ARTIKEL

ANALISIS HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA *FOODCOURT* AGROWISATA ISTANA JAMBU GROGOL KEDIRI

Analysis Price, Product Quality, Service Quality to Costumer Satisfaction At Foodcourt Agrowisata Istana Jambu Grogol Kediri

Oleh:

FIRDA TRI SETYOWATI

14.1.02.02.0388

Dibimbing oleh :

1. Poniran Yudho Leksono., S.E,M.M.

2. Sigit Ratnanto., S.T, M.M

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

TAHUN 2018

Artikel Skripsi
Universitas Nusantara PGRI Kediri

SURAT PERNYATAAN

ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2018

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap	: FIRDA TRI SETYOWATI
NPM	: 14.1.02.02.0388
Telepun/HP	: 083877902971
Alamat Surel (Email)	: vidatri05021996@gmail.com
Judul Artikel	: Analisis Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Foodcourt* Agrowisata Istana Jambu Grogol Kediri.
Fakultas – Program Studi	: EKONOMI-MANAJEMEN
Nama Perguruan Tinggi	: UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
Alamat PerguruanTinggi	: Jalan K.H. Achamad Dahlan, No 76 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 dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggung jawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri,……
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Poniran Yudho Leksono., S.E,M.M NIDN. 0704047306	Sigit Ratnanto S.T, M.M NIDN. 0706067004	Firda Tri Setyowati NPM. 14.1.02.02.0388

Firda Tri Setyowati | 14.1.02.02.0388
Ekonomi – Manajemen
simki.unpkediri.ac.id
|| 1||

ANALISIS HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA *FOODCOURT* AGROWISATA ISTANA JAMBU GROGOL KEDIRI

Firda Tri Setyowati
14.1.02.02.0388
Ekonomi-Manajemen
vidatri05021996@gmail.com
Poniran Yudho Leksono, S.E.,M.M.[1] dan Sigit Ratnanto, S.T.,M.M.[2]
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh persaingan dunia bisnis Agrowisata dan kuliner makanan sebagai pilihan tempat berwisata dan semakin tingginya persaingan antar pelaku bisnis untuk menarik konsumen membeli produk yang ditawarkan. Beraneka ragam jenis bisnis dibidang Agrowisata semakin bertambah, kondisi ini menuntut setiap pelaku usaha untuk berusaha keras berinovasi, kreatif menciptakan dan mengembangkan produk yang ditawarkan dan dijual sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen pada *Foodcourt* Agrowisata Istana Jambu Grogol. (2) Pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada *Foodcourt* Agrowisata Istana Jambu Grogol. (3) Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada *Foodcourt* Agrowisata Istana Jambu Grogol. (4) Pengaruh yang signifikan antara harga, kualitas produk dan kualitas layanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada *Foodcourt* Agrowisata Istana Jambu Grogol.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik penelitian ini bersifat kausal. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 40 responden. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Harga(X1), Kualitas produk(X2), Kualitas layanan(X3), dan Kepuasan konsumen(Y) sebagai variabel terikat. Penganalisisan data menggunakan regresi linier berganda dengan software *SPSS for windows versi 20.*

Kesimpulan dari penelitian ini, yaitu: (1) Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *Foodcourt* Agrowisata Istana Jambu Grogol. (2) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *Foodcourt* Agrowisata Istana Jambu Grogol. (3) Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *Foodcourt* Agrowisata Istana Jambu Grogol. (4) Harga, kualitas produk dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada *Foodcourt* Agrowisata Istana Jambu Grogol.

KATA KUNCI : *Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Konsumen.*

I. LATAR BELAKANG

Pada era globalisasi saat ini banyak kemajuan dan perubahan dalam bisnis modern dan semakin meningkatnya persaingan bisnis yang bergerak dibidang usaha yang sama menuntut para pelaku usaha untuk terus berinovasi dan kreatif dalam mengembangkan usaha agar tetap diminati oleh konsumen.

Foodcourt adalah sebuah tempat makan yang terdiri dari counter-counter makanan yang menawarkan menu makanan yang bervariasi. Agrowisata adalah sebuah bentuk kegiatan pariwisata yang memanfaatkan usaha agri (agribisnis) sebagai objek wisata dengan tujuan untuk memperluas pengalaman, pengetahuan dan rekseasi dan usaha yang berhubungan dengan pertanian.. Menurut Daryanto (2014:90) "kepuasan konsumen adalah suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi". Faktor- faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaotu harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, biaya. Agrowisata Istana Jambu berlokasi di Jalan Raya Kediri – Nganjuk No.108 tepatnya di Desa Sonorejo, Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri. Dalam hal ini, Agrowisata Istana Jambu menyediakan produk berupa wahana hiburan khususnya bagi keluarga dengan setting pemandangan (view), suasana asri dan nyaman, lingkungan yang sejuk dengan produk tambahan seperti wahana permainan outbound dan playground, dan pembelian produk pertanian yaitu jambu kristal yang disediakan untuk dibeli konsumen sebagai oleh-oleh. Agrowisata Istana Jambu mencoba berinovasi dan berkreasi dengan menambahkan tempat makan para pengunjung berupa *Foodcourt* yang meyediakan makanan berupa bakso terminal.

Harga mempengaruhi kepuasan konsumen, bila harga terlalu mahal, maka produk bersangkutan akan tidak terjangkau oleh pasar sasaran tertentu. Sebaliknya jika harga terlampau murah, perusahaan akan sulit mendapatkan laba atau sebagian konsumen mempresepsikan kualitasnya buruk dan akan berdampak pada kepuasan konsumen Menurut Tjiptono (2015:289-290) Harga adalah satuan moneter atau

ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

Kualitas produk merupakan aspek penting yang akan diperhatikan oleh konsumen sebelum mereka memutuskan untuk melakukan pembelian suatu produk. Apabila ingin menciptakan kepuasan konsumem, maka produk yang ditawakan perusahaan harus berkualitas, bervariasi dan beragam sesuai keinginan dan kebutuhan para konsumen. Menurut Wijaya (2011:1) kualitas produk merupakan seluruh gabungan karakteristik produk dan jasa dari pemasaran, rekayasa, produksi, dan pemeliharaan yang membuat produk yang digunakan memenuhi harapan konsumen.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu hal penting yang harus diperhatikan dan dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh konsumen. Pelayanan yang kurang baik akan memberikan ketidaknyamanan konsumen. Baik tidaknya kualitas layanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2014:216) kualitas layanan didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima.

Harga produk makanan dan minumam yang diawarkan *Foodcourt* Agrowisata Istana Jambu tergolong terjangkau oleh konsumen. Persaingan harga diantara rumah makan lain disekitar Grogol, yang kebanyakan menawarkan makanan dengan harga murah, produk yang berkualitas, promo dan masih lamanya pelayanan dalam hal penyajian pesanan kepada konsumen sedangkan produk makanan dan minuman yang ditawarkan tidak bervariasi hanya menyediakan menu Bakso Terminal. Namun, diluar ketiga hal tersebut konsumen *Foodcourt* Agrowisata Istana Jambu tetap setia menunggu untuk dilayani. Harga, kualitas produk dan kualitas layanan perlu dipertimbangkan untuk diteliti pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen *Foodcourt* Agrowisata Istana Jambu dalam melakukan pembelian.

Atas dasar latar belakang permasalahan yang disampaikan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti

hal tersebut dengan judul **"Analisis Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Foodcourt* Agrowisata Istana Jambu Grogol"**

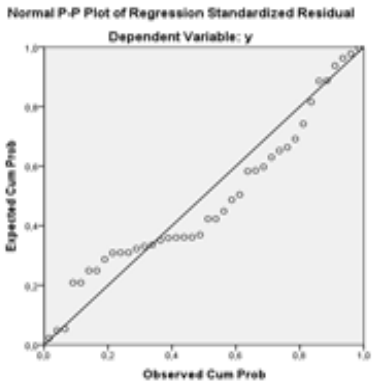
II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik penelitian yang digunakan adalah kausalitas. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 40 responden dan menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t dan uji F. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis menggunakan program *SPSS for windows* versi 20.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

A. Hasil Penelitian

1. Uji Normalitas



Hasil Uji Normalitas
Sumber : Data diolah primer 2018

Dari grafik normal plot tersebut dapat terlihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Sehingga dalam penelitian ini tidak terjadi gangguan normalitas, yang berarti data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Harga	,888	1,126
Kualitas Produk	,943	1,061
Kualitas Layanan	,853	1,172

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data primer diolah 2018

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai VIF dari ketiga variabel independen adalah memiliki VIF lebih kecil dari 10 dan dinilai *tolerance* lebih besar dari 0,1. Maka didalam penelitian ini dinyatakan model regresi linier berganda terbebas dari uji multikolinearitas, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Autokorelasi

Tabel
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

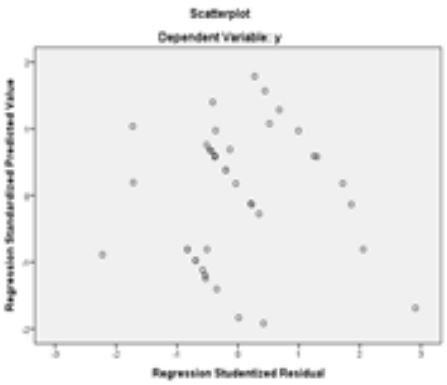
Adjusted R Square	Durbin-Watson
,360	2,180

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Harga
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah primer 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai durbin watson (DW). Bebas autokorelasi terjadi jika dw berada diantara nilai batas du dan 4-du. Dalam analisis ini DW diperoleh sebesar 2,180. Nilai du (3,40) = 1,65 sehingga 4-du = 4 - 1,65 = 2,35. Dengan demikian dapat disimpulkan nilai durbin watson (dw) terletak antara 1,65 s/d 2,35 sehingga tidak terjadi korelasi.

4. Uji Heteroskedastisitas



Gambar
Uji Heteroskedastisitas
Sumber : Data primer diolah 2018

Dari gambar scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dan ini menunjukkan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

5. Analisis Hasil Regresi Linear Berganda

Tabel
Analisis Hasil Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	5,148	8,498
Harga	,430	,192
Kualitas Produk	,365	,166
Kualitas Layanan	,263	,114

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data primer diolah 2018

Dari persamaan regresi di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

a. a = 5,148, menyatakan apabila harga (X_1), kualitas produk (X_2), dan kualitas layanan (X_3) diasumsikan tidak memiliki pengaruh sama sekali, maka kepuasan konsumen adalah sebesar 5,148.
b. b1 = 0,430, artinya apabila harga (X_1) naik 1 (satu) satuan sedangkan kualitas produk (X_2)

dan kualitas layanan (X_3) tetap maka kepuasan konsumen akan naik sebesar 0,430 satuan.

c. b_2= 0,365, artinya apabila kualitas produk (X_2) naik 1 (satu) satuan sedangkan harga (X_1) dan kualitas layanan (X_3) tetap maka kepuasan konsumen akan naik sebesar 0,365 satuan.

d. b_3= 0,263, artinya apabila kualitas layanan (X_3) naik 1 (satu) satuan sedangkan kualitas produk (X_2) dan harga (X_1) tetap maka kepuasan konsumen akan naik sebesar 0,263 satuan.

6. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel
Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,640[a]	,409	,360

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan,
Kualitas Produk, Harga
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data primer diolah 2018

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas Adjusted R Square yang didapat adalah 0,360. Hal ini berarti 36% harga, kualitas produk, dan kualitas layanan menjelaskan kepuasan konsumen dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain sebesar 64% yang tidak dikaji di dalam penelitian ini.

7. Uji t

Tabel
Hasil Uji t (Parsial)

Model	T	Sig.
(Constant)	,606	,549
Harga	2,242	,031
Kualitas Produk	2,197	,035
Kualitas Layanan	2,310	,027

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data primer diolah 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui hasil sebagai berikut:

a. Dari hasil uji t pada tabel 4.12 variabel Harga memperoleh nilai t_{hitung} = 2,242 > t_{tabel} = 1,684 dan nilai signifikansi sebesar 0,031 < 0,05 yang artinya Ho ditolak Ha diterima. Maka dapat dinyatakan bahwa secara parsial ada pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan konsumen.

b. Dari hasil uji t pada tabel 4.12 variabel kualitas produk memperoleh nilai t_{hitung} = 2,197 > t_{tabel} = 1,684 dan nilai signifikansi sebesar 0,035 < 0,05, yang artinya Ho ditolah Ha diterima. Maka dapat

dinyatakan bahwa secara parsial ada pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

c. Dari hasil uji t pada tabel 4.12, menunjukkan variabel kualitas layanan memperoleh nilai t_{hitung} = 2,310 > t_{tabel} = 1,684 dan nilai signifikansi sebesar 0,027 < 0,05, yang artinya Ho ditolak Ha diterima. Maka dapat dinyatakan bahwa secara parsial ada pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.

8. Uji F

Tabel
Hasil Uji F (Simultan)
ANOVA[a]

Model	Mean Square	F	Sig.
Regression	84,744	8,316	,000[b]
Residual	10,191		
Total			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Harga

Sumber: Data primer diolah 2018

Berdasarkan hasil uji *F* pada tabel diatas diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 yang artinya lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu 0,05 atau 5%, sehingga dapat dikatakan bahwa secara simultan harga, kualitas produk, dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

B. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengarug harga, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada *Foodcourt* Agrowisata Istana Jambu Grogol. Dari hasil uji analisis menunjukkan bahwa :

1. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.

Hipotesis satu yang diajukan menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen pada *Foodcourt* Agrowisata Istana Jambu. Tjiptono (2015:289-290) Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Dari hasil uji t pada tabel didapat nilai probabilitas harga lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu 0,031 < 0,05. Sehingga dapat dikatakan variabel harga berpengaruh signifikan terhadap

kepuasan konsumen. Sehingga penelitian ini dapat memperkuat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Violita (2017) yang menyatakan variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy.

2. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

Hipotesis dua yang diajukan menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada *Foodcourt* Agrowisata Istana Jambu. Sudaryono (2016:86) kualitas produk didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang atau jasa. Dari hasil uji t pada tabel uji t didapat nilai probabilitas kualitas produk lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu 0,035 < 0,05. Sehingga dapat dikatakan variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga penelitian ini dapat memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan Widjoyo dan Semuel (2014) yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen Restoran Happy Garden Surabaya.

3. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.

Hipotesis tiga yang diajukan menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada *Foodcourt* Agrowisata Istana Jambu. Parasuraman dalam Lupiyoadi (2014:216) kualitas layanan didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima. Hasil uji t pada tabel uji t didapat nilai probabilitas kualitas layanan lebih kecil dari taraf signifikan yaitu 0,027 < 0,05. Sehingga dapat dikatakan variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga penelitian ini dapat memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hermawan dan Saputri (2013)

yang menyatakan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Bebek H.Slamet.

4. Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil dari pengujian hipotesis empat yang telah dilakukan menunjukkan bahwa secara simultan harga, kualitas produk, dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan tabel uji F diperoleh nilai signifikan Uji F sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu 0,05 atau 5%, sehingga dapat dikatakan bahwa secara simultan harga, kualitas produk, dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,360 yang berarti bahwa 36% kepuasan konsumen menjelaskan ketiga variabel independen yaitu harga, kualitas produk, dan kualitas layanan sedangkan sisanya 64% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini. Dari ketiga variabel independen tersebut, variabel yang dominan terhadap kepuasan konsumen adalah Harga (X1) karena mempunyai nilai tertinggi pada Standardized Coefficients Beta yaitu sebesar 0,430 yang dapat dilihat pada tabel 4.12. Sehingga penelitian ini dapat memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan Adi dan Yoestini (2012) yang menyatakan bahwa variabel harga, kualitas produk, dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Lampersari Semarang.

IV. PENUTUP

Berdasarkan analisis data diatas yang dilakukan mengenai pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada *Foodocurt* Agrowisata Istana Jambu Grogol, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

pada Foodcourt Agrowsiata Istana Jambu Grogol Kediri. Hal ini memberi arti bahwa harga yang diberikan *Foodcourt* Agrowisata Istana Jambu mempengaruhi kepuasan konsumen.

2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *Foodcourt* Agrowisata Istana Jambu Grogol. Hal ini memberi arti bahwa kualitas suatu produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.
3. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *Foodcourt* Agrowsiata Istana Jambu Grogol. Hal ini memberi arti bahwa kualitas layanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.
4. Harga, kualitas produk dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *Foodcourt* Agrowisata Istana Jambu Grogol. Hal ini memberi arti bahwa harga, kualitas produk dan kualitas layanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

V. DAFTAR PUSTAKA

Daryanto, Ismanto. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta. Gava Media.

Ghozali. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang. Undip.

Hermawan dan Saputri. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Bebek H.Slamet Jakarta Selatan. *Ilmu Administrasi Bisnis.*

Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management 14th edition*. New Jersey:Prentice.

Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta:Salemba Empat.

Rostya, Adi dan Yoestini, 2012. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Lampersari Semarang). *Diponegoro Bussiness Review Vol.1*, No.1.

Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta. Cv Andi Offset.

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

Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta:Pustaka Baru Press.

Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta. Cv.Andi Offset.

Tjiptono. 2016. *Service, Quality & Satisfaction Edisi 4*. Yogyakarta. Cv. Andi Offset.

Violita Cynthia. 2017. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy. Surabaya. *AGORA*. Vol.5, No.1.

Widjoyo Shandy dan Semuel Hatane, Ritzky. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 2, No.1: 1-9.

Wijaya. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa Desain Servqual, QFD, dan Kano Disertai Contoh Aplikasi dalam kasus penelitian*. Jakarta Barat. Pt Indeks.