PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN LOMBOK IDJO CABANG KEDIRI TAHUN 2016

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Jurusan Manajemen FE UN PGRI Kediri

Disusun oleh

AWAN HAMENGKU ENDRA SWONO
NPM. 12.1.02.02.0483

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UN PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA KEDIRI

2016

Skripsi oleh:

AWAN HAMENGKU ENDRA SWONO
NPM. 12.1.02.02.0483

Judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN LOMBOK IDJO KEDIRI TAHUN 2016

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri

Tanggal: .....

Pembimbing I	Pembimbing II
Prof. Dr. H. Sugiono, S.pd, MM	**Dhiyan Septa Wihara SP.MM**
NIDN. 0014015706	NIDN. 0730098401

ii

Skripsi oleh:

AWAN HAMENGKU ENDRA SWONO
NPM. 12.1.02.02.0483

Judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN LOMBOK IDJO CABANG KEDIRI

Telah dipertahankan di depan Panitian Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri
Pada tanggal: 12 Agustus 2016

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitian Penguji:

1. Ketua : Prof. Dr. H. Sugiono, S.pd, M.M., ( )
2. Penguji I : Dr. Subagyo, M.M., ( )
3. Penguji II : Dhiyan Septa Wihara, SP, M.M., ( )

Mengetahui,
Dekan FE

Dr. Subagyo, M.M.,
NIDN: 0717066601

iii

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN LOMBOK IDJO CABANG KEDIRI TAHUN 2016

Awan Hamengku Endra Swono
12.1.02.02.0483
Fakulta Ekonomi – Program Studi Manajemen
Cagapandawa3879@gmail.com
Prof. Dr. H. Sugiono, S.pd, M.M[1] dan Dhiyan Septa Wihara S.p, M.M[2]
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi situasi bisnis yang sangat kompetitif di era modernisasi seperti saat ini para pebisnis mau atau tidak mau harus meningkatkan bisnisnya dengan lebih kreatif dan lebih inovatif agar bisnisnya tetap berjalan ditengah persaingan yang semakin ketat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Lombok Idjo cabang Kediri, mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Lombok Idjo cabang Kediri, mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Lombok Idjo cabang Kediri, dan mengetahui pengaruh antara kualitas produk, harga, dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Lombok Idjo cabang Kediri.

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh dari variabel kualitas produk, harga, dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan menggunakan uji F untuk mengetahui pengaruh simultan dan uji t untuk mengetahui pengaruh parsial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan dengan dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,25. Secara parsial, harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan dengan dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Secara parsial, pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan dengan dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Secara simultan, variabel kualitas produk, harga dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan dibuktikan nilai signifikansi sebesar 0,000.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan.

I. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya dunia bisnis dan usaha di berbagai bidang dengan sangat pesat dan berkesinambungan pada saat ini mencerminkan situasi bisnis yang sangat kompetitif, maka dari itu diperlukan sikap dari para pengusaha untuk berani berinovasi untuk menciptakan hal baru dalam bisnisnya yang bertujuan agar ada hal yang lebih baik dan bisa ditawarkan pada konsumen.

Dan dalam era globalisasi ini, jumlah merek ataupun produk berupa barang dan jasa menjadi sangat banyak sehingga konsumen memiliki ragam pilihan alternatif produk maupun jasa yang dapat digunakan unutuk memenuhi berbagai macam kebutuhan dan gaya hidupnya. Sehingga disamping itu agar bisnis bisa terus berkembang, para pengusaha pun dituntut harus bisa memahami perilaku konsumen. Dalam memahami perilaku konsumen perlu dipahami siapa konsumen yang kita hadapi , sebab dalam suatu lingkungan yang berbeda akan memiliki penelitian, kebutuhan, pendapat, sikap dan selera yang berbeda pula.

Dan salah satu faktor yang dijadikan bahan pertimbangan konsumen untuk memilih suatu produk guna untuk memenuhi kebutuhannya yaitu kualitas produk. Dan definisi kualitas produk menurut Tjiptono (2005:57) Kualitas produk menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan yang ada pada saat ini khususnya dijadikan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan. Konsumen membandingkan persepsi mereka atas kualitas suatu produk setelah menggunakan produk tersebut dengan ekspetasi kinerja produk sebelum mereka membelinya. Untuk itu, perusahaan harus bisa menciptakan kualitas produk yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, misalnya dari ciri khas produk tersebut, kemasan yang menarik dan keberhasilan dari produk atau jasa tersebut.

Setelah mempertimbangkan kualitas produk pada suatu restoran, biasanya konsumen juga akan mempertimbangkan soal harga, apakah uang yang dikeluarkan konsumen sudah sebanding dengan apa yang didapatnya. Dan definisi harga menurut Kotler (2005:43) Harga

yaitu sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. Disamping kualitas produk yang harus terjamin dan juga harga yang sesuai, para konsumen tentunya juga mempertimbangkan dalam hal pelayanan. Pelayanan suatu restoran dalam segi keramahan karyawan hingga fasilitas yang diberikan oleh restoran tersebut diluar ekspektasi para konsumen.

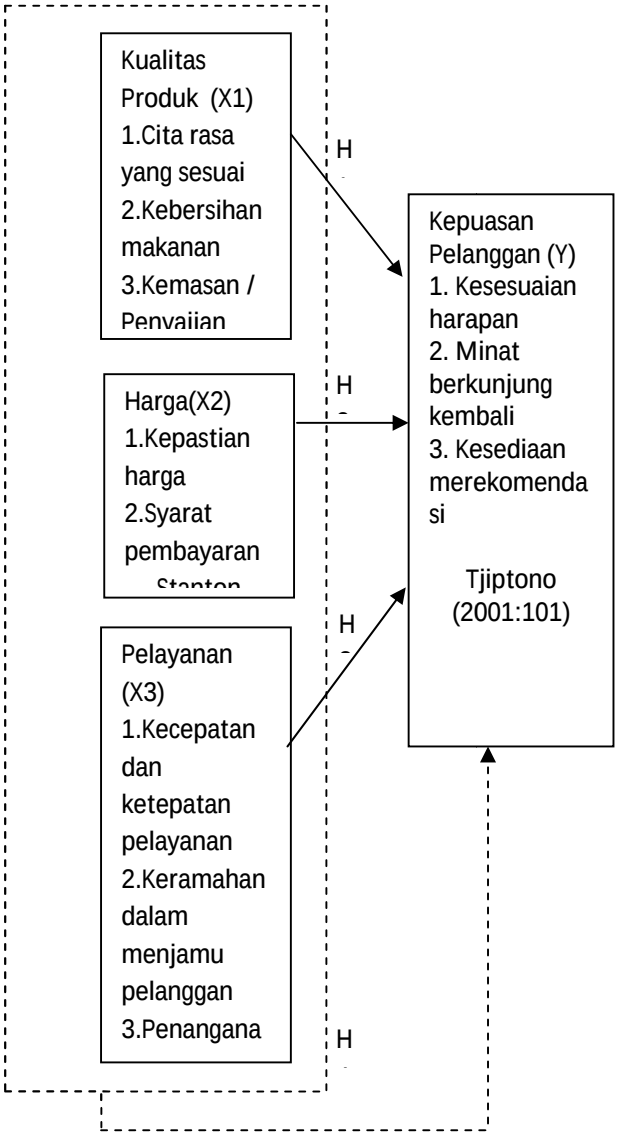
Dalam kondisi kita yang sedang berada di era globalisasi dimana persaingan usaha yang sangat ketat, maka hal yang harus diprioritaskan oleh para pengusaha adalah kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2001:9) Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah daripada harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas. Kepuasan pelanggan sangat penting untuk menjaga usaha tersebut agar tetap bertahan , bersaing dan menguasai pasar. Disamping itu, pelanggan yang puas tentunya akan berpeluang akan kembali lagi menggunakan produk dan jasa kita lagi atau bahkan mereka akan mempromosikan ke orang lain agar menggunakan produk dan jasa kita karena sudah terbukti terpuaskan. Banyak faktor yang menyebabkan pelanggan merasa sangat puas diantaranya produk, harga, pelayanan, lingkungan, teknik komunikasi dan lain lain.

Biasanya yang menyajikan produk, harga sekaligus pelayanan yang memuaskan restoran fast food. Tetapi, Rumah makan "Lombok Idjo" cabang Kediri juga menyajikan pelayanan yang memuaskan, kualitas produk yang terjamin, sekaligus harga yang terjangkau. Karena adanya promosi dari mulut ke mulut yang dilakukan oleh pelanggan Rumah makan "Lombok Idjo" cabang Kediri setelah merasakan sendiri bagaimana kualitas produknya, harganya hingga pelayanannya, maka rumah makan ini pun cukup terkenal di Karisidenan Kediri sebagai rumah makan yang tidak hanya menyajikan hidangan produk makanan dan minuman tetapi juga pelayanan yang memuaskan diluar ekspektasi para konsumen, harga yang terjangkau, dan kualitas produk makanan dan minuman yang sangat higienis dan memanjakan lidah para penikmat kuliner saat berada di Kediri.

Dan Dalam menelaah kondisi tersebut, maka peneliti pun mengambil judul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga

Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Lombok Idjo Cabang Kediri Tahun 2016".

II. Kerangka Konseptual



III. HIPOTESIS

1. Diduga variabel kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Diduga variabel harga produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
3. Diduga variabel pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
4. Variabel kualitas produk, harga dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

IV. METODOLOGI PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah dan hipotesis yang diajukan, variabel-variabel dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

a. *Dependent Variable* (Variabel Terikat)
Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh *independent variable* (variabel bebas). Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah Kepuasan Pelanggan (Y).

b. *Independent Variable* (Variabel Bebas)
Variabel bebas adalah variabel yang diduga secara bebas berpengaruh terhadap variabel terikat (*dependent variabel*). Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Pelayanan (X3).

Menurut Sujarweni dan Endrayanto (2012:19), secara sederhana data

kualitatif dapat disebut data hasil kategori (pemberian kode) untuk isi data yang berupa kata atau dapat didefinisikan sebaga data bukan angka tetapi diangkatkan. Data kualitatif diambil dari penyebarang kuesioner pada responden.

Menurut Sujaweni dan Endrayanto (2012:20) data kuantitatif adalah data berupa angka dalam arti sebenarnya, jadi berbagai operasi matematika dapat dilakukan pad data kuantitatif. Data kuantitatif berasal dari data yang diperoleh dari konsumen Rumah Makan Lombok Idjo.

Pengertian metode penelitian menurut Arikunto (2009:4) adalah rancangan yang dibuat oleh peneliti sebagai petunjuk dari kegiatan yang akan dilakukan. Dan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian penjelasan (explanatory) yang berusaha untuk menjelaskan serta menyoroti hubungan antara variabel – variabel yang diajukan dalam penelitian serta menjelaskan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, disamping itu untuk menguji hipotesis yang diujikan (Singarimbun 2002:5).

Kegiatan penelitian ini dilakukan pada Rumah Makan "Ayam Goren Spesial Lombok Idjo" Cabang Kediri. Tepatnya berada di jalan Patiunus 16 Kediri. Adapun alasan pertimbangang dalam pemilihan obyek adalah sebagai berikut:

a. Pada rumah makan ini menjual jenis makanan utama yang hampir sama dengan restoran *fast food* yaitu ayam walaupun berbeda jenis ayam ataupun cara menyajikan hidangang tersebut.
b. Rumah makan ini merupakan salah satu rumah makan yang terkenal dengan makanan khasnya.
c. Lokasi rumah makan ini berada di pusat kota Kediri sehingga memudahkan penulis dalam mengadakan penelitian.

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengunjungi Rumah Makan Lombok Idjo Cabang Kediri. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan *Teknik Accidental Sampling,* peneliti mengambil data pada hari Sabtu tanggal 9 Juli 2016. Dari hasil pengambilan data tersebut diperoleh responden sebanyak 50 orang yang memenuhi kriteria dalam penelitian ini, diantaranya responden yang mengunjungi Rumah Makan Lombok Idjo Kediri lebih dari dua kali dalam satu bulan. *Accidental Sampling* yaitu

teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2001:60). Untuk itu, penelitian ini akan menggunakan 50 sampel dengan menggunakan kuesioner instrumen penelitian sebagai alat untuk menentukan observasi, dalam hal ini sampelnya adalah pelanggan Rumah Makan Lombok Idjo Cabang Kediri. Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data yang bersifat kualitatif yang diubah menjadi kuantitatif dengan menggunakan skala likert.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya satu kuesioner (Ghozali, 2006:43). Satu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada pertanyaan kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas ini menggunakan rumus Korelasi *Product Moment Pearson.* Menurut (Sugiyono, 2010:228) Keputusan pengujian validitas responden ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1) Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika *r hitung* lebih besar atau sama dengan *r tabel* ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$)
2) Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika *r hitung* lebih kecil atau sama dengan *r tabel* ($r_{hitung} \leq r_{tabel}$)

reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Uji ini menunjukkan konsistensi alat pengukuran gejala yang sama sehingga dapat diandalkan. Untuk menguji reliabilitas dapat memakai *alpha cronbach.* Norma keputusan pengujian reliabilitas item instrumen adalah:

a. Jika kuesioner interval seluruh item $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan siginifikansi 5% maka item kuesioner dinyatakan reliable
b. Jika kuesioner seluruh item $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ dengan signifikansi 5% maka dapat dikatakan item kuesioner dinyatakan tidak reliable.

Variabel	r_{hitung}	r_{tabel} 5% (50)	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,901	0,279	Reliabel
Harga (X2)	0,718	0,279	Reliabel
Pelayanan (X3)	0,881	0,279	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,877	0,279	Reliabel

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif merupakan bentuk

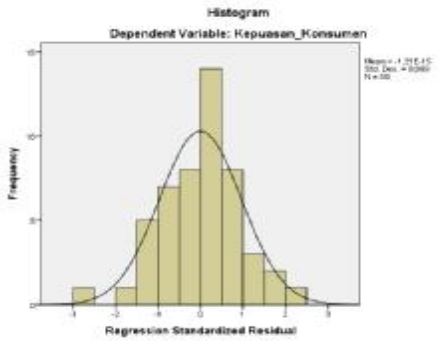
analisis yang berdasarkan dari data yang dinyatakan dalam bentuk uraian. Analisis kuantitatif adalah suatu bentuk analisis yang menggunakan angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik tertentu. Analisis yang digunakan antara lain sebagai berikut :

a. Uji Asumsi Klasik
   1. Uji Normalitas
   2. Uji Autokorelasi
   3. Uji Heteroskedastisitas
   4. Uji Multikolinearitas
b. Uji Regresi Linier Berganda
c. Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)
d. Uji Simultan (Uji F)
e. Uji Parsial (uji *t*)

V. PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

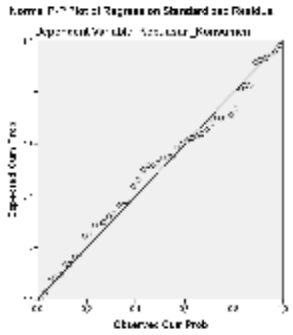
a. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Grafik Histogram



Berdasarkan hasil uji normalitas pada gambar 4.1 grafik histogram telah berdistribusi normal. Tampak bahwa tiap data menyebar ke seluruh daerah norma yang berada di bawah kurva tersebut yang bentuknya seperti lonceng.

2. Analsis Grafik *normal probability plot*.



Berdasarkan hasil uji normalitas pada penelitian ini dapat dilihat bahwa tidak terdapat masalah pada uji normalitas karena titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran mengikuti arah garis diagonal. Denga demikian dapat dinyatakan bahwa penyebaran data mendekati normal atau memenuhi asumsi normalitas.

3. Analisis Kolgomorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kepuasan_Pelanggan
N		50
Normal Parameters[a,b]	Mean	20,50
	Std. Deviation	3,352
Most Extreme Differences	Absolute	,133
	Positive	,090
	Negative	-,133
gorov-Smirnov Z		,939
Asymp. Sig. (2-tailed)		,342

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji normalitas dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan bahwa data residual yang diolah adalah berdistribusi normal, hal ini dapat dilihat pada tabel 4.1 yang menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,342 angka ini lebih besar dari nilai absolut yaitu 0,05. Dengan demikian hasil uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* dapat diambil kesimpulan data berdistribusi normal.

b. Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

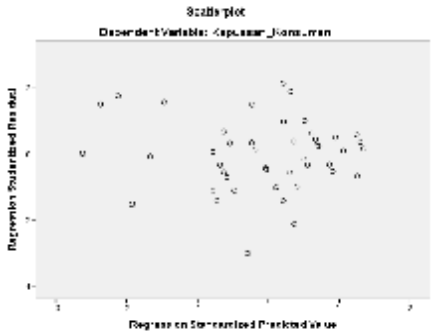
Model	e	Durbin-Watson
1	,920	2,150

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Kualitas_Produk, Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Berdasarkan tabel diatas nilai DW sebesar 2,150, berdasarkan tabel rumus du dengan jumlah variabel bebas sebanyak 3 dengan 50 responden didapat nilai du sebesar 1,674. Berdasarkan tabel di atas nilai DW hitung dan dari nilai (du) maka (4-du) = 2,326 atau dapat dilihat pada Tabel 4.7 yang menunjukkan du < dw < 4 – du atau 1,674 < 2,150 < 2,326, sehingga model regresi tersebut sudah bebas dari masalah autokorelasi.

c. Uji Heteroskedastisitas



grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dan ini menunjukkan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas

d. Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		

Kualitas_Produk	,805	1,243
Harga	,133	7,527
Pelayanan	,127	7,871

bahwa variabel Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,805; 0,133;0,127 yang lebih besar dari 0,10 dan VIF sebesar 1,243; 7,527; 7,871 yang lebih kecil dari 10 dengan demikian dalam model ini tidak ada masalah multikolinieritas.

e. Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,080	1,154		-1,802	,078
	Kualitas_Produk	,170	,073	,096	2,320	,025
	Harga	,807	,175	,469	4,606	,000
	Pelayanan	,479	,106	,471	4,523	,000

f. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,968[a]	,937	,933	,870	2,252

, diperoleh nilai *Adjusted* R^2 sebesar 0,933 atau 93,3%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel kualitas produk, harga daan pelayanan sebesari 93,3%, sedangkan sisanya sebesar 6,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

g. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	515,662	3	171,887	226,961	,000[b]
	Residual	34,838	46	,757		
	Total	550,500	49			

Dari hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa secara bersama-sama variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai F hitung sebesar 226,961 dengan probabilitas 0,000. Karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05 atau 5% maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan. Dengan demikian perubahan-perubahan kualitas produk, harga dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

h. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,080	1,154		-1,802	,078
	Kualitas_Produk	,170	,073	,096	2,320	,025
	Harga	,807	,175	,469	4,606	,000
	Pelayanan	,479	,106	,471	4,523	,000

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai t signifikansi sebesar 0,025 lebih kecil dari 0,05, maka secara parsial indikator kualitas produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dengan demikian H0 ditolak dan H1 diterima.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai t signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka secara parsial indikator harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dengan demikian H0 ditolak dan H1 diterima.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai t signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka secara parsial indikator pelayanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dengan demikian H0 ditolak dan H1 diterima.

VI. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti kualitas produk, harga dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Lombok idjo cabang Kediri. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas produk berpengaruh signifikan sebesar 0,170 terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Lombok Idjo cabang Kediri. Hal ini berarti bahwa jika variabel kualitas produk meningkat, maka terjadi peningkatan pada kepuasan pelanggan.
2. Harga produk berpengaruh signifikan sebesar 0,807 terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Lombok Idjo cabang Kediri. Hal ini berarti bahwa jika variabel harga meningkat, maka terjadi peningkatan pada kepuasan pelanggan.

3. Pelayanan pelanggan berpengaruh signifikan sebesar 0,479 terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Lombok Idjo cabang Kediri. Hal ini berarti bahwa jika variabel pelayanan meningkat, maka terjadi peningkatan pada kepuasan pelanggan.
4. Secara simultan kualitas produk, harga dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Lombok Idjo cabang Kediri.

VII. DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S. 2002. *Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktek.* PT Rieneka Cipta. Jakarta.

Moenir. 1992. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. PT Bumi Aksara. Jakarta.

Barner, G. James. 2001. *Secret of Customer Relationship Management: Rahasia Manajemen Hubungan Konsumen.* Penerbit Andi Offset. Yogyakarta.

Candra, Panji Ali. 2008. *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Teh Botol Sosro.* Skripsi. Undip.

Wibowo. 2013. *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Nilai pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Di Kota Purwokerto*. Skripsi. Fakultas Manajemen Universitas Negeri Semarang.

Pradhana, Jaka Purnama. 2011. *Analisi Pengaruh Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembeli*. Skripsi.

Kotler, P dan G. Amstrong.1977. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran 1*. PT. Prehallindo Putra

Kotler, Philip Terjemahan Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli. 1977. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Prenhallindo. Jakarta.

Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian, Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia*. Salemba Empat. Yogyakarta.

Kotler, Philip. 2005. *Marketing Management. Terjemahan, Hendra Teguh, Ronny A. Rusli, Benjamin Molan, Jilid I dan II, Edisi Millenium*. PT. Prentice Hall Indonesia, Jakarta.

Kotler, Philip. Dan Amstrong. 2002. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Keenam*. Erlangga. Jakarta.

Sekaran, U. 1992. *Research Methods For Bussiness, Second Edition.* John Wiley & Sons. Inc. Canada.

Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survey.* LP3 ES. Jakarta.

Simamora. 2004. *Panduan Riset dan Perilaku Konsumen.* PT. Gramedia Pustaka. Jakarta.

Stanton, William J. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.

Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis.* Alfabeta. Bandung.

Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Pemasaran Jasa.* Andi Offset. Jakarta.

Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran,* Edisi ke-2. Andi Offset. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2000. *Perspektif Manajemen & Pemasaran Kontemporer, Edisi Pertama, Cetakan Pertama.* Penerbit Andi. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 1999. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service.* Andi. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa.* Bayumedia Publishing. Jawa Timur.

Ahyari, Agus. 1990. *Manajemen Produksi, Pengendalian Produksi.* BPFE. Yogyakarta.

Assauri, Sofjan. 1998. *Manajemen Produksi dan Operasi.* Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Umar, Husein. 2004. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis.* PT Raja Gravindo Persada, Jakarta.

Wardhani, Ervina. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Skripsi Undip.

Widyawati, Fransisca. 2008. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Telkom Flexi*. Skripsi UNDIP.

Wijaya. 2013. *Pengaruh Harga, Kualitas produk dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Counter HP Jati Bird Semarang*. Skripsi UNDIP.

Website resmi Rumah Makan Lombok Idjo cabang Kediri. rmlombokidjokediri.blogspot.com