

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DI #WKWK FOOD & DRINK PURWOKERTO**



IAIN PURWOKERTO

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)

IAIN PURWOKERTO

Oleh:

**AFLAH
NIM. 1522201041**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aflah

NIM : 1522201041

Jenjang : S.1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : **Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di #WKWK Food & Drink Purwokerto**

Menyatakan bahwa naskah Skripsi berjudul ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 31 Januari 2020



Aflah
NIM. 1522201041



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No.40A Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DI #WKWK FOOD & DRINK PURWOKERTO**

Yang disusun oleh Saudari **Aflah NIM. 1522201041** Jurusan/Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu**, tanggal **12 Februari 2020** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E)** oleh Sidang Penguji Skripsi

Ketua Sidang/Penguji

Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.
NIP. 197412172003121006

Sekretaris Sidang/Penguji

Sulasih, M.Si.
NIDN. 0619018002

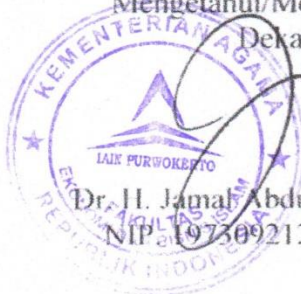
Pembimbing/Penguji

Rahmini Hadi, SE., M.Si.
NIP. 197012242005012001

Purwokerto, 20 Februari 2020

Mengetahui/Mengesahkan

Dekan



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 197309212002121004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam
IAIN Pubrowokerto
di-
Purwokerto.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari Aflah, NIM. 1522201041 yang berjudul :

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI #WKWK FOOD &
DRINK PURWOKERTO**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Wssalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 31 Januari 2020
Pembimbing,



Rahmini Hadi, SE., M.Si
NIP. 197012242005012001

IAIN PURWOKERTO

MOTTO

“Jika yang kosong adalah akal, maka isilah dengan ilmu. Jika yang kosong ialah hati, maka isilah dengan dzikir. Pikir dan dzikir akan membentuk ulul albab.”

KH. Hasyim Muzadi



PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI #WKWK FOOD & DRINK PURWOKERTO

AFLAH
NIM. 1522201041

E-mail: Aflahsr6@gmail.com
Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen #WKWK Food & Drink Purwokerto.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen #WKWK Food & Drink Purwokerto dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah probability sampling dengan teknik sampel yang digunakan adalah *random sampling*. Analisis data dilakukan melalui korelasi rank spearman, koefisien *konkordinasi kendall w* dan analisis regresi ordinal dengan alat bantu aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*).

Berdasarkan analisis korelasi *rank spearman* disimpulkan bahwa harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di #WKWK Food & Drink Purwokerto. Hasil korelasi *konkordinasi kendall w* menunjukkan hasil sebesar 0,988 menunjukkan adanya korelasi yang sangat kuat antara harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, dengan arah yang positif. Pengujian regresi ordinal tabel model *Fitting Information* menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yaitu harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen di #WKWK Food & Drink Purwokerto.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen.

**THE INFLUENCE OF PRICE, PRODUCT QUALITY AND SERVICE
QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION IN #WKWK FOOD & DRINK
PURWOKERTO**

AFLAH
NIM. 1522201041

E-mail: Aflahsr6@gmail.com

Department of Islamic Economics Faculty of Economics and Business Islam
State Institute of Islamic Studies (IAIN) Purwokerto

ABSTRACT

Satisfying consumer needs is the desire of every company. Besides being an important factor for the survival of a company, satisfying the needs of consumers can increase their competitive edge. Consumers who are satisfied with products and services tend to repurchase products and reuse services when the same needs reappear in the future. This means satisfaction is a key factor for consumers in repurchasing which is the largest portion of the sales volume. This study aims to determine the effect of price, product quality and service quality on consumer satisfaction #WKWK Food & Drink Purwokerto.

This research uses quantitative research methods. The population in this study is #WKWK Food & Drink Purwokerto consumers with the number of samples used as many as 100 respondents. The sampling method used is probability sampling with the sample technique used is random sampling. Data analysis was performed through Spearman rank correlation, Kendall W coordinate coefficient and ordinal regression analysis with SPSS (Statistical Product and Service Solution) application tools.

Based on Spearman rank correlation analysis, it was concluded that price, product quality and service quality partially had a positive effect on consumer satisfaction at #WKWK Food & Drink Purwokerto. The results of the Kendall W coordinate correlation showed a result of 0.988 indicating a very strong correlation between price, product quality, service quality and customer satisfaction, with a positive direction. The ordinal regression test of the Fitting Information model table shows that the three independent variables namely price, product quality, and service quality simultaneously have an influence on consumer satisfaction at #WKWK Food & Drink Purwokerto.

Keywords : Price, Product Quality, Service Quality and Customer Satisfaction.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	ša	ša	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥ	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	žal	ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	fa'	F	ef
ق	Qaf	Q	qi
ك	Kaf	K	ka

ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	w
هـ	ha'	H	ha
ء	Hamzah	'	apostrof
ي	ya'	Y	ye

B. Konsonan Rangkap karena *syaddah* ditulis rangkap

متعددة	ditulis	<i>muta'addidah</i>
عدة	ditulis	'iddah

C. Ta' Marbuṭah di akhir kata bila dimatikan tulis *h*

حكمة	ditulis	<i>ḥikmah</i>
جزية	ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

كرامة الأولياء	ditulis	<i>karāmah al-auliya'</i>
----------------	---------	---------------------------

- b. Bila *ta' marbuṭah* hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan *t*.

زكاة الفطر	ditulis	<i>zakāt al-fiṭr</i>
------------	---------	----------------------

D. Vokal Pendek

◌َ	<i>fathah</i>	Ditulis	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	Ditulis	I
◌ُ	<i>dammah</i>	Ditulis	U

E. Vokal Panjang

1.	<i>fathah</i> + alif	Ditulis	ā
	جاهلية	Ditulis	<i>jahiliyyah</i>
2.	<i>fathah</i> + ya' mati	Ditulis	ā
	تنسى	Ditulis	<i>tansā</i>
3.	<i>kasrah</i> + ya' mati	Ditulis	ī
	كريم	Ditulis	<i>karīm</i>
4.	<i>ḍammah</i> + wāwu mati	Ditulis	ū
	فروض	Ditulis	<i>furūḍ</i>

F. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	ai
	بينكم	Ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	au
	قول	Ditulis	qaul

G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أأنتم	Ditulis	a'antum
أأعدت	Ditulis	u'iddat
أأتن شكرتم	Ditulis	la'in syakartum

H. Kata Sandang Alif+Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*.

القرآن	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el) nya.

السماء	ditulis	<i>as-Sama'</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوى الفروض	ditulis	<i>zawī al-furuḍ</i>
اهل السنة	ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>



PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur atas limpahan rahmat dan karunia yang Allah SWT berikan, karya skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Ayah dan Ibuku tercinta, Bapak Muhammad Yusuf dan Ibu Toifah, yang selalu mencurahkan seluruh perhatian, motivasi, kasih sayang dan pengorbanan yang tak dapat tergantikan oleh apapun, serta doa terbaik yang tak pernah putus. Semoga Allah SWT membalas kebaikan bapak dan ibu dengan kebahagiaan serta senantiasa dilindungi dan diberi kesehatan serta umur panjang.
 2. Suami tercinta, Awal setiawan yang selalu memberikan semangat, motivasi dan doa. Semoga ilmu yang saya dapat bisa bermanfaat untuk keluarga kita, saudara, dan orang-orang di sekitar kita.
 3. Semua pihak-pihak yang telah memberikan bimbingan dan ilmu yang tak bisa kuhitung berapa banyak barakah dan doanya.
- Semua yang turut mendukung dalam pengerjaan skripsi ini.



IAIN PURWOKERTO

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah *Azza wa Jalla*, Dzat Pemberi Pentunjuk, yang menghapuskan kebodohan dalam proses *tafaqquh fi ad-din*. Lantaran *taufiq* dan *hidayah*-Nya, semua langkah dimudahkan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

Shalawat dan salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Kepada para sahabatnya, *tabi'in*, dan seluruh umat Islam yang senantiasa mengikuti semua ajarannya.

Dengan hidayah dan pertolongan Allah SWT, *Alhamdulillah* penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen**. Skripsi ini penulis susun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi Syari'ah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.

Bersamaan dengan selesainya skripsi ini, penulis hanya bisa mengucapkan rasa syukur dan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi dan sumbang sarannya, terutama kepada:

1. Dr. H. M. Roqib, M. Ag., Ketua Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
2. Dr. Fauzi, M. Ag., Wakil Rektor I Institut Agama Islam Negeri Purwokerto (IAIN) Purwokerto.
3. Dr. H. Ridwan, M. Ag., Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri Purwokerto (IAIN) Purwokerto.
4. Dr. H. Sul Khan Chakim, M. M., Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri Purwokerto (IAIN) Purwokerto.
5. Dr. Jamal Abdul Aziz, M. Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
6. Dewi Laila Hilyatin, S. E., M. Si., Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.

7. Rahmini Hadi, SE., M.Si, selaku pembimbing penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi. Terima kasih atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi serta kesabarannya demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan perlindungan dan membalas semua kebaikan Ibu, Amin.
8. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Institut Agama Islam Negeri Purwokerto (IAIN) Purwokerto.
9. Kepada Bapak Fikri Nur Iman, S.E beserta para karyawan terimakasih atas bantuan dan kerjasamanya.
10. Orang tua penulis, Bapak Muhammad Yusuf dan Ibu Toifah serta orangtua dari suami, Bapak Samsudi dan Ibu Sunarti yang telah mencurahkan kasih sayangnya, merawat, mendidik, serta doa-doanya yang selalu menguatkan semangat dan keyakinan penulis. Terima kasih atas diskusi-diskusi kecil, nasihat-nasihat panjang. Semoga Bapak Ibu tetap dalam lindungan Allah SWT dan selalu diberi kesehatan dan kemudahan dalam berbagai hal.
11. Suami tercinta, Awal Setiawan dan calon baby kita yang selalu menyemangati untuk menyegerakan selesainya skripsi ini. Semoga Allah SWT selalu memberi keberkahan dan kebahagiaan untuk keluarga kita.
12. Kawan-kawan seperjuangan Jurusan Ekonomi Syariah B angkatan 2015, terima kasih atas kebersamaan dan kenangan yang sangat berarti bagi penulis.
13. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik.

Tiada kata yang dapat penulis ungkapkan untuk menyampaikan rasa terima kasih melainkan hanya untaian doa, semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis kelak mendapat balasan dan imbalan dari Allah SWT. Harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Purwokerto, 5 Januari 2020

Penulis,



Aflah

NIM. 1522201041

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
PERSEMBAHAN.....	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
D. Sistematika Pembahasan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pemasaran.....	12
1. Pengertian Pemasaran.....	12
2. Konsep Pemasaran Dalam Islam.....	14
B. Harga	14
1. Pengertian Harga	14
2. Dimensi Harga.....	15
3. Penetapan Harga.....	15
4. Tujuan Penetapan Harga.....	20
C. Kualitas Produk	20
1. Pengertian Kualitas Produk.....	20

2. Dimensi Kualitas Produk.....	21
3. Klasifikasi Produk	22
D. Kualitas Pelayanan	24
1. Pengertian Kualitas Pelayanan	24
2. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	25
E. Kepuasan Konsumen	26
1. Pengertian Kepuasan Konsumen	26
2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	28
3. Manfaat Kepuasan Konsumen.....	29
4. Mengukur Kepuasan Konsumen	30
F. Kerangka Pemikiran	32
G. Hubungan Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	33
1. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen	33
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen	34
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	34
H. Penelitian Terdahulu.....	34
I. Rumusan Hipotesis.....	40
J. Landasan Teologis	41
1. Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	41
2. Kualitas Produk Dalam Prespektif Islam	43
3. Konsep Pelayanan Dalam Islam.....	45
4. Kepuasan Pelanggan Dalam Islam	45

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	47
B. Tempat dan Waktu Penelitian	47
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	47
1. Populasi	47
2. Sampel	48
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	49

D.	Variabel dan Indikator Penelitian.....	50
1.	Variabel Penelitian.....	50
2.	Indikator Penelitian.....	51
E.	Pengumpulan Data Penelitian.....	55
1.	Subjek dan Objek Penelitian	55
2.	Sumber Data Penelitian.....	55
F.	Teknik Pengumpulan Data Penelitian	56
1.	Interview (Wawancara)	56
2.	Kuesioner (Angket).....	56
G.	Instrumen Penelitian.....	57
1.	Uji Validitas.....	57
2.	Uji Reliabilitas.....	58
H.	Metode Analisis Data	60
1.	Uji Korelasi Rank Spearman	60
2.	Koefisien Konkordansi Kendall W	61
3.	Analisis Regresi Ordinal.....	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
A.	Gambaran Umum Tempat Penelitian	63
1.	Sejarah Singkat Perusahaan	63
2.	Visi dan Misi Perusahaan	64
3.	Struktur Organisasi Perusahaan.....	64
4.	Lokasi #WKWK Food & Drink Purwokerto.....	65
B.	Gambaran Umum Responden.....	65
1.	Jenis Kelamin	65
2.	Usia Responden	66
3.	Tingkat Pendidikan.....	66
4.	Pekerjaan	67
5.	Pendapatan/Uang saku rata-rata perbulan	67
C.	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	68
1.	Uji Validitas.....	68
2.	Uji Reliabilitas.....	71

D. Hasil Uji Analisis Data.....	72
1. Hasil Uji Korelasi <i>Rank Spearman</i>	72
2. Koefisien Konkordansi Kendall W	75
3. Hasil Uji Regresi Ordinal	76
E. Pembahasan Hasil Penelitian.....	89
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	97
B. Saran-saran	98

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

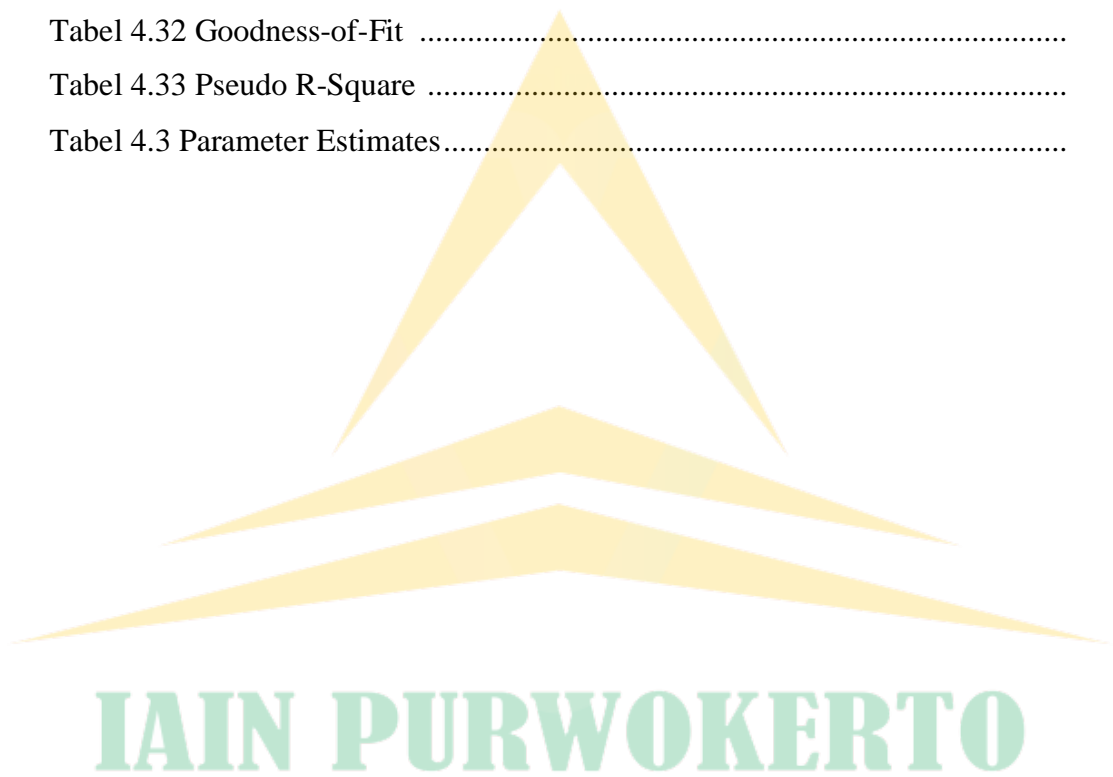
DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Rumah Makan Yang Dimiliki Oleh SL Corp Tahun 2018.....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	38
Tabel 2.2 Jumlah Pengunjung #WKWK Food & Drink Purwokerto Tahun 2018	48
Tabel 3.1 Indikator Penelitian.....	55
Tabel 4.1 Presentase Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel 4.2 Presentase Konsumen Berdasarkan Usia	66
Tabel 4.3 Presentase Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan	66
Tabel 4.4 Presentase Responden berdasarkan Pekerjaan.....	67
Tabel 4.5 Presentase Responden Berdasarkan Pendapatan	68
Tabel 4.6 Validitas Variabel Harga (X_1).....	69
Tabel 4.7 Validitas Variabel Kualitas Produk (X_2)	69
Tabel 4.8 Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_3).....	70
Tabel 4.9 Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	71
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas	72
Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Korelasi Rank Spearman	73
Tabel 4.12 Ranks.....	75
Tabel 4.13 Test Statistics	75
Tabel 4.14 Warnings	77
Tabel 4.15 Case Processing Summary	77
Tabel 4.16 Model Fitting Information	78
Tabel 4.17 Goodness-of-Fit	78
Tabel 4.18 Pseudo R-Square	78
Tabel 4.19 Parameter Estimates.....	79
Tabel 4.20 Case Processing Summary.....	80
Tabel 4.21 Model Fitting Information	80
Tabel 4.22 Goodness-of-Fit	81
Tabel 4.23 Pseudo R-Square	81

Tabel 4.24 Parameter Estimates.....	82
Tabel 4.25 Case Processing Summary.....	83
Tabel 4.26 Model Fitting Information.....	83
Tabel 4.27 Goodness-of-Fit.....	84
Tabel 4.28 Pseudo R-Square.....	84
Tabel 4.29 Parameter Estimates.....	84
Tabel 4.30 Case Processing Summary.....	85
Tabel 4.31 Model Fitting.....	86
Tabel 4.32 Goodness-of-Fit.....	87
Tabel 4.33 Pseudo R-Square.....	87
Tabel 4.3 Parameter Estimates.....	87



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran Penelitian..... 33



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perkembangan bisnis kuliner terus berkembang karena makanan merupakan kebutuhan pokok bagi semua manusia dan hal ini menjadikan persaingan yang ketat dalam bisnis kuliner. Oleh karena itu diperlukan strategi bisnis dan pemasaran yang tepat agar bisnis lebih berkembang. Terlebih lagi Indonesia dikenal dengan dunia kulinernya, sehingga makanan yang diperjual belikanpun tersedia dalam berbagai jenis. Dan semakin berkembang masyarakat modern yang memiliki aktifitas yang padat sehingga cenderung mencari makanan dan minuman diluar rumah dengan kualitas-kualitas tertentu yang memenuhi standar. Sehingga bisnis kulinerpun banyak bermunculan membuat persaingan di bisnis kuliner semakin tinggi dan para pengusaha dituntut untuk menentukan perencanaan strategi pemasaran untuk menghadapi persaingan dandapat bersaing secara kompetitif dalam hal menciptakan kepuasan konsumen dan mempertahankan konsumen yang loyal atau sering disebut pelanggan.

Kepuasan konsumen merupakan tonggak keberhasilan suatu perusahaan. Menurut Kotler sebagaimana yang dikutip oleh Nadia Rizqiyatul Faizah, Sri Suryoko & Saryadi, kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan, mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa. Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing (Nadia Rizqiyatul Faizah, Sri Suryoko & Saryadi, 2013).Wujud kepuasan konsumen, akan menciptakan citra positif dan kepercayaan untuk tetap menggunakan produk/jasa bahkan merekomendasikan kepada orang lain sehingga akan menambah konsumen baru dari waktu ke waktu.

Schiffman dan Kanuk (2004) mengemukakan sebagaimana yang dikutip oleh Cynthia Violita Wijaya, bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan seseorang terhadap kinerja dari suatu produk yang dirasakan dan diharapkan. Kepuasan konsumen bergantung pada perkiraan kinerja produk dalam memberikan relatif terhadap harapan pembeli (Sunarto, 2004). Jadi jika kinerja produk sesuai dengan harapan perasaan konsumen atau bahkan melebihi harapannya maka dapat dikatakan puas. Selain itu Bitner dan Zeithaml (2003) mengemukakan bahwa kepuasan adalah konsep yang jauh lebih luas dan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu, harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk (Cynthia Violita Wijaya, 2017).

Menurut Kotler dan Amstrong sebagaimana yang dikutip oleh Nadia Rizqiyatul Faizah, Sri Suryoko & Saryadi, harga adalah sejumlah uang yang akan dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari seluruh nilai yang ditukar oleh konsumen atau manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Jadi apabila perusahaan menetapkan harga yang rendah dengan manfaat produk yang baik maka pelanggan akan merasa puas (Nadia Rizqiyatul Faizah, Sri Suryoko & Saryadi, 2013).

Selain faktor harga yang harus dikeluarkan, kualitas produk juga merupakan hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen. Kotler dan Keller berpendapat sebagaimana yang dikutip oleh Cynthia Violita Wijaya, bahwa kualitas produk adalah karakteristik dan fitur dari suatu produk yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau tersirat (Cynthia Violita Wijaya, 2017). Produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen akan semakin berkualitas dan memenuhi kepuasan dari konsumen.

Selain ditinjau dari harga dan kualitas produk, kualitas pelayanan juga menjadi salah satu faktor untuk memberikan kepuasan pada konsumen. Menurut Lovelock mendefinisikan sebagaimana yang dikutip oleh Cynthia Violita Wijaya, bahwa kualitas pelayanan sebagai kegiatan ekonomi yang menciptakan dan memberikan manfaat bagi konsumen pada waktu dan tempat

tertentu, sebagai hasil dan tindakan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri atau atas nama penerima jasa tersebut (Cynthia Violita Wijaya,2017).

Menurut Lupiyoadi (2001 : 158) sebagaimana yang dikutip oleh Dita Amanah, ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen, yaitu:

1. Kualitas Produk. Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas Pelayanan. Pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosional. Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain kagum kepadanya bila dia memakai produk dengan merek tertentu.
4. Harga. Produk dengan kualitas sama tapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberi nilai yang tinggi kepada pelanggannya.
5. Biaya dan Kemudahan. Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk, cenderung puas terhadap produk (Dita Amanah, 2010).

Dari teori diatas peneliti hanya menggunakan 3 (tiga) variabel penelitian saja yaitu: harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Karena pada dasarnya ketiga variabel tersebut tidak dapat terpisahkan. Pada umumnya konsumen sebelum memutuskan melakukan pembelian produk, terlebih dahulu melihat harga produk yang di sediakan di tempat tersebut. Setelah konsumen melihat beragam pilihan menu dengan daftar harganya konsumenpun melakukan pembelian, yang kemudian produk yang telah mereka pesan akan mereka santap lalu mereka beri penilaian atas produk tersebut. Apakah harga sesuai dengan kualitas rasa yang mereka harapkan atau bahkan melebihi yang mereka harapkan atau tidak. Biasanya jika kualitas produk yang mereka rasakan sudah dinilai, mereka akan berlanjut mengkritisi kualitas pelayanan. Karena pada dasarnya suatu pelayanan akan dinilai secara

keseluruhan dari mulai konsumen datang hingga konsumen beranjak pergi meninggalkan tempat tersebut.

Sementara itu peneliti tidak menggunakan 2 (dua) variabel diatas yaitu: variabel emosional dan variabel biaya dan kemudahan dikarenakan kedua variabel tersebut tidak pasti selalu berbarengan dengan ketiga variabel yang lain, tergantung dimana objek penelitian itu dilakukan.

Untuk di #WKWK Food & Drink Purwokerto itu sendiri lebih memfokuskan pada 5 (lima) poin yaitu :

1. Kebersihan produk dan tempat.
2. Kecepatan pelayanan.
3. Harga yang murah.
4. Pelayanan yang ramah.
5. Produk yang berkualitas (Wawancara dengan kepala toko #WKWK Food & Drink Purwokerto).

Dari informasi tersebut peneliti menyimpulkan bahwa #WKWK Food & Drink Purwokerto hanya fokus terhadap 3 poin saja, yaitu: harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Tidak digunakannya variabel lain oleh peneliti dalam penelitian ini berupa variabel emosional dan variabel biaya dan kemudahan dikarenakan #WKWK Food & Drink Purwokerto itu sendiri merupakan tempat makan yang rata-rata pengunjungnya tergolong menengah ke bawah, dibuktikan dengan lahan parkir yang mayoritas konsumennya menggunakan sepeda motor, yang menggunakan mobil hanya beberapa saja. Kemudian di #WKWK Food & Drink Purwokerto juga terdapat biaya tambahan apabila memesan makanan baik secara langsung di tempat ataupun pesan melalui go-food atau grab food. Untuk biaya tambahan apabila memesan langsung di tempat yaitu berupa pajak sebesar 10% yang mana sudah di atur dalam PERDA No. 22 Tahun 2016 tentang Pajak Daerah. Kemudian untuk pemesanan via Go-food atau Grab-Food dikenai biaya ongkos kirim yang tentunya akan memberatkan konsumen karna ada biaya tambahan selain digunakan dalam pembelian produk yang di pesan.

Kota purwokerto merupakan kota dengan beragam usaha kuliner. Salah satunya adalah #WKWK Food & Drink Purwokerto milik SL Corp yang menjadi tempat makan sekaligus tempat nongkrong anak milenial di Purwokerto. Selain #WKWK Food & Drink Purwokerto, SL Corp juga memiliki beberapa usaha kuliner yang tentunya saling menunjukkan keunggulan produk dan kualitas yang mereka miliki kepada konsumen. Mereka saling memiliki strategi tertentu untuk memuaskan konsumen. Harga dan kualitas yang mereka miliki juga sangat kompetitif demi mendapatkan konsumen. Berikut daftar usaha kuliner milik SL Corp di tahun 2018:

1. Bebek Goreng H.Slamet Purwokerto
2. Gulai Kepala Ikan Purwokerto
3. Sambel Layah Purwokerto
4. Djago Djowo Purwokerto
5. #WKWK Food & Drink Purwokerto
6. Sambel BledekPurwokerto
7. Sambel Gebyur Purwokerto
8. Wedangan Asix Purwokerto
9. Bumbu Ireng Yusan Purwokerto

Dari sekian banyaknya usaha kuliner yang dimiliki oleh SL Corp peneliti hanya akan membahas salah satunya saja yaitu #WKWK Food & Drink Purwokerto yang beralamat di Jl. Kongsen No. 50 sebelah timur MORO, belakang pasar burung Bacingah Karangbawang, Kec. Purwokerto Sel, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. #WKWK Food & Drink Purwokerto buka dari pukul 10:00 sampai 00:00 kecuali hari jum'at buka mulai pukul 13:00 sampai 00:30. #WKWK Food & Drink Purwokerto didirikan pada hari Kamis 12 Oktober 2017, #WKWK Food & Drink Purwokerto merupakan cave yang bisa bikin ketawa karena enakny makanan dan minuman yang disediakan, juga karena gak bikin nangis liat dompet. Dengan berbagai menu kekinian dan harga terjangkau mulai dari olahan mie dengan pilihan farian tooping, aneka makanan berat (nasi, chicken, ayam geprek, pizza, steak dll), menyediakan macam-macam snack dan dessert, serta beragam farian pilihan minuman.

Selain dari beragam makanan dan minuman yang disajikan memiliki kualitas yang enak, kualitas pelayanan di #WKWK Food & Drink Purwokerto juga tidak kalah unggulnya. Dari mulai pelanggan pertama masuk ke #WKWK Food & Drink Purwokerto sudah di hidangkan dengan sambutan yang sangat kompak dari para karyawan #WKWK Food & Drink Purwokerto dengan slogan “gaes coming”. kemudian setelah pelanggan memesan makanan dan minuman, pelanggan akan dimanjakan oleh live music yang sering diadakan oleh pihak #WKWK Food & Drink Purwokerto, disisi lain dari cara penyajian dan pelayanan juga tidak lambat. Tempat nongkrong anak milenial ini didekorasikan sangat instagramable, dimana para pelanggan bisa dengan senangnya selfi atau memotret makanan dan minuman yang sudah dihidangkan yang kemudian biasanya mereka posting di akun media sosial mereka. Secara tidak langsung para konsumen sudah mempromosikan #WKWK Food & Drink Purwokerto di media sosial mereka, yang nantinya akan dilihat banyak orang baik yang sudah pernah berkunjung ke #WKWK Food & Drink Purwokerto maupun yang belum.

Menu-menu yang #WKWK Food & Drink Purwokerto tawarkan juga memiliki kualitas rasa yang berbeda dari tempat-tempat lain, dengan harga mahasiswa semua pelanggan dari mulai anak-anak yang masih duduk di bangku sekolah sampai pegawai-pegawai merasa puas dengan makanan dan minuman yang mereka rasakan di #WKWK Food & Drink Purwokerto.

Menurut hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan HRD SL Corp dari sekian banyaknya jenis usaha kuliner yang dimiliki oleh SL Corp yang paling ramai setiap harinya adalah #WKWK Food & Drink Purwokerto. Berikut jumlah pengunjung rumah makan yang dimiliki oleh SL Corp Tahun 2018.

Tabel 1.1
Jumlah Pengunjung Rumah Makan
Yang Dimiliki Oleh SL Corp Tahun 2018.

No	Nama tempat makan	Tahun berdiri	Jumlah pengunjung di tahun 2018
1.	Bebek Goreng H.Slamet Purwokerto	2007	138.000
2	Gulai Kepala Ikan Purwokerto	2010	34.500
3	Sambel Layah Purwokerto	2013	239.892
4	Djago Djowo Purwokerto	2015	76.443
5	#WKWK Food & Drink Purwokerto	2017	394.216
6	Sambel Bledek Purwokerto	2017	89.007
7	Sambel Gebyur Purwokerto	2017	56.806
8	Wedangan Asix Purwokerto	2018	84.072
9	Bumbu Ireng Yusan Purwokerto	2018	46.260

Sumber : dari masing-masing kepala outlet

Dari data diatas dapat diketahui bahwa #WKWK Food & Drink Purwokerto memiliki jumlah pengunjung paling banyak dibandingkan dengan rumah makan SL Corp yang lain.

Dari latar belakang diatas, menjadi ketertarikan tersendiri bagi peneliti. Untuk itu, peneliti akan menindaklanjutinya dengan melakukan penelitian. Adapun judul penelitian yang akan peneliti angkat yaitu **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di #WKWK Food & Drink Purwokerto”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka peneliti menyimpulkan bahwa yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di #WKWK Food & Drink Purwokerto.

Dari rumusan tersebut, maka dapat dirumuskan menjadi beberapa item masalah, antara lain:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di #WKWK Food & Drink Purwokerto?

2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di #WKWK Food & Drink Purwokerto?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di #WKWK Food & Drink Purwokerto?
4. Apakah harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di #WKWK Food & Drink Purwokerto?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di #WKWK Food & Drink Purwokerto.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di #WKWK Food & Drink Purwokerto.
- c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di #WKWK Food & Drink Purwokerto.
- d. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di #WKWK Food & Drink Purwokerto.

2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi Peneliti

Sebagai bahan pembelajaran dan penelitian untuk membandingkan teori yang dipelajari dengan keadaan lapangan yang sebenarnya.

- b. Bagi Perusahaan

Dapat digunakan perusahaan dalam pertimbangan menentukan harga, kualitas produk serta kualitas pelayanan yang tepat agar menarik pelanggan dimasa yang akan datang sehingga tercapainya kepuasan konsumen yang kemudian akan memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk membeli produk dari perusahaan tersebut.

c. Bagi Akademisi

Dapat memberikan tambahan informasi yang berguna terhadap dunia ilmu pendidikan khususnya pengetahuan di bidang pemasaran, selain itu juga dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

D. Sistematika Pembahasan

Bab I Pendahuluan Bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II Tinjauan Pustaka Bab ini memuat uraian tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, kerangka penelitian, dan hipotesis.

Bab III Metodologi Penelitian Bab ini memuat deskriptif tentang variabel penelitian, cara penentuan sampel, jenis dan sumber data, serta metode analisis yang dipakai dalam penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan Bab ini memuat tentang uraian hasil yang diperoleh dalam penelitian dan pembahasannya yang meliputi deskripsi objek penelitian, analisis data, serta pembahasan atas hasil pengelolaan data.

Bab V Kesimpulan dan Saran.

IAIN PURWOKERTO

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di #WKWK Food & Drink Purwokerto secara simultan dan parsial. Berdasarkan rumusan masalah yang telah diajukan, analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel independen harga (X_1) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan nilai koefisiensi korelasi sebesar 0,631 menggunakan α sebesar 0,05 dengan nilai *sig. (2-tailed)* sebesar 0,000, dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumendi #WKWK Food & Drink Purwokerto.
2. Variabel independen kualitas produk (X_2) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan nilai koefisiensi korelasi sebesar 0,786 menggunakan α sebesar 0,05 dengan nilai *sig. (2-tailed)* sebesar 0,000, dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumendi #WKWK Food & Drink Purwokerto.
3. Variabel independen kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan nilai koefisiensi korelasi sebesar 0,731 menggunakan α sebesar 0,05 dengan nilai *sig. (2-tailed)* sebesar 0,000, dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumendi #WKWK Food & Drink Purwokerto.
4. Variabel independen harga (X_1), promosi (X_2), dan kualitas produk (X_3) bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai

konkordasi kendall W sebesar 0,988 menunjukkan adanya korelasi yang sangat kuat antara harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen. Variabel yang paling berpengaruh dalam penelitian ini adalah variabel kualitas produk. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi yang diperoleh oleh kualitas produk (X_3) yaitu sebesar 0,786 yang mana dalam hal ini menunjukkan kategori yang kuat. Dalam hal ini bisa diartikan bahwa tingkat kepuasan konsumen di #WKWK Food & Drink Purwokerto tergolong kuat.

B. Saran-saran

Setelah mengambil kesimpulan dari penelitian ini, peneliti ingin menyampaikan saran-saran kepada pihak yang terkait dengan harapan dapat bermanfaat dan menjadi acuan perbaikan. Adapun saran-saran tersebut antara lain:

1. Bagi perusahaan harus menetapkan harga yang bisa memenuhi kebutuhan konsumen, meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan, diharapkan dengan meningkatnya kualitas produk dan kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen pada saat berkunjung ke #WKWK Food & Drink Purwokerto. Hal tersebut tentunya akan meningkatkan penjualan sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan yang sesuai dengan yang diharapkan.
2. Bagi penelitian yang akan datang diharapkan mampu meneliti secara lebih mendalam terhadap permasalahan yang dihadapi, misalnya dengan menambah variabel-variabel lain yang diduga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Karena masih banyak variabel diluar penelitian ini yang mungkin mempengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Asnawi, Nur. 2017. *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi, dan Isu-isu Kontemporer*. PT. Rajagrafindo Persada. Depok.
- Asra, Abuzar dan Rudiansyah. 2013. *Statistika Terapan*. IN MEDIA. Bogor.
- Assauri, Sofjan. 2017. *Manajemen Pemasaran: Dasar Konsep dan Strategi*. PT RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- Aziz, Fathul Aminudin. 2012. *Manajemen dalam Prespektif Islam*. Pustaka El-Bayan. Cilacap.
- Aziz, Fathul Aminudin. 2017. *MANAJEMEN Dalam Perspektif ISLAM*. Pustaka El-Bayan. Cilacap.
- Daryanto dan Ismanto Setyobudi, 2014. *KONSUMEN dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Hartono, Jogiyanto. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis (Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman)*. BPF. Yogyakarta.
- Hasan, Misbahuddin Iqbal. 2014. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik edisi ke-2*. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Idris. 2015. *HADIS EKONOMI Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*. Prenadamedia Group. Jakarta.
- Jaiz, Muhammad. 2014. *Dasar-dasar periklanan*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Kotler, Phillip. & Gary Amstrong, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta. Erlangga.
- Mustafidah, Tukiran Taniredja Hidayati. 2011. *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Alfabeta. Bandung.
- Priyanto, Duwi. 2012. *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS Andi Offset*. Yogyakarta.
- Priyatno, Duwi. 2010. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS: Tanya Jawab Ujian Pendarasan*. Gava Media. Yogyakarta.

- Qudratullah, Moh. Farhan dkk. 2009. *Metode Statistika*. Yogyakarta: Penerbit Teras.
- Rohman dan supriyanto. 2015. *Pengantar Statistik Panduan Praktik Bagi Pengajar dan Mahasiswa*. Yogyakarta: Kalimedia.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. C.V Andi Affset. Yogyakarta.
- Sugiarto. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D)*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian Keperawatan*. Gava Media. Yogyakarta.
- Suryabata, Sumardi. 2010. *Metodologi Penelitian*. Raja Grafindo. Jakarta.
- Suyanto, M. 2008. *Muhammad Business Strategy & Ethics Etika dan Strategi Bisnis Nabi Muhammad SAW*. C.V ANDI Offset. Yogyakarta.
- Tika, Moh. Pabundu. 2006. *Metodologi Riset Bisnis*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy & Anastasia Diana. 2000. *Total Quality Management* Yogyakarta: Andi Ofset.
- Tjiptono, Fandy dan Gregious Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Umar, Husein. 2008. *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Warto, Alizar Isna. 2013. *Analisis Data Kuantitatif*. STAIN Press. Purwokerto.
- Zainal, Veithzal Rivai, Firdaus Djaelani & Salim Basalamah Husna Leila Yusran, 2017. *ISLAMIC MARKETING MANAGEMENT Mengembangkan Bisnis*

dengan Hijrah ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah saw.
Jakarta: Bumi Aksara.

NON BUKU

- Amanah, Dita. 2010. “*Pengaruh Harga, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M Yamin Medan*”, dalam *Jurnal Keuangan & Bisnis* Vol. 2 No.1.
- Ammerinda, Tiarra. 2017. “*Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Kecantikan Nadindra di Bandar Lampung*”, *Skripsi*. Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- Andhini, Amelia. 2017. “*Pengaruh Transaksi Online Shopping, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen pada E-Commerce*”, dalam *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 6 No.7.
- Antonius, Ian dan Sugiono Suharto, “*Analisa pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian pelanggan di Cincau Station Surabaya*”, dalam *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Volume 1. No.2.
- Arianty, Nel. 2015. “*Peran Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan konsumen Handphone Samsung*”, d *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*. Vol. 16 No.02.
- Bilgies, Ana Fitriyatul. 2016. “*Peran Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Billagio Skincare Clinic Sidoarjo*”, dalam *Jurnal EkoNika*. Vol. 1 No.1.
- Faizah, Nadia Rizqiyatul, Sri Suryoko & Saryadi. 2013. “*Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran O-Mamamia Steak and Ice Cream Cabang Jati Semarang*”, dalam *Jurnal Of Social and Politic*.
- Harjati, Lily dan Yurike Venesia. 2015. “*Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala*”, dalam *E-Journal Widya Ekonomika* Vol. 1 No.1.
- Liu, Vivianli 2016. “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen di Goeboex Coffee Yogyakarta Jl. Perumnas, Caturtunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta)*”, *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

- Maramis, Freekley Steyfli. Jantje L Sepang, dan Agus S Soegoto. 2018. *“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Air Manad”*, dalam Jurnal Emba Vol. 6 No.3.
- Maulana, Ade Syarif. 2016. *“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI”*, dalam Jurnal Ekonomi Vol. 7 No.2.
- Putri, Melya. 2016. *“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Provita Bandar Lampung”*, Skripsi. Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- Putro, Shandy Widjoyo. 2014. *“Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya”*, dalam Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 2 No.1.
- Sambellayahcorp.blogspot.com dikutip pada hari Selasa, 28 Januari 2020 pkl: 14.49.
- Saputra, Setiawan Tri, Kadarisman Hidayat & Sunarti. 2017. *“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Iphone (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang)”*, dalam Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 50 No.6.
- Shartykarini, Shary, Muhammad Riza Firdaus & Rusniati. 2016. *“Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pengunjung Cafe di Banjarbaru)”*, dalam Jurnal Wawasan Manajemen. Vol. 4 No.1.
- Sulistyaningrum, Utami. 2014. *“Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Koki Tappanyaki Express”*, Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Susanti, Derry Anzar. 2016. *“Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Pelayanan, dan Kualitas Produk Online terhadap Kepuasan Online Secara Syariah”*, dalam Jurnal Analytica Islamica Vol. 5 No.2.
- Utami, Halida. 2013. *“Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Ria Catering Pekanbaru”*, Skripsi. Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Wijaya, Cynthia Violita. 2017. *“Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy”*, dalam Jurnal AGORA Vol. 5 No.1.

Windarti, Tias & Mariaty Ibrahim. 2017. “*Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu (Study Pada Konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang-Pekanbaru)*”, dalam Jurnal Jom Fisi Vol. 4 No.2.

Wulandari, Nur. 2013. “*Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Kopikita Semarang)*”, Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.

Zakaria, Diapinsa Gema dan Suwitho. 2017. “*Peran Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan*”, dalam Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol. 6 No.4.

