ARTIKEL

MEMBANGUN EPIC CAFE NGANJUK MELALUI HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

Oleh:

MEI LASTIRA

NPM: 14.1.02.02.0116

Dibimbing oleh :

1. **Dr. H. Samari, S.E.,M.M**
2. **Rony Kurniawan,M.M**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI (FE)

UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA UN PGRI KEDIRI

2018

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2018

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: MEI LASTIRA
NPM	: 14.1.02.02.0116
Telepun/HP	: 081273406326
Alamat Surel (Email)	: meilastira@gmail.com
Judul Artikel	: Membangun Epic Cafe Nganjuk Melalui Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen
Fakultas – Program Studi	: Ekonomi - Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	: Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 76, Mojoroto, Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis**)** dan bebas plagiarisme;

b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 19 Juli 2018
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Dr. H. Samari, S.E.,M.M NIDN. 0712026201	Rony Kurniawan,M.M NIDN. 0730076804	Mei Lastira NPM. 14.1.02.02.0116

MEMBANGUN EPIC CAFE NGANJUK MELALUI HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

MEI LASTIRA
14.1.02.02.0116
Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
meilastira@gmail.com
Dr. Samari[1] dan Rony Kurniawan,M.M.[2]
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Mei Lastira: Membangun Epic Cafe Nganjuk Melalui Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. Skripsi, Manajemen, FE UN PGRI Kediri, 2018.

Bisnis kuliner mengalami perkembangan pesat di dunia usaha, terutama usaha yang bergerak dibidang industri jasa makanan dan minuman. Penelitian ini dilatarbelakangi bahwa harga, lokasi, dan kualitas pelayanan sangat mempengaruhi kepuasan konsumen di Epic *Cafe* Nganjuk. Tujuan penelitian ini adalah : (1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan konsumen di Epic *Cafe* Nganjuk. (2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh yang signifikan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Epic *Cafe* Nganjuk. (3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Epic *Cafe* Nganjuk. (4) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh yang signifikan harga, lokasi, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Epic *Cafe* Nganjuk.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik yang digunakan adalah kausal (sebab-akibat). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling insidental* dan sampel yang digunakan sebanyak 40 responden yang melakukan pembelian di Epic *Cafe* Nganjuk dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan *software SPSS for windows versi 23.*

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini adalah : (1) Harga berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan konsumen di Epic *Cafe* Nganjuk. (2) Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Epic *Cafe* Nganjuk. (3) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Epic *Cafe* Nganjuk. (4) Harga, lokasi, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Epic *Cafe* Nganjuk.

KATA KUNCI : Kepuasan Konsumen, Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan

I. LATAR BELAKANG

Pada era sekarang, bisnis kuliner mengalami perkembangan pesat di dunia usaha, terutama usaha yang bergerak dibidang industri jasa makanan dan minuman. Produsen juga harus memperhatikan berbagai segi kuantitas maupun kualitas produk yang dijual. Untuk itu, para pengusaha harus mempunyai berbagai strategi agar produknya laris dipasaran dan memenuhi kebutuhan konsumen. Saat ini yang menjadi sasaran pembeli baik dikalangan pemuda sampai lanjut usia yaitu jasa c*afe*. Dengan demikian, *Cafe* merupakan salah satu tempat yang banyak dicari para kalangan muda, bukan hanya makanan dan minumannya saja namun penyusunan spot photo dan desainnya yang dicari oleh banyak konsumen.

Menurut Tjiptono (2015:45), kepuasan konsumen merupakan "elemen pokok dalam pemikiran dan praktik pemasaran modern, persaingan dapat dimenangkan apabila perusahaan itu mampu menciptakan dan mempertahankan pelanggan". Untuk itu, Epic *Cafe* Nganjuk harus dapat memahami tentang kebutuhan dan selera yang diinginkan oleh para konsumen dengan mempertahankan beberapa variabel penting seperti harga, lokasi, dan kualitas pelayanan. Sehingga Epic *Cafe* Nganjuk dapat mempertahankan pangsa pasar dan dapat bertahan di dunia usaha.

Variable harga merupakan salah satu variabel penting dalam strategi pemasaran. Sudaryono (2016:216) berpendapat bahwa "harga (*price*)" adalah "suatu nilai tukar yang memiliki nilai sama dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu". Maka perusahaan perlu memperhatikan dalam menentukan harga yang sesuai dengan tingkat kemampuan para konsumen.

Selain variabel harga, variabel lokasi juga penting dalam meningkatkan perusahaan. Menurut Sunyoto (2015:176), lokasi yang strategis dapat ditafsirkan sebagai lokasi dimana dekat dengan calon pembeli, dalam artian mudah dijangkau dan lokasi sering dilalui oleh dan dihuni target konsumen yang berpotensi membeli produk jasa yang dijual. Bukan hanya harga dan

lokasi saja yang harus diperhatikan, kualitas pelayanan juga penting dalam kemajuan perusahaan. Kualitas layanan adalah "perspektif konsumen dalam jangka panjang dan merupakan evaluasi kognitif dari suatu jasa. palayanan yang spesifik harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen agar konsumen bisa menilai apakah sudah sesuai dengan keinginannya atau belum. (Utami, 2017:87).

Epic *cafe* merupakan usaha yang bergerak dibidang jasa kuliner, untuk itu Epic *cafe* harus dapat memahami tentang kebutuhan dan selera yang diinginkan oleh para konsumen dengan memperhatikan harga, lokasi, dan kualitas pelayanan. Sehingga Epic *cafe* dapat mem-berikan kepuasan konsumen dengan harga yang terjangkau, lokasi yang strategis, dan pelayanan yang baik bagi konsumen. Berdasarkan hasil observasi di Epic *Cafe* Nganjuk, perusahaan jasa ini mem-perlihatkan bahwa memuaskan keinginan konsumen bukanlah hal yang mudah. Harga dan pelayanan yang di-tawarkan oleh Epic *Cafe* sudah memuaskan, akan tetapi perlu melakukan berbagai inovasi dan penam-bahan keamanan agar para konsumen tidak tertarik ke *cafe* lain. Pelayanan juga harus ditingkatkan lagi, agar penjualan produk dapat meningkat dan dapat mencegah terjadinya kesalahan yang dapat meng-urangi kepuasan konsumen. Dari uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **"Membangun Epic Cafe Nganjuk Melalui Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.**

II. METODE PENELITIAN

A. Variabel Penelitian

1. Variabel Terikat (*Dependent*)

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat (*dependent*) adalah kepuasan konsumen (Y)

2. Variabel Bebas (*Independent*)

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (*independent*) adalah:

a. Harga (X_1)
b. Lokasi (X_2)
c. Kualitas pelayanan (X_3)

B. Pendekatan dan Teknik Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif ber-tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga, lokasi, dan kualitas

pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

2. **Teknik Penelitian**

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan bersifat hubungan kausal (sebab-akibat). Menurut sugiyono (2016:37), "hubungan kausal" adalah "hubungan yang bersifat sebab-akibat. Teknik penelitian ini digunakan untuk membuktikan hubungan antar sebab dan akibat dari beberapa variabel. Jadi ada variabel *independent* (variabel yang mempengaruhi) dan ada variabel *depandent* (variabel yang dipengaruhi). Peneliti menggunakan teknik ini karena dapat mengidentifikasi tingkat hubungan antara variabel bebas yaitu harga (X_1), lokasi (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y).

C. Tempat dan Waktu Penelitian

1. **Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Epic *cafe* Nganjuk dan para pengunjung Epic *Cafe* dijadikan sebagai yang di teliti.

2. **Waktu Penelitian**

Waktu yang diperlukan untuk penelitian ini adalah 3 bulan mulai bulan april sampai dengan bulan juni tahun 2018, mulai dari pengajuan judul sampai dengan penyusunan laporan penelitian.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. **Populasi**

Menurut Sugiyono (2016:62), "Populasi" adalah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Epic *Cafe* Nganjuk.

2. **Sampel**

Menurut Sugiyono (2016:81), "Sampel" adalah "bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi". Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *sampling insidental* yaitu secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan cocok sebagai sumber data. Adapun penentuan jumlah sampel yang dikembangkan oleh *Rescoe* dalam Sugiyono (2017: 91) yaitu apabila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan korelasi atau

regresi berganda, maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali variabel yang diteliti, dalam penelitian ini ada 4 variabel (*independent* dan *dependent*), untuk itu dapat diketahui jumlah sampelnya adalah 40 responden.

E. Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018: 51), validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. kuisioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dalam kuisioner tersebut. Seluruh item pernyataan pada instrumen penelitian dinyatakan valid apabila nilai r_{hitung} lebih dari r_{tabel}.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018 : 45), uji reliabilitas adalah suatu alat untuk mengukur suatu kuisioner yang mempunyai indikator dari variabel. Suatu kuisioner dinyatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan tersebut selalu stabil dari waktu ke waktu. adapun kriteria pengujian adalah jika nilai *cronbach'salpha* lebih dari 0,60 (α>0,60), maka menunjukkan bahwa ukuran yang dipakai sudah reliabel.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

A. Gambaran Umum Subyek Penelitian

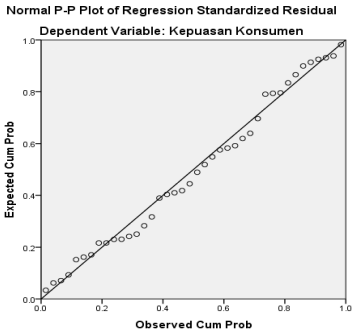
Epic *Cafe* Nganjuk didirikan pada bulan April 2015. *Cafe* ini berlokasi di Jalan Yos Sudarso No. 15A, Kabupaten Nganjuk. Nama pendiri Epic *cafe* ini adalah bapak Christopher yang sekarang menjadi pemilik *cafe*. Epic *Cafe* Nganjuk merupakan salah satu wisata kuliner yang bergerak di bidang usaha jasa makanan dan minuman di kota Nganjuk.

B. Hasil Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas diper-gunakan dalam menguji variabel terikat (*dependent*) dan variabel bebas (*independent*) atau ke-duanya mempunyai dis-tribusi normal ataukah tidak.



Berdasarkan gambar di atas hasil uji normal *probability plots* dapat diketahui bahwa data yang dianalisis telah berdistribusi secara normal, yang ditunjukkan oleh titik-titik atau data menyebar berimpit disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga model regresi ini telah memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

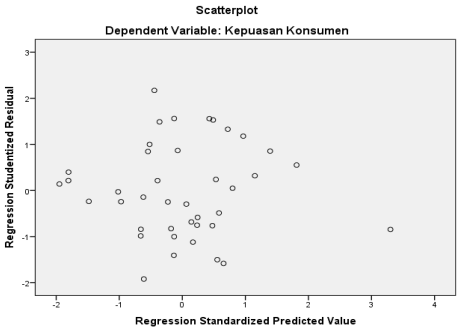
Uji Multikolinieritas yaitu bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas (*independent*). Dapat dilihat bahwa variabel harga, lokasi, dan kualitas pelayanan memiliki nilai Tolerance sebesar 991; 912; 910 yang lebih besar dari 0,10 dan VIF sebesar 1,009; 1,096; 1,099 yang lebih kecil dari 10. Dengan demikian dalam model regresi ini tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas (*independent*).

c. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2018:111), untuk memutuskan model regresi bebas dari autokolerasi positif ataupun negatif yaitu dengan ketentuan du< dw < 4-du jika nilai DW terletak antara du dan 4 – du berarti bebas dari autokorelasi. Berdasarkan tabel hasil uji Autokorelasi nilai DW = 1,736 lebih besar dari nilai du= 1,66 dan kurang dari 4 - 1,66 (4-du) = 2,34 atau 1,66 < 1,736 < 2,34 sehingga dapat dinyatakan pada model regresi ini bebas dari autokorelasi baik positif maupun negatif.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *varience* dari residual suatu pengamatan ke pangamatan yang lain tetap maka disebut homokedastisitas, namun jika berbeda disebut dengan heteroskedastitas.



Pada gambar di atas grafik *scatterplots* terlihat bahwa titik-tik menyebar secara acak dan tidak menunjukkan pola tertentu, tersebar baik di atas maupun di bawah 0 pada sumbu Y. Sehingga diketahui model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan dari hasil output SPSS versi 23, untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel *dependent* dengan variabel *independent*, maka dapat dikonotasikan dengan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 28{,}634 - 0{,}920\ X1 + 0{,}505\ X2 + 0{,}820\ X3 + e$$

3. Uji Koefisiensi Determinasi

Berdasarkan analisis dengan output SPSS versi 23, dapat diketahui nilai *adjusted* R^2 sebesar 0,294. Hal ini menunjukan bahwa variabel *independent* harga, lokasi dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan variabel *dependent* (kepuasan konsumen) sebesar 29,4% dan sisanya 70,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t

1) Berdasarkan dari hasil output SPSS versi 23, diperoleh nilai signifikan variabel harga sebesar 0,008 nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, maka h0 ditolak dan ha diterima, artinya berdasarkan hasil pengujian harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2) Berdasarkan dari hasil output SPSS versi 23, diperoleh nilai signifikan variabel lokasi sebesar 0,027 nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, maka h0 ditolak dan ha diterima, artinya berdasarkan hasil pengujian lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3) Berdasarkan dari hasil output SPSS versi 23, diperoleh nilai signifikan variabel kualitas pelayanan sebesar 0,012 nilai tersebut lebih kecil dari 0,05,

maka h0 ditolak dan ha diterima, artinya berdasarkan hasil pengujian kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

b. Uji F

Berdasarkan dari hasil output SPSS versi 23, uji-F diperoleh nilai signifikan sebesar 0,001. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis H0 ditolak dan Ha diterima, artinya berdasarkan hasil pengujian harga, lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

IV. PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini dengan judul "Membangun Epic *Cafe* Nganjuk Melalui Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen". Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Ada pengaruh yang negatif signifikan secara parsial antara harga terhadap kepuasan konsumen Epic *Cafe* Nganjuk.
2. Ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara lokasi terhadap kepuasan konsumen Epic *Cafe* Nganjuk.
3. Ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Epic *Cafe* Nganjuk.
4. Ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Epic *Cafe* Nganjuk.

B. Implikasi

Implikasi dalam penelitian ini terdiri dari implikasi teoritis dan implikasi praktis. Berikut penjelasan dari masing-masing implikasi tersebut:

1. Implikasi Teoritis
   a. Implikasi yang berhubungan dengan harga
   Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen di Epic *cafe*, karena jika harga dinaikkan dari harga sebelumnya maka konsumen akan beralih ke *cafe* lain. Hal

ini sejalan dengan penelitian Lovieana (2017), dengan judul "pengaruh kualitas produk, inovasi, dan harga terhadap kepuasan konsumen produk kacang shanghai gangsar Tulungagung", yang menyatakan harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

b. Implikasi yang berhubungan dengan lokasi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena jika lokasi *cafe* strategis dan dekat dengan akses transportasi maka akan memudahkan konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian Afifudin (2016), melakukan penelitian dengan judul "pengaruh lokasi, promosi, dan harga terhadap kepuasan konsumen di Wisata Bahari Lamongan", menyatakan bahwa ada pengaruh parsial dan simultan antara lokasi terhadap kepuasan konsumen.

c. Implikasi yang berhubungan dengan kualitas pelayanan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena jika kualitas pelayanan di Epic *cafe* baik maka konsumen merasa puas. Hal ini sejalan dengan penelitian Ofela (2016), melakukan penelitian dengan judul "pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kebab kingabi Surabaya", menyatakan ada pengaruh parsial dan simultan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Implikasi Praktis

Dalam penelitian ini dapat diuraiankan implikasi praktis, antara lain:

a. Sebagai pengembangan Epic *Cafe* Nganjuk dalam mempromosikan dan meningkatkan kepuasan konsumen, khususnya dalam menentukan harga, lokasi, dan kualitas pelayanan.
b. Menjadikan variabel harga dan kualitas pelayanan lebih digencarkan lagi, karena kedua faktor ini merupakan faktor

yang sangat dominan dalam bidang penjualan.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan di atas maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
   Sebaiknya perusahaan mem-perhatikan:
   1) Faktor harga karena faktor ini telah direspon positif oleh konsumen dan perlu dipertahankan.
   2) Faktor lokasi karena faktor ini ternyata memiliki pengaruh yang dirasa masih rendah konstribusinya.
   3) Faktor kualitas pelayanan karena faktor ini adalah faktor dominan yang perlu dipertahankan keberadaannya untuk meraih pembeli.
2. Bagi Konsumen
   Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber acuan bagi konsumen dalam menentukan kepuasan dan untuk mengetahui bahwa Epic *Cafe* Nganjuk telah memberikan harga, lokasi, dan kualitas pelayanan yang baik untuk para konsumen.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
   Hasil penelitian ini dapat dijadikan jembatan untuk melakukan penelitian lanjutan khususnya dibidang kajian yang sama. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya mem-perluas variabel penelitian sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik. Hal ini diusulkan karena telah terbukti bahwa variabel harga, lokasi, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang hanya 30,7% terhadap kepuasan konsumen. Dan masih terdapat variabel lain yang belum dikaji didalam penelitian ini yakni sebesar 69,3%.

DAFTAR PUSTAKA

Afifudin. 2016. *Pengaruh Lokasi, Promosi, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Wisata Bahari Lamongan*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, (Online), 5 (12): 3-4, tersedia:https://ejournal.stiesia.ac.id/jirm/article/download/2683/2392, diunduh 24 Maret 2018.

Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa.* Bandung:Alfabeta.

Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Edisi Revisi. Jakarta : Reneka Cipta.

Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi sembilan. Semarang:

Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Januar, E.P. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung.* Jurnal Manajemen, (Online), 11 (2): 266-270, tersedia: https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/Sawala/article/view/464, diunduh 11 April 2018.

Lovieana. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kacang Shanghai Gangsar Tulungagung*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Ofela, H. 2016. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi Surabaya.* Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, (Online), 5 (1): 1-15, tersedia: https://ejournal.stiesia.ac.id/jirm/article/viewFile/1464/1421, diunduh 23 November 2018.

Paul, J. 2011. *Perilaku Konsumen* Edisi 4. Jakarta : Penerbit Erlangga.

Priscillia, D.R. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Nissan March Pada PT. Wahana Wirawan Manado*. Jurnal EMBA, (Online), 1 (4): 718-728, tersedia:https://ejournal.unsrat.ac.id/indx.php/emba/article/view/2755, diunduh 20 Oktober 2017.

Saradissa, C.N. 2015. *Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Ijen Cafe N Resto Surabaya)*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, (Online), 4 (11): 4-16, tersedia: https://ejournal.stiesia.ac.id/jirm/article/download/3095/2624, diunduh 11 Oktober 2017.

Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi.* Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung:Alfabeta.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung:Alfabeta.

Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit CAPS.

Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Utami, Christina Whidya. 2017.*Manajemen Ritel* Edisin 3. *Jakarta*: Salemba Empat.