

Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Setan Prigen Pasuruan.

Oleh :

Nailahtul Muazaroh

Rizky Eka Febriansah, S. MB., M.S.M. Selaku Dosen Pembimbing

Program Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

2023

Pendahuluan (Fenomena)

Industri kuliner mengalami peningkatan jumlah perusahaan di era modern, yang masing – masing memiliki keunggulan dan ciri khas. Semua kelompok umur menganggap bisnis makanan ini menarik, terutama bagi kaum milenial (Laili & Budiarti, 2023). Indonesia memiliki banyak restoran populer, yang menyebabkan banyak persaingan ketat antar vendor. Oleh karena itu, para pelaku industri kuliner harus menciptakan strategi yang menarik dari segi biaya, rasa dan tingkat pelayanan.

Menurut (Pebriantika et al., 2022) di tengah meningkatnya persaingan, perusahaan berusaha untuk menjadi pemenang dengan menampilkan penawaran terbaik mereka dan memenuhi preferensi konsumen mereka yang terus berkembang. Pelaku usaha harus mampu membangun keunggulan kompetitif atas harga, kualitas produk dan kualitas pelayanannya dalam upaya memuaskan konsumen agar dapat memenangkan persaingan yang semakin ketat.

Pendahuluan (GAP)

1. Harga

Menurut penelitian (Istiyono & Rizal, 2022). Adalah salah satu penelitian yang menunjukkan dampak positif dan signifikan penetapan harga terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan menurut kajian (Sudarsono et al., 2022) harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pendahuluan (GAP)

2. Kualitas Produk

Menurut (Ibrahim & Thawil, 2019) ada pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian (Ahmad Afan Zain, 2022) menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pendahuluan (GAP)

3. Kualitas Pelayanan

Di sisi lain menurut (Nursakinah et al., 2022) yang membuktikan bahwa kualitas layanan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan kepada kepuasan bagi konsumen. Penelitian lain, (Mariansyah & Syarif, 2020) seperti, menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai dampak negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

- Rumusan Masalah : Dalam penelitian ini untuk melihat pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat menentukan signifikan atau tidaknya suatu variabel.
- Pertanyaan Penelitian : Apakah Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Mie Setan Prigen Pasuruan?

Literatur Review

1. Harga (X1)

Harga menurut (Raissa Aprita Nur Maharani, 2022) adalah nilai yang biasanya di representasikan dalam istilah moneter (biasa berhubungan dengan uang) yang harus diberikan untuk memiliki, memanfaatkan atau mengonsumsi barang dan jasa guna memuaskan diri sendiri. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa masyarakat biasanya mengharapkan kualitas yang bagus ketika harga cukup tinggi, dan ekspektasi ini akan mempengaruhi persepsi mereka yang sebenarnya.

2. Kualitas Produk (X2)

menurut (Istiyono & Rizal, 2022) konsep dan pengaturan item produk yang berbeda – beda dan bermacam – macam variasi, mulai dari yang sangat kreatif hingga yang hanya merupakan modifikasi sederhana dari produk yang sudah ada. Berdasarkan sudut pandang diatas, dapat disimpulkan bahwa sejauh mana suatu barang atau jasa layak untuk digunakan, dapat memuaskan konsumen, dan dapat mengatasi segala kekurangan dalam hal inovasi, itulah yang menentukan kualitasnya.

Pendahuluan (Literatur Review)

1. Kualitas Pelayanan (X3)

Menurut (Sabda Puta Mediti, 2020) sejauh mana perbedaan harapan dan layanan actual yang mereka terima dikenal sebagai kualitas pelayanan. Dengan membandingkan pendapat konsumen mengenai pelayanan yang sebenarnya mereka terima dengan harapan mereka, maka kualitas pelayanan dapat dipuaskan.

2. Kepuasan Konsumen (Y)

Sebagaimana dinyatakan dalam (Aditia et al., 2020) “kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat suatu produk dan jasa dirasakan (diterima) sesuai dengan apa yang di harapkan oleh konsumen”. Berdasarkan definisi yang di berikan di atas, dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki kemampuan untuk menilai tingkat kualitas suatu produk atau jasa. Konsumen akan mengalami tingkat kebahagiaan atau kepuasan unik yang muncul dalam hati mereka jika mereka merasakan lebih dari hasil penilaian mereka terhadap kualitas yang mereka gunakan, dan sebaliknya.

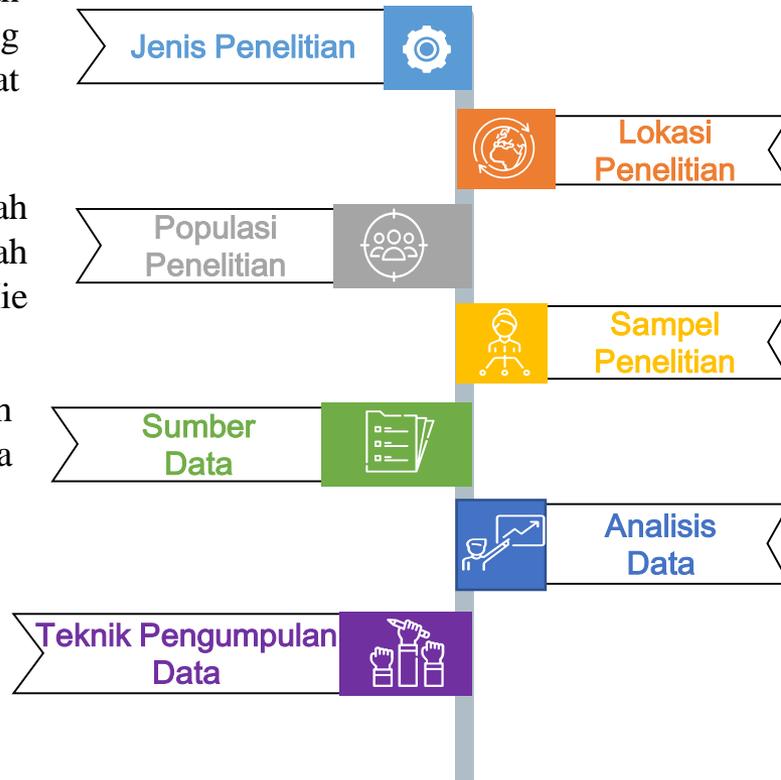
Metode Penelitian

Menggunakan jenis metode kuantitatif, dimana penelitian ini berupa data angka yang akan dianalisis dengan alat statistik.

Populasi penelitian ini adalah mereka yang sudah pernah mencoba dan makan di Mie Setan lebih dari 2x.

Data primer yang diperoleh dari data responden berupa kuesioner

Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dilengkapi dengan skala likert.

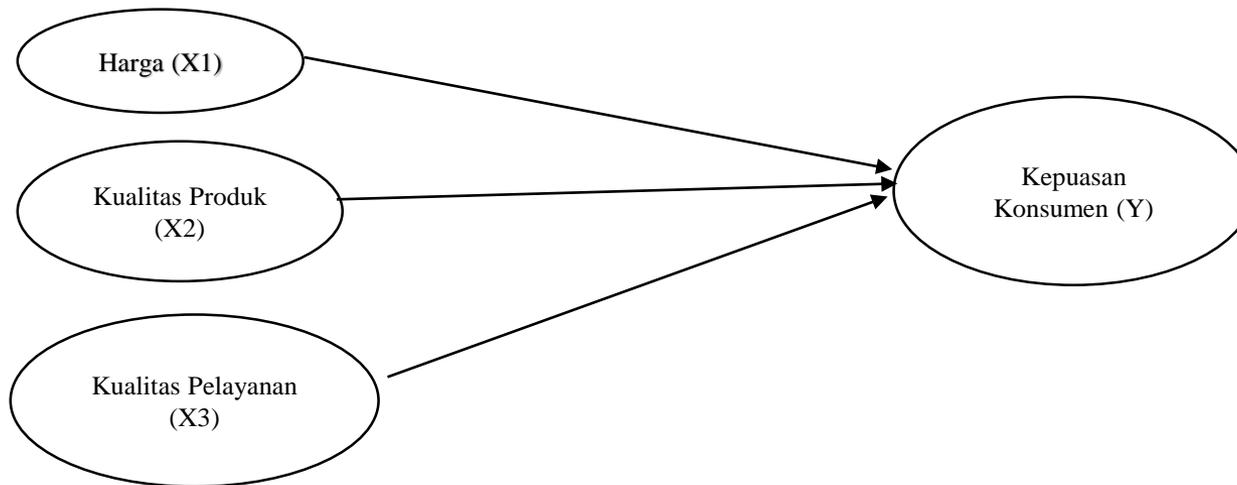


Adapun lokasi penelitian ini di Mie Setan Di Prigen Pasuruan.

Teknik pada penelitian ini menggunakan non probability sampling adalah accidental sampling dengan rumus lemeshow sebanyak 100 responden .

Analisis data ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS versi 25.

Kerangka Konseptual



Berdasarkan kerangka konseptual diatas maka hipotesis penelitian sebagai berikut :

H1: Biaya atau harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

H2: Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

H3: Kualitas pelayanan terbukti berpengaruh kepada kepuasan konsumen

Hasil Dan Pembahasan

Analisis Deskriptif

Umur					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-20	31	29.8	29.8	29.8
	21-30	73	70.2	70.2	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

Tabel 1

Berdasarkan tabel 1 dapat di ketahui dengan jumlah 100 responden berdasarkan umur 17 – 20 sebanyak 29% dan 21 – 30 sebanyak 70%.

Menurut (Syafriada Hafni Sahir 2022) Analisis Deskriptif di pakai untuk menilai variabel tanpa melakukan perbandingan atau mencari korelasi dengan variabel lainnya.

Hasil Dan Pembahasan

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	26	25.0	25.0	25.0
	Perempuan	78	75.0	75.0	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

Tabel 2

Bedasarkan tabel 2 sebanyak 25% di antaranya berjenis kelamin laki – laki dan 75% berjenis kelamin perempuan.

Hasil Dan Pembahasan

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Swasta	12	11.5	11.5	11.5
	Pelajar/Mahasiswa	83	79.8	79.8	91.3
	Lainnya	9	8.7	8.7	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

Tabel 3

Lalu pada tabel 3 presentasi responden berdasarkan pekerjaan 11% pekerja swasta, 79% pelajar atau mahasiswa, dan sisanya sebanyak 8%.

Hasil Dan Pembahasan

Uji Validitas

Item	R hitung	R tabel	Kesimpulan
X1.1	0,791	0,195	Valid
X1.2	0,825	0,195	Valid
X1.3	0,732	0,195	Valid
X1.4	0,815	0,195	Valid
X2.1	0,824	0,195	Valid
X2.2	0,856	0,195	Valid
X2.3	0,834	0,195	Valid
X2.4	0,839	0,195	Valid
X3.1	0,781	0,195	Valid
X3.2	0,839	0,195	Valid
X3.3	0,886	0,195	Valid
X3.4	0,793	0,195	Valid
X3.5	0,802	0,195	Valid
Y.1	0,902	0,195	Valid
Y.2	0,894	0,195	Valid

Dari hasil Pengujian Validitas yang sudah dilakukan diatas, dapat disimpulkan bahwa setiap item pada setiap variabel memiliki nilai r hitung yang melebihi nilai r tabel (0,195). Oleh karena itu, dapat dipastikan bahwa instrumen penelitian telah terbukti valid dan dapat dipergunakan dalam penelitian ini.

Hasil Dan Pembahasan

Uji Reliabilitas

Tujuan dari Pengujian Reliabilitas dalam penelitian ini adalah untuk menentukan apakah data yang di kumpulkan melalui kuesioner dapat di percaya dan mampu menggambarkan informasi yang akurat. Pengujian reliabilitas di lakukan dengan memeriksa nilai Cronbach's Alpha dari setiap variabel. Suatu variabel di anggap memiliki reliabilitas yang baik jika mendapatkan nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,60 (Ursachi, Horodnic, and Zait 2015).

Variabel	Alpha	Keterangan
X1	0,795	Reliabel
X2	0,855	Reliabel
X3	0,875	Reliabel
Y	0,760	Reliabel

Dari hasil Pengujian Reliabilitas di atas, dapat di simpulkan bahwa setiap variabel instrument penelitian ini mendapatkan nilai Cronbach's Alpha 0,6. Sehingga kuesioner dalam penelitian ini dapat di katakan reliabel

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.92474793
Most Extreme Differences	Absolute	.126
	Positive	.126
	Negative	-.103
Kolmogorov-Smirnov Z		1.259
Asymp. Sig. (2-tailed)		.084
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Menurut (Syafriada Hafni Sahir 2022) Pengujian Normalitas bertujuan untuk menentukan apakah variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi yang normal atau tidak. Sebuah model regresi yang baik seharusnya menunjukkan analisis grafik statistik yang memenuhi syarat, dimana jika nilai signifikannya lebih dari 0,5 maka dikatakan berdistribusi normal dan sebaliknya jika nilai signifikannya kurang dari 0,5 maka di katakan tidak berdistribusi normal.

Berdasarkan tabel di atas di ketahui bahwa nilai K-S sebesar 1,259 dan nilai signifikannya sebesar 0,084 sehingga dapat di simpulkan bahwa pada penelitian ini penyebaran data berdistribusi normal karena nilai signifikannya lebih dari 0,5..

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.026	.741		.036	.972		
	Harga	.128	.062	.205	2.065	.042	.432	2.315
	Kualitas Produk	.117	.068	.213	1.706	.091	.273	3.660
	Kualitas Pelayanan	.205	.050	.433	4.141	.000	.389	2.570

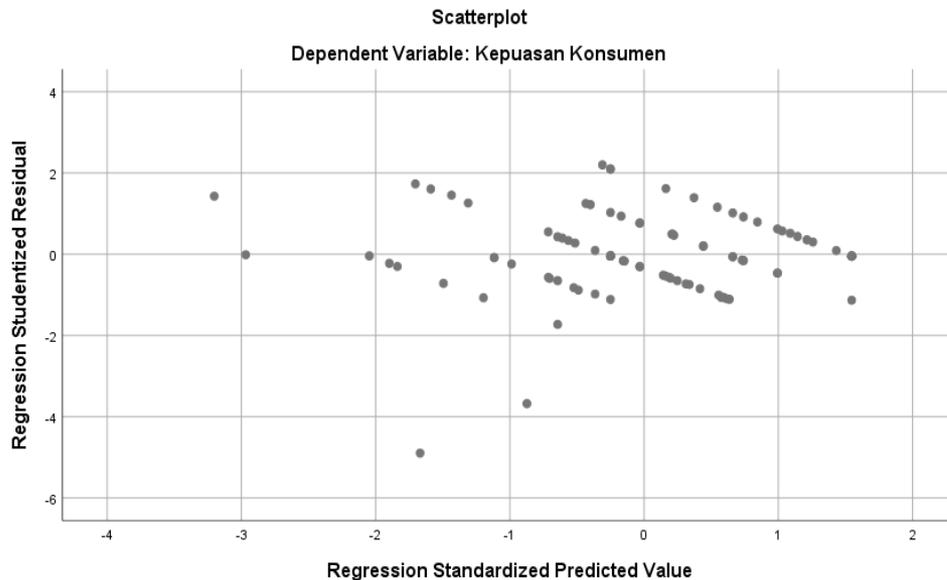
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Menurut (Syafrida Hafni Sahir 2022) Pengujian Multikolineritas di lakukan untuk menentukan apakah terdapat kolerasi yang kuat antara variabel independen. Metode yang di gunakan untuk mendeteksi Multikolineritas meliputi Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance. Dengan ketentuan jika nilai Tolerance lebih dari 0,1 dan nilai VIF tidak lebih dari 10 artinya bahwa tidak adanya multikolineritas antar variabel independent yang nilainya lebih dari 95%.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan nilai tolerance variabel X1 sebesar 0,432 dengan nilai VIF sebesar 2,315. Sedangkan variabel X2 sebesar 0,273 dengan nilai VIF sebesar 3,660. Dan nilai variabel X3 sebesar 0,389 dengan nilai VIF sebesar 2,570.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Heteroskedastisitas



Menurut (Syafriada Hafni Sahir 2022) adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengalaman lain. Ketentuan pengambilan keputusan uji heterokedastisitas adalah jika titik – titik membentuk pola gelombang lebar yang kemudian menyempit, itu menandakan adanya gejala heterokedastisitas. Sebaliknya, jika titik – titik tersebar tanpa pola yang jelas di angka 0, itu menunjukkan tidak adanya gejala heterokedastisitas.

Berdasarkan gambar di atas dapat di jelaskan bahwa titik – titik data menyebar secara acak berada di bawah dan di atas angka 0 serta penyebaran tersebut tidak membentuk pola bergelombang, melebar, menyempit yang dapat di artikan bahwa penyebaran titik – titik data tidak membentuk sebuah pola. Oleh karena itu, dapat di simpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dan model regresi yang baik dapat di penuhi.

Hasil Dan Pembahasan

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.026	.741		.036	.972
	Harga	.128	.062	.205	2.065	.042
	Kualitas Produk	.117	.068	.213	1.706	.091
	Kualitas Pelayanan	.205	.050	.433	4.141	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Hasil Dan Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, dapat di peroleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + \dots + b_n.X_n$$

$$Y = 0,026 + 0,128 X_1 + 0,117 X_2 + 0,529 X_3$$

Dari persamaan di atas, dapat di uraikan sebagai berikut:

- a. Nilai a sebesar 0,026 menunjukkan tingkat konstan, di mana jika variabel Harga (X1), Kualitas Produk(X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) adalah 0 maka kepuasan konsumen akan tetap sebesar 0,026 dengan asumsi variabel lain tetap.
- b. Nilai b1 (nilai koefisien regresi X1) yang sebesar 0,128 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan dalam harga akan mengakibatkan peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,128 dan sebaliknya, setiap penurunan kepuasan konsumen sebesar 0,128 dengan asumsi variabel lain tetap.
- c. Nilai b2 (nilai koefisien regresi X2) yang sebesar 0,117, menunjukkan bahwa setiap kenaikan Kualitas Produk sebesar satu satuan akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0,117 dan sebaliknya setiap penurunan kepuasan konsumen sebesar 0,117 dengan asumsi variabel lain tetap.
- d. Nilai b3 (nilai regresi X3) sebesar 0,529, menunjukkan bahwa setiap kenaikan Kualitas Pelayanan sebesar satu satuan akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0,529 dan sebaliknya setiap penurunan kepuasan konsumen sebesar 0,529 dengan asumsi variabel lain tetap.

Hasil Dan Pembahasan

Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.026	.741		.036	.972
	Harga	.128	.062	.205	2.065	.042
	Kualitas Produk	.117	.068	.213	1.706	.091
	Kualitas Pelayanan	.205	.050	.433	4.141	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Hasil Dan Pembahasan

Untuk menentukan nilai t tabel, di gunakan rumus dengan menghitung derajat kebebasan (dk) yaitu $100-3-1 = 96$, dengan nilai tingkat signifikan (α) sebesar 0,05 (5%). Dari tabel distribusi t dengan derajat kebebasan 96, di peroleh nilai t tabel sebesar 1,660. Dengan hasil pada tabel tersebut, dapat di putuskan sebagai berikut :

1. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil uji t di dapatkan nilai hitung sebesar 2,065 serta nilai signifikan sebesar 0,042. Maka hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai t hitung $2,065 > t$ tabel 1,660 dan nilai signifikan $0,042 < 0,05$. Yang berarti H1 di terima, di mana variabel Harga (X1) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Mie Setan Prigen Pasuruan.

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil uji t di dapatkan nilai hitung sebesar 1,706 serta nilai signifikan sebesar 0,091. Maka hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai t hitung $1,706 > t$ tabel 1,660 dan nilai signifikan $0,091 < 0,05$. Yang berarti H2 di terima, di mana variabel Kualitas Produk (X2) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Mie Setan Prigen Pasuruan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil uji t di dapatkan nilai hitung sebesar 4,141 serta nilai signifikan 0,000. Maka hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai t hitung $4,141 > t$ tabel 1,660 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Yang berarti H3 di terima, di mana variabel Kualitas Pelayanan (X3) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Mie Setan Prigen Pasuruan.

Hasil Dan Pembahasan

Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	123.099	3	41.033	46.529	.000 ^b
	Residual	84.661	96	.882		
	Total	207.760	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk						

Hasil analisis dari tabel di atas menunjukkan bahwa nilai F sebesar 46.529, dengan nilai probabilitas (sig) sebesar $0,000 > 0,05$. Dari temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa secara silmutan, variabel Harga, Kaulitas Produk, dan Kualitas Pelayanan memiliki dampak yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Oleh karena itu, hipotesis dapat di setujui.

Hasil Dan Pembahasan

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.770 ^a	.593	.580	.93909
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk				

Setelah menganalisis data yang ada dalam tabel di atas, di temukan nilai (R Square) sebanyak 0,593. Hasil temuan tersebut, dapat di putuskan bahwa secara silmutan, variabel Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan berkontribusi sebanyak 59% terhadap Kepuasan Konsumen, sementara 41% sisanya di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pembahasan dari hasil uji hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil dari analisis hipotesis menunjukkan bahwa harga memiliki dampak negatif dan signifikan terhadap kepuasan Konsumen. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pebriantika et al. 2022) menyatakan bahwa dampak harga terhadap kepuasan konsumen tidak signifikan. Hal ini dikarenakan harapan konsumen terhadap harga belum sepenuhnya terpenuhi, dan salah satu cara untuk meningkatkan kepuasan konsumen adalah dengan memenuhi harapan ini, sehingga konsumen dapat menjadi lebih loyal kepada perusahaan.
2. Dampak Kualitas Produk kepada Kepuasan Konsumen. Dari hasil analisis hipotesis yang telah dilakukan, disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki dampak langsung yang positif dan signifikan kepada kepuasan konsumen. Temuan ini selaras dengan penelitian yang dilakukan (Sholikhah 2023), yang menyatakan bahwa semakin tinggi kualitas produk, maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Hasil ini juga sesuai dengan tanggapan responden yang menunjukkan kualitas produk Mie Setan di nilai tinggi, dan ini menghasilkan kepuasan konsumen yang tinggi, sesuai dengan kepuasan terhadap rasa dan pelayanan yang diberikan oleh karyawan.
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Berdasarkan hasil analisis hipotesis yang telah dilakukan, disimpulkan maka kualitas layanan mempunyai dampak langsung yang positif dan signifikan kepada kepuasan konsumen. Temuan ini selaras dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh (Nursakinah et al. 2022), menegaskan kualitas layanan mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Karena kualitas layanan yang diberikan oleh Mie Setan telah memenuhi kepada kepuasan konsumen, yang menghasilkan konsumen kembali dan melakukan pembelian secara berulang.

Kesimpulan

Dengan hasil penelitian dan pembahasan yang melibatkan analisis terhadap Harga sebagai X1, Kualitas Produk sebagai X2, Kualitas Pelayanan sebagai X3, dan Kepuasan Pelanggan sebagai Y, kesimpulan yang diambil oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Harga tidak memiliki dampak langsung positif dan signifikan kepada kepuasan konsumen.
2. Kualitas Produk memiliki dampak langsung positif dan signifikan kepada kepuasan konsumen.
3. Kualitas Pelayanan memiliki dampak langsung positif dan signifikan kepada kepuasan konsumen

Saran

Dari hasil temuan dan simpulan yang sudah di jelaskan oleh penulis, maka saran yang dapat di ajukan adalah sebagai berikut:

Untuk penelitian selanjutnya Untuk Peneliti Berikutnya:

1. Di sarankan untuk memperluas dan memperbanyak sampel penelitian agar dapat meningkatkan akurasi data yang di peroleh.
2. Menyelesaikan penelitian untuk memantau dan mengevaluasi perubahan perilaku responden dari satu waktu ke waktu berikutnya.
3. Di harapkan penelitian ini dapat mempertimbangkan variabel lain yang potensial yang mungkin dapat mempengaruhi hasil penelitian.

Untuk perusahaan untuk Perusahaan:

1. Di harapkan perusahaan meningkatkan kualitas produk dan layanan yang di tawarkan untuk konsumen.
2. Perlu adanya inovasi dalam menu agar dapat menjaga Kepuasan konsumen tetap tinggi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur kami tunjukan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan Rahmat-Nya, penulis berhasil menyelesaikan tugas akhir ini. Meskipun proses pembuatan tugas akhir ini penuh dengan tantangan dan rintangan, namun berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, penulis berhasil menyelesaikannya.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Bapak Rizky Eka Febriansah yang selalu membimbing saya dengan sabar, tidak lupa terima kasih saya ucapkan kepada teman – teman saya dan responden yang telah menyisihkan waktu dan bekerja sama dalam proses penelitian ini, penulis juga ucapkan banyak terima kasih kepada orang tua yang selalu memberikan dukungan dan dorongan dalam perjalanan untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

Referensi

- [1] D. T. Pebriantika, U. Pitriyani, and E. Selaeman, “Pengaruh Harga Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan di Karawang,” *J. Mirai Manag.*, vol. 7, no. 3, pp. 4–5, 2022, doi: 10.37531/mirai.v7i3.4589.
- [2] I. A. A. Raissa Aprita Nur Maharani¹, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Selama Pandemi Covid-19 Pada Kebab Salahuddin,” *SIBATIK J. J. Ilm. Bid. Sos. Ekon. Budaya, Teknol. dan Pendidik.*, vol. 1, no. 4, pp. 235–242, 2022, doi: 10.54443/sibatik.v1i4.22.
- [3] N. P. N. Laili and A. Budiarti, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Cabang Manyar Surabaya,” *J. Ilmu dan Ris. Manaj.*, vol. 12, no. 7, 2023.
- [4] D. Bilal Achmad Zaki Ramadhan¹, U. N. K. , Nur Safitri³, M. R. Eviyani⁵, and Anggi Ratnawati⁶, “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Di Mie Gacoan Kartasura,” *Multidiscip. Stud.*, vol. 2, no. 1, pp. 19–25, 2021, doi: 10.29303/alexandria.v2i1.30.
- [5] C. Jienardy, “Gap analisis persepsi dan ekspektasi konsumen terhadap kualitas layanan, harga, kualitas produk esus,” *J. Manaj. dan Start-Up Bisnis*, vol. 1, no. 6, pp. 703–710, 2017.
- [6] A. F. Sholikhah, “PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN MIE GACOAN DI BEKASI TIMUR,” *J. Econ. Vol.*, vol. 2, pp. 694–708, 2023.

Referensi

- [7] A. Sudarsono, A. Aryanto, and M. F. Akbar, “Kepuasan Pelanggan Yang Berdampak Pada Volume,” *Niagawan*, vol. 11, no. 3, pp. 245–255, 2022.
- [8] Nursakinah, H. T. Hinggo, and I. D. Binangkit, “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Bangunan Sinar Agung Pekanbaru,” *ECOUNTBIS Econ. Account. Bus. J.*, vol. 2, no. 1, pp. 179–189, 2022, [Online]. Available: <https://jom.umri.ac.id/index.php/ecountbis/article/download/360/49>.
- [9] A. Mariansyah and A. Syarif, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu,” *EKOMABIS J. Ekon. Manaj. Bisnis*, vol. 1, no. 01, pp. 1–14, 2020.
- [10] I. R. Erni Fitriani¹, Arif Maulana Yusup², Asep Nurhikmat³, “DETERMINASI KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN DENGAN HARGA DAN KUALITAS PRODUK : LITERATURE REVIEW,” *KarismaPro Kaji. Ris. Manaj. Prof.*, vol. 13, no. 2, pp. 75–86, 2022.
- [11] F. F. Ruffiansah and A. H. Daryanto Seno, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Rainbow Creative Semarang),” *J. Ilmu Adm. Bisnis*, vol. 9, no. 4, pp. 389–401, 2020, doi: 10.14710/jiab.2020.28226.
- [12] M. A. Firmansyah, M. Hariasih, and L. Indayani, “Tony Express (J & T) Companies In East Java Region Peran Kualitas Pelayanan , Ketepatan Waktu Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Jet & Tony Express (J & T) Di Wilayah Jawa Timur,” *Manag. Stud. Entrep. J.*, vol. 4, no. 6, pp. 9359–9372, 2023.
- [13] FITRI AMALIA, *Peran harga, kualitas produk dan electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian berulang pada produk mie gacoan di kota malang*. Malang City, 2023.

Referensi

- [14] M. Ibrahim and S. M. Thawil, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen,” *J. Ris. Manaj. dan Bisnis Fak. Ekon. UNIAT*, vol. 4, no. 1, pp. 175–182, 2019, doi: 10.36226/jrmb.v4i1.251.
- [15] I Gede Putu Kenny Alvian, “PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 5, Nomor 4, Oktober 2020,” *J. Manaj. dan Start-Up Bisnis*, vol. 5, no. September 2019, 2020.
- [16] A. Soetiyani and A. I. Maida, “Pengaruh Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Pertumbuhan Usaha dimoderasi oleh Kepuasan Pelanggan,” *J-MAS (Jurnal Manaj. dan Sains)*, vol. 7, no. 2, p. 629, 2022, doi: 10.33087/jmas.v7i2.503.
- [17] R. Umami, A. Rizal, and S. Sumartik, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe,” *Equilib. J. Ekon.*, vol. 15, no. 2, p. 250, 2019, doi: 10.30742/equilibrium.v15i2.630.
- [18] O. C. M. Sabda Puta Mediti, “Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Aplikasi Shopee,” *J. Ilmu Manaj.*, vol. 8, no. 4, p. 1290, 2020, doi: 10.26740/jim.v8n4.p1290-1300.
- [19] B. H. Kusumawardani and A. Achsa, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Mie Gacoan Magelang,” *Transekonomika Akuntansi, Bisnis Dan Keuang.*, vol. 3, no. 1, pp. 148–161, 2023, doi: 10.55047/transekonomika.v3i1.358.
- [20] M. K. Hafidzi, F. Rizqi, and A. Jumani, “Literature Review Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian,” *J. Ilmu Multidisiplin*, vol. 1, no. 1, pp. 203–214, 2022, [Online]. Available: <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1>.
- [21] Prof. Dr. Sugiyono, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. BANDUNG: ALFABETA, BENDUNG, 2013.
- [22] Syafrida Hafni Sahir, Buku ini di tulis oleh Dosen Universitas Medan Area Hak Cipta di Lindungi oleh Undang-Undang Telah di Deposit ke Repository UMA pada tanggal 27 Januari 2022. Meda: KBM INDONESIA, 2022.
- [23] G. Ursachi, I. A. Horodnic, and A. Zait, “How Reliable are Measurement Scales? External Factors with Indirect Influence on Reliability Estimators,” *Procedia Econ. Financ.*, vol. 20, no. 15, pp. 679–686, 2015, doi: 10.1016/s2212-5671(15)00123-9