



Analisis Pengaruh Kualitas produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Bakmie Bangka 268 Gading Serpong

Vincent Christian¹, Roozana Maria Ritonga²

^{1,2}Universitas Bunda Mulia, Indonesia

E-mail: vincentchrst25@gmail.com, rritonga@bundamulia.ac.id

Article Info

Article History

Received: 2025-06-10

Revised: 2025-07-20

Published: 2025-08-06

Keywords:

Product Quality;
Taste;
Price;
Customer Satisfaction;
Bakmie Bangka 268.

Abstract

This study aims to determine and analyze whether product quality and price have an influence on consumer satisfaction at Bakmie Bangka 268 Gading Serpong. The background of this study is one of the restaurants or eateries located in Gading Serpong where the restaurant provides a variety of food and beverage menus typical of Bangka with the aim of determining consumer satisfaction factors. This study uses a quantitative approach with a survey method of 100 respondents who are consumers of the Bakmie Bangka 268 Gading Serpong Restaurant. The data analysis technique used is non-probability sampling to determine how much influence product quality and price have on consumer satisfaction. The results of the study using the T Test showed that the product quality variable had a t count value of $3.713 > 1.984$ and a price of $6.547 > 1.984$, this can indicate that product quality and price have a significant positive effect on the level of consumer satisfaction. The results of this study indicate that consumers prioritize the taste, price of food and product consistency to increase their level of satisfaction. Therefore, restaurants are advised to improve the quality of their products and maintain product prices in order to compete competitively.

Artikel Info

Sejarah Artikel

Diterima: 2025-06-10

Direvisi: 2025-07-20

Dipublikasi: 2025-08-06

Kata kunci:

Kualitas Produk;
Harga;
Kepuasan Konsumen;
Bakmie Bangka 268.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis apakah kualitas produk dan harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Bakmie Bangka 268 Gading Serpong. Latar belakang dari penelitian ini yaitu merupakan salah satu restoran atau rumah makan yang berlokasi di Gading serpong yang dimana restoran tersebut menyediakan berbagai macam menu makanan maupun minuman khas Bangka asli dengan tujuan untuk mengetahui factor kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 responden yang merupakan konsumen Restoran Bakmie Bangka 268 Gading Serpong. Teknik analisis data yang digunakan adalah non-probability sampling untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. Hasil dari penelitian menggunakan Uji T menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai t hitung sebesar $3.713 > 1.984$ dan harga sebesar sebesar $6,547 > 1,984$, hal ini dapat menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara signifikan berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan konsumen. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen tersebut lebih mengutamakan cita rasa, harga dari makanan serta konsistensi produk untuk meningkatkan tingkat kepuasan mereka. Oleh karena itu, restoran disarankan untuk meningkatkan kualitas produk mereka dan mempertahankan harga produk agar dapat bersaing secara kompetitif.

I. PENDAHULUAN

Pada era sekarang tepatnya di tahun 2025 ini semakin banyak rumah makan atau restoran yang telah berkembang dan tersebar luas di seluruh Indonesia. Rumah makan atau restoran merupakan bentuk usaha di bidang kuliner yang menjalankan operasinya secara komersial yang menyajikan layanan pangan dan minuman Bagyono, (2010) dalam Putra (2022). Restoran ini sangat berpengaruh pada pertumbuhan dan membantu perekonomian bangsa Indonesia ini serta dapat meningkatkan kunjungan pelanggan.

Jumlah Rumah Makan dan Restoran Menurut Kecamatan Di Kota Tangerang Selatan Tahun 2022 dan 2023					
No	Kecamatan	Restoran		Warung Makan	
		2022	2023	2022	2023
1	Serpong	199	199	32	32
2	Serpong Utara	505	505	17	17
3	Pondok Aren	710	710	15	15
4	Ciputat	120	120	4	4
5	Ciputat Timur	100	100	7	7
6	Pamulang	184	184	25	25
7	Setu	25	25	6	6
Total		1843	1843	106	106

Gambar 1. Jumlah Rumah Makan dan Restoran

Sumber: Data Tangerang Selatan

Di setiap restoran tentunya memiliki produk dan harga, dari produk makanan tersebut harus memperhatikan kualitas untuk menjamin

makanannya. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam bisnis kuliner tujuannya yaitu untuk membuat konsumen merasa puas serta salah satu strategi penting untuk mengoptimalkan keberhasilan dalam bisnis restoran kuliner. Kualitas produk makanan dalam industri Makanan & Minuman dapat dinilai melalui empat aspek utama: kesegaran, penyajian, pemasakan yang tepat, dan variasi makanan. Kotler dan Armstrong dalam Kurniawan (2021:08), menjelaskan produk adalah sesuatu yang dimana ditawarkan kepada masyarakat di pasar untuk menarik perhatian, dibeli, digunakan, dan memenuhi kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, kualitas produk ini, khususnya dalam industri *Food & Beverage* yang sangat bergantung pada cita rasa, makanan yang bervariasi, kesegaran pada produk, penyajian produk, dan kepuasan pelanggan.

Kotler, Philip & Ketler (2020) memiliki 6 dimensi yang dimana dimensi ini juga berpengaruh pada kepuasan konsumen yaitu *performance, features, reliability, serviceability, aesthetics, dan perceived quality*. Hal ini menyatakan bahwa Perusahaan atau restoran yang memiliki dimensi karakteristik ini mampu menghasilkan produk yang berkualitas dan tentu saja dalam industri ini, restoran tidak hanya menawarkan produk yang berkualitas namun juga mencakup cita rasa yang konsisten, tekstur yang unik, tampilan visual yang menarik konsumen, serta kecepatan, ketepatan dan keramahan pelayanan. Hal ini dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Selain kualitas produk, harga juga merupakan faktor krusial yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan, dikarenakan memegang peranan penting dalam pengambilan keputusan konsumen saat membeli suatu produk serta untuk mengoptimalkan strategis keberhasilan bisnis restoran kuliner. Jika kualitas produk memuaskan namun harganya tidak memenuhi harapan konsumen, konsumen tersebut akan merasa tidak puas karena harga tidak sesuai dengan standar mereka. Sebaliknya, jika harga sesuai dengan kualitas produk, konsumen cenderung merasa puas dan lebih cenderung mempertimbangkan untuk membelinya. Kotler dan Armstrong dalam Musfar (2020:75) harga mengacu pada jumlah uang yang dibayarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau layanan. mempertimbangkan struktur biaya, nilai yang dirasakan konsumen, serta kondisi pasar. Oleh karena itu, untuk menentukan produk, harga juga

perlu disesuaikan agar dapat memenuhi ekspektasi konsumen serta menerapkan strategi yang baik, tepat dan seimbang dikarenakan hal ini dapat berpengaruh positif pada tingkat kepuasan konsumen dalam waktu jangka Panjang.

Kepuasan konsumen merupakan faktor yang penting dalam menjalankan suatu bisnis terutama dalam industri *food & Beverage*, dikarenakan dengan adanya kepuasan ini Perusahaan dapat mengetahui perilaku konsumen yang sebenarnya dan hal ini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan serta membawa konsumen untuk membeli Kembali produk dari Perusahaan tersebut.

kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa yang timbul akibat perbandingan antara kualitas produk dan jasa yang diterima dengan harapan pelanggan, dan kepuasan tersebut berperan penting dalam menumbuhkan loyalitas pelanggan. Tanjung dan Hidayah (2022) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai perasaan yang dialami pelanggan ketika kualitas produk dan jasa yang diterimanya sesuai dengan harapan dan persepsinya.

Restoran Bakmie Bangka 268 Gading Serpong ini merupakan salah satu contoh bisnis kuliner yang menawarkan berbagai macam produk khas Bangka asli, restoran ini memiliki 35 jenis varian makanan dan 21 jenis varian menu minumannya. menu andalan dari restoran ini yaitu yaitu *Yamien*. Daya tarik utama restoran ini terletak pada kualitas produk yang tinggi namun memiliki harga yang cukup terjangkau untuk dikelasnya, hal yang unik dari makanan ini yaitu cita rasa yang unik dikarenakan dari khas bangka asli baik dari makanan maupun minumannya dibuat sendiri oleh pemilik restoran tersebut dan suasana di restoran ini sangat nyaman dikarenakan restoran ini memiliki ruangan indoor maupun outdoor. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan mengembangkan bisnis secara berkelanjutan terutama dalam industri ini, memerlukan analisis yang tepat terhadap faktor-faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Pada Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen di Bakmie bangka 268 gading Serpong. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk, Tingkat pelayanannya serta harga yang kompetitif agar dapat bersaing secara adil dan mempertahankan loyalitas konsumen.

II. METODE PENELITIAN

Sebuah penelitian pasti memiliki subjek yang akan ditelitinya. Subjek penelitian sangat penting karena merupakan komponen kunci yang memuat variabel-variabel yang diteliti oleh peneliti untuk mengembangkan penelitiannya. Menurut Muhammad Ramdhan (2021:42), subjek penelitian sebagai individual atau organisasi yang menjadi sumber data atau informasi bagi peneliti. Subjek penelitian yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu orang-orang dengan usia 18 tahun keatas yang pernah mengunjungi dan mencicipi makanan di restoran Bakmie Bangka 268 Gading Serpong.

objek penelitian merupakan unsur krusial dalam suatu penelitian, yang menjadi fokus penyelidikan, analisis, dan penarikan simpulan untuk memperoleh informasi yang relevan. Objek penelitian yang dipilih pada penelitian ini adalah Kualitas produk dan Harga sebagai variabel independen dan Kepuasan Konsumen sebagai variabel dependen.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian survei yang bertujuan untuk mengidentifikasi serta menguji seberapa besar pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Bakmie Bangka 268 gading Serpong. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner tertutup yang disebarakan sebanyak 100 responden yang dipilih secara mendetail dan akurat dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria konsumen berusia di atas 18 tahun, yang pernah mengunjungi dan pernah mencoba makanan di restoran Bakmie Bangka 268 Gading Serpong dalam kurun waktu 2-3 tahun terakhir. Dalam penelitian ini juga menggunakan observasi sebagai metode pengumpulan data dengan cara mendatangi langsung tempat penelitian dengan tujuan memperoleh informasi yang diperlukan serta memahami kondisi tempat tersebut. Nasution dalam Sugiyono (2020:109) mendefinisikan observasi sebagai proses pengamatan langsung oleh peneliti untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terhadap data dalam konteks sosial yang lebih luas, sehingga memungkinkan adanya perspektif yang komprehensif.

Peneliti menggunakan skala likert pada pengukuran kuesionernya. Menurut Wiratna Sujarweni (2021:91), skala Likert merupakan salah satu jenis pertanyaan yang dirancang untuk menilai tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden. Skala likert terdiri dari 4 atau 5

tingkat pengukuran. Peneliti menggunakan skala likert 1-5 dengan tujuan untuk mendapatkan jawaban responden yang lebih akurat dan mendetail. Nilai 1 mempunyai makna Sangat Tidak Setuju (STS), nilai 2 bermakna Tidak Setuju (TS), nilai 3 bermakna Ragu-ragu (RG), nilai 4 bermakna Setuju dan nilai 5 bermakna Sangat Setuju (SS).

Populasi adalah keseluruhan area atau kelompok yang terdiri dari objek atau subjek dengan sifat dan karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh penelitian untuk dianalisis dan dijadikan kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini merujuk pada konsumen yang pernah mengunjungi serta mencoba makanan di restoran Bakmie Bangka 268 Gading Serpong. Sampel juga merupakan bagian dari populasi yang memiliki ukuran dan karakteristik tertentu (Sugiyono,2020:81). Dalam penelitian ini, peneliti telah menghitung jumlah sampel yang akan digunakan melalui penghitungan menggunakan rumus *Slovin* dan dari perhitungan tersebut telah mendapatkan sebanyak 92 orang. Kriteria sampel yang akan diteliti yaitu orang yang berusia minimum 18 tahun dan yang pernah mengunjungi serta mencoba produk dari restoran bakmie Bangka 268 Gading Serpong

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	4.329	2.953		1.466	.146	
	Kualitas Produk	.123	.033	.310	3.713	.000	.568 1.761
	Harga	.327	.050	.546	6.547	.000	.568 1.761

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Gambar 2. Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Sumber: SPSS 25(2025)

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 \\ = 4,329 + 0,123 + 0,327$$

1. Uji Parsial (T)

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	4.329	2.953		1.466	.146	
	Kualitas Produk	.123	.033	.310	3.713	.000	.568 1.761
	Harga	.327	.050	.546	6.547	.000	.568 1.761

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Gambar 3. Hasil Uji T Variabel kualitas Produk (X1) dan Harga (X2)
Sumber: SPSS 25 (2025)

$$T \text{ tabel} = t(a/2 : n - k - 1) \\ = t(0,05/2 : 100 - 2 - 1) \\ = t(0,025 : 97) \\ = 1,984$$

Variabel Kualitas Produk (X1) memiliki t hitung sebesar 3,713 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

Variabel Harga (X2) memiliki t hitung sebesar 6,547 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

2. Uji Simultan (F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	707,226	2	353,613	78,040	,000 ^b
Residual	429,524	97	4,531		
Total	1146,750	99			

a. Dependent Variable: KepuasanKonsumen
b. Predictors: (Constant), Harga, KualitasProduk

Gambar 5. Hasil Uji F

Sumber: SPSS 25 (2025)

$$\begin{aligned} F \text{ tabel} &= f(k : n - k) \\ &= f(2 : 100 - 2) \\ &= (df-2 \text{ ke } 98) \\ &= 3,089 \end{aligned}$$

Berdasarkan table tersebut dapat dilihat bahwa Uji F yang diperoleh hasil F hitung sebesar 78,040 dan nilai signifikansi sebesar 0,000.

3. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	,785 ^a	,617	,609	2,12866	

a. Predictors: (Constant), Harga, KualitasProduk
b. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

Gambar 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Sumber: SPSS 25 (2025)

Berdasarkan table tersebut, diperoleh nilai R square sebesar 0,617 dan koefisien determinasi sebesar 0,785. Maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan variable Kualitas Produk (X1) dan variable Harga (X2) memiliki pengaruh sebesar 61,7% terhadap variasi variable Kepuasan Konsumen (Y).

B. Pembahasan

1. Uji Regresi Linear Berganda

Nilai konstanta Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 4,329 yang menyatakan apabila variabel X1 dan X2 yaitu Kualitas Produk dan Harga sama dengan nol, maka kepuasan konsumen adalah sebesar 4,329. Nilai Koefisien X1 sebesar 0,123 yang artinya setiap adanya peningkatan variabel Kualitas Produk (X1) sebanyak 1%, Kepuasan Konsumen juga meningkat sebesar 0,123 (12,3%) dan sebaliknya, setiap kali variabel Kualitas produk (X1)

turun 1% maka Kepuasan Konsumen tersebut juga akan menurun sebesar 0,123 (12,3%).

Nilai Koefisien X2 sebesar 0,327 yang artinya bahwa setiap terjadi peningkatan variabel Harga (X2) sebesar 1% maka Keputusan Pembelian akan meningkat 0,327 (32,7%) atau sebaliknya. Setiap variabel Harga (X2) turun 1% maka Kepuasan Konsumen akan menurun sebesar 0,327 (32,7%).

2. Uji Parsial (T)

Berdasarkan perhitungan yang sudah dilakukan oleh peneliti menggunakan spss veersi 25, dihasilkan t tabel sebesar 1,984. Diketahui variable Kualitas Produk (X1) memiliki t hitung sebanyak 3,713. Hal ini telah memenuhi syarat t hitung > t tabel, yang di mana nilai t hitung 3,713 > 1,984. Nilai signifikansi yang diperoleh juga memenuhi syarat yaitu nilai signifikansi < 0,05 di mana 0,000 < 0,005. Maka, dapat dikatakan variabel Kualitas produk (X1) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hal ini membuktikan bahwa H01 ditolak dan H1 diterima.

Diketahui variabel harga (X2) memiliki t hitung sebesar 6,547. Hal ini telah memenuhi syarat t hitung > t tabel, yang Dimana nilai t hitung 6,547 > 1,984. Nilai signifikansi yang diperoleh juga memenuhi syarat yaitu nilai signifikansi < 0,05 di mana 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X2) berpengaruh secara terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hal ini membuktikan bahwa H02 ditolak dan H2 diterima.

3. Uji Simultan (F)

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan oleh peneliti, diperoleh f tabel sebesar 3,89. Diketahui variabel Kualitas produk (X1) dan harga (X2) memiliki f hitung sebesar 78,040. Hal ini telah memenuhi ketentuan f hitung > f tabel, yang dimana nilai f hitung 78,040 >

3,89 dan nilai signifikansi yang diperoleh juga telah memenuhi syarat yaitu nilai signifikansi < 0,05 di mana 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) dan harga (X2) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan konsumen (Y). Hal ini

membuktikan bahwa H03 ditolak dan H3 diterima.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut hasil olah data sebelumnya, diketahui nilai koefisien determinasi (R^2) adalah 0,609 atau 60,9%. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) secara simultan dapat mempengaruhi variabel Kepuasan konsumen (Y) sebesar 60,9% dan lainnya yaitu 39,1% terpengaruh oleh variabel alternatif yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Namun terdapat beberapa kemungkinan variabel lain yang berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di restoran Bakmie Bangka 268 Gading Serpong seperti promosi produk, inovasi produk, dan lain-lain.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Pada Uji Regresi Linear Berganda, diperoleh nilai koefisien variabel Kualitas (X1) Produk sebesar 0,123 maka setiap terjadi perubahan 1% pada variabel akan berdampak sebesar 12,3% terhadap variabel Kepuasan Konsumen dan untuk variabel harga (X2) memperoleh nilai koefisien sebesar 0,327 maka setiap terjadi perubahan 1% pada variabel ini akan mempengaruhi Kepuasan Konsumen sebesar 32,7%.

Pada uji hipotesis yaitu uji T dan F, dapat dilihat bahwa kedua uji tersebut berhasil lulus uji dan layak untuk digunakan pada studi ini. Pada Uji T, masing-masing dari variabel Kualitas produk (X1) dan harga (X2) secara signifikan berpengaruh terhadap pada variabel Kepuasan Konsumen (Y).

Pada uji F ini, kedua variabel Kualitas produk (X1) dan Harga (X2) Secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa hipotesis H1, H2, dan H3 terbukti benar.

Pada uji koefisien determinasi, dari table tersebut terdapat dampak oleh variabel Kualitas produk (X1), dan Harga (X2) terhadap Kepuasan konsumen (Y) sebesar 61,7% dan yang lainnya adalah pengaruh dari faktor variabel alternatif yang tidak ada dalam penelitian ini.

B. Saran

1. Saran Bagi Pengelola

Perusahaan dapat meningkatkan promosinya agar dapat membawa banyak pengunjung atau konsumen di masa yang akan datang, dan semoga perusahaan tersebut dapat memperluas atau membuat cabang Perusahaan mereka agar semua dapat mengetahui bahwa terdapat restoran bakmie Bangka di daerah tersebut.

Semoga kualitas produk dari restoran ini lebih ditingkatkan dari segi kesegaran pada bahan makanan, cara penyajiannya yang benar dan tepat serta menarik, lebih memperhatikan lagi dan meningkatkan Kembali kebersihan akan restorannya agar kebersihannya tetap terjaga dan konsumen tersebut merasa puas dan nyaman saat mengunjungi dan mencicipi makanan di restoran bakmie Bangka 268 Gading Serpong.

Perusahaan tetap mempertahankan visualitas produknya seperti tampilan (*plating*) yang menarik dan unik, mempertahankan nilai cita rasa yang konsisten serta tekstur yang diberikan hal ini bertujuan agar Perusahaan tersebut dapat memperkuat nama baik dan brand image melalui ini serta testimoni pelanggan secara langsung. Dan semoga dari pihak Perusahaan tersebut dapat menambah ide bisnis yang lebih baru, lebih menarik lagi untuk membuay produk yang berinovasi dan baru, hal ini bertujuan untuk meningkatkan Tingkat penjualan mereka serta meningkatkan Tingkat kunjungan konsumen, dikarenakan jika memiliki produk yang baru dan merasa tampilannya yang unik serta cita rasanya yang berbeda dengan yang lainnya, maka konsumen tersebut langsung tertarik untuk mencobanya. Selain dari produk, Perusahaan juga harus tetap mempertahankan Tingkat pelayanannya serta harga yang terjangkau agar konsumen tersebut merasa puas dan dapat datang Kembali lagi untuk mengunjungi restoran tersebut.

2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lainnya seperti kualitas pelayanan, suasana, faktor emosional, citra Perusahaan, nilai pelanggan yang terdapat kemungkinan memengaruhi kepuasan konsumen. Dan semoga peneliti selanjutnya juga dapat

meneliti penelitian tersebut secara mendetail, megolah data dengan benar, baik, tepat dan akurat serta memahami penelitian tersebut secara maksimal agar dapat memberikan manfaat yang lebih baik dan besar bagi orang lain.

DAFTAR RUJUKAN

- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh kualitas Pelayanan, kualitas Produk dan harga terhadap kepuasan Konsumen: (EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRODUCT QUALITY AND PRICE ON CONSUMER SATISFACTION). *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1 - 14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Dewi, K. I. R., & Andayani, N. L. H. (2024). Strategi pemasaran pada food and beverage service department hotel banyualit spa 'n resort dalam meningkatkan penjualan. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 7(2), 15-23. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v7i2.80426>
- FerawatiD., & AminahM. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Restoran Chicken Geprek Ken Dedes. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 18(2), 113-124. <https://doi.org/10.29244/mikm.18.2.113-124>
- Indiani, N. L. P., Pusparini, N. K., & Wijaya, B. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Apotekku di Tabanan. *Jurnal Mirai Management*, 9(1), 0-0. <https://doi.org/https://doi.org/10.37531/mirai.v9i1.6320>
- Indra. (2022). Analisis Kualitas Produk Di Bisa Group (SUSHI TEI) Medan. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 246-255. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i2.589>
- Yuliawan, T. I. A., & Budiono, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian di Steak Moen-Moen Depok Jawa Barat. *Widya Manajemen*, 6(2), 123-134. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v6i2.5422>
- Worotikan, A., Massie, J., & Tawas, H. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas makanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan ikan bakar kinamang. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 0-0. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v9i3.35512>
- Tamrin, M., Tukinah, U., & Putri, D. (2024). DETERMINAN PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *JURNAL CAPITAL : Kebijakan Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 6(1), 116-136. <https://doi.org/10.33747/capital.v6i1.206>
- Sholikhah, A. F., & Hadita, H. (2023). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN MIE GACOAN DI BEKASI TIMUR. *JURNAL ECONOMINA*, 2(2), 692-708. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.352>