Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1. Jakarta : Erlangga..
- [10] Tjiptono, Fandy. (2014). Strategi Pemasaran. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi Offset.
- [11] Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [12] Kharis, Ismu Fadli. (2011). Studi Mengenai Impulse Buying Dalam Penjualan Osnlne (Studi kasus di lingkungan universitas diponegoro semarang). Semarang : Universitas Diponegoro.
- [13] Priyatno, Duwi. (2014). SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis. Yogyakarta: CV. Andi.
- [14] Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25 Edisi 9 (ST-107). Semarang : Universitas Diponegoro.
- [15] Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung : PT Alfabeta.
- [16] Windarti, Tias & Mariaty Ibrahim. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu. Jom FISIP, Vol.4. No.2.
- [17] Gunardi, Charlie G. & Rezi Erdiansyah. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku. Jurnal Prologia, Vol.3. No.2.
- [18] Aulia, Maslikhatul & Imam Hidayat. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies. Journal of Chemical Information and Modeling, Vol.6. No.5.
- [19] Santoso, Rizki R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Lapis Kukus Pahlawan Surabaya di Toko Rania. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol.10, No.2.

