

## **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Camilkoeyy**

**Mohammad Andri Yani**  
STIE MAHARDHIKA Surabaya  
mandriyani9@gmail.com

**Mufiddatul Khasanah**  
STIE MAHARDHIKA Surabaya  
mufiddakhasanah@gmail.com

**Saniatur Rizqiyah**  
STIE MAHARDHIKA Surabaya  
saniaturrizqiyah04@gmail.com

**Soesilawati Soema Atmadja**  
STIE MAHARDHIKA Surabaya  
atiekatma@gmail.com

**Abstrak:** *Kualitas produk ialah suatu benda ataupun jasa yang diperoleh serta membagikan nilai kualitas yang besar buat penuhi kebutuhan warga. Yang melatar belakang Penelitian ini merupakan ketertarikan periset untuk mengenali apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Camilkoeyy. Penelitian ini memakai tata cara kuantitatif dengan pendekatan survey dan wawancara kepuasan pelanggan. untuk mendukung Penelitian, informasi diambil dari kuisioner kualitas produk serta kepuasan pelanggan. Populasi dalam Penelitian ini sebanyak 50 pelanggan. Informasi Penelitian yang dianalisis dengan memakai model regresi linier simpel memakai SPSS tipe 25 yang menciptakan persamaan regresi  $Y = 4,089 + 0,669X$ . Kesimpulan dari riset ini diperoleh terdapatnya pengaruh yang signifikan antar kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Camilkoeyy, yang berarti apabila kualitas yang diberikan terus menjadi baik, hingga semakinn bertambah pula kepuasan pelanggan terhadap sesuatu produk tersebut.*

**Keywords:** *Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan.*

### **PENDAHULUAN**

Di generasi ini mulai banyak serta bervariasinya bisnis di bidang santapan ringan. Diiringi dengan pesatnya pertumbuhan ilmu teknologi, penyebaran serta jangkauan konsumen lebih luas. Bisnis makanan ringan terbilang cukup menjanjikan

tidak hanya fleksibelnya jangkauan pasar mulai dari kanak-kanak hingga dengan kalangan dewasa, makanan ringan pula tercantum dalam kebutuhan semi primer yang diperlukan selaku pengganjal lapar. Oleh karena itu banyak didirikan UMKM yang berfokus pada bidang penjualan makanan ringan guna memenuhi permintaan pasar. Terlebih lagi UMKM jadi pilar berarti untuk perekonomian Indonesia. Berdasarkan informasi Departemen Koperasi serta UKM, UMKM dikala ini mempunyai donasi terhadap PDB sebesar 61,07%. Camilkoeyy merupakan UMKM yang terfokus pada makanan ringan terdiri dari martabak mie, banana roll (banroll), serta cheese potato pan.

Olahan yang diperjualbelikan di Camilkoeyy bisa dinikmati oleh kanak-kanak hingga dengan kalangan dewasa. Camilkoeyy memprioritaskan kualitas produk dalam pembuatan makanannya sebab keputusan pembelian oleh konsumen dipengaruhi lewat kualitas. Gasperz (1997) melaporkan mutu merupakan keseluruhan dari fitur-fitur serta karakteristik-karakteristik yang dimiliki oleh produk yang mampu buat memuaskan kebutuhan konsumen.

Dari penjabaran di atas, disebutkan bahwa kualitas jadi aspek berarti pendorong keputusan pembelian oleh konsumen supaya tidak terdapat keraguan buat membeli produk dari Camilkoeyy. Dengan kata lain, kenaikan energi jual produk Camilkoeyy tergantung pada mutu yang sanggup dioptimalkan. Oleh sebab itu, penulis tertarik buat melaksanakan Penelitian menimpa mutu produk dengan judul "Pengaruh kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Camilkoeyy"

## **KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Kualitas**

Kualitas Menurut Prof. Dr. Wibowo, S.E., M.Phil. (2007) kualitas didefinisikan sebagai memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Heizer dan Render (dalam buku Wibowo, 2001:171) mendefinisikan kualitas sebagai kemampuan produk atau jasa memenuhi kebutuhan pelanggan. Menurut Russel dan Taylor (dalam buku Wibowo, 2000:78) kualitas sebagai totalitas tampilan dan karakteristik produk atau jasa yang berusaha keras dengan segenap kemampuannya memuaskan kebutuhan tertentu.

### **Produk**

Produk Menurut Kotler dan Armstrong, produk merupakan segala sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasaran untuk dapat dipakai, diperoleh, diperhatikan atau dikonsumsi dengan tujuan memberikan kepuasan akan kebutuhan atau keinginan

orang-orang yang ada di pasaran. Kotler membagi produk ke dalam berbagai jenis tertentu yakni:

1. **Produk Konsumsi** Produk ini ditargetkan untuk pengguna akhir atau end user. Beberapa contoh produk konsumsi antara lain adalah kebutuhan sehari-hari seperti makanan, perlengkapan mandi, mencuci dan lain sebagainya. Selain itu ada juga produk belanjaan yang bisa dibandingkan satu sama lain berdasarkan merek dan kualitasnya seperti televisi, sepatu dan lain sebagainya. Ada juga produk khusus yang dianggap istimewa yang menarik kalangan konsumen tertentu seperti mobil atau perhiasan.
2. **Produk Industri** Produk industri adalah produk yang dijual untuk diolah ke tingkatan produksi yang berikutnya untuk kemudian ditawarkan ke pasaran sebagai sebuah produk yang baru. Contohnya saja suku cadang (untuk membuat kendaraan seperti sepeda motor atau mobil), kayu (untuk membuat perabotan seperti kursi, lemari dll) dan masih banyak lagi. Ada pula yang disebut dengan barang modal yakni produk yang bisa digunakan dalam jangka panjang untuk membantu proses produksi seperti bangunan pabrik, mesin produksi, mobil dan lain sebagainya. Perlengkapan dan layanan bisnis seperti iklan, konsultasi dan batuan hukum juga bisa digolongkan ke dalam kategori produk industri.
3. **Produk dilihat dari daya tahannya** Berdasarkan daya tahannya, ada produk yang tidak tahan lama atau bisa habis jika dikonsumsi seperti makanan, sabun dan lain sebagainya. Kedua ada produk tahan lama yang tidak akan habis meski dipakai berulang kali seperti laptop, lemari, kulkas dan lain sebagainya.

### **Kualitas produk**

Menurut Kotler dan Armstrong (2007) dalam Rafikhein, N., dan Ahly, D., 2018, kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya. Kemampuan ini meliputi daya tahan suatu produk, akurasi, keandalan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, dan atribut berharga lainnya dari produk secara keseluruhan. Menurut Kotler dan Armstrong (2010) dalam Rafikhein, N., dan Ahly, D., 2018, kualitas produk adalah karakteristik suatu produk atau jasa yang memberikan kemampuan untuk memuaskan atau memenuhi kebutuhan pelanggan. Menurut Tjiptono (2008), pengklasifikasian produk dapat dilakukan dengan berbagai macam perspektif, berdasarkan ada tidaknya produk tersebut, dan produk dapat diklasifikasikan menjadi dua kategori, yaitu barang dan jasa. Dilihat dari aspek daya tahan ada dua macam, yaitu: 1. barang yang tidak tahan lama; dan 2. barang tahan lama. Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang dikonsumsi dalam satu kali penggunaan atau beberapa kali penggunaan saja. Barang

tahan lama adalah barang berwujud yang dapat bertahan lama dengan pemakaian berkali-kali. Indikator Kualitas Produk Menurut Sviokla dalam Lupioadi (2013) dalam Rafikhein, N., dan Ahiy, D., 2018 kualitas memiliki delapan dimensi pengukuran yang terdiri dari berbagai aspek. (1) Kinerja mengacu pada aspek kinerja individu, merek, dan atribut yang dapat diukur. (2) Daya tahan berarti berapa lama umur produk akan bertahan dan sebelum harus diganti. (3) Kesesuaian dengan spesifikasi adalah sejauh mana karakteristik operasi dasar suatu produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen dan bagaimana tidak ditemukan cacat pada produk tersebut. (4) Keistimewaan produk berupa produk tambahan dari produk inti yang dapat menambah nilai produk. (5) Keandalan berkaitan dengan kemungkinan suatu produk mengalami keadaan tidak berfungsi dalam suatu periode. (6) Kemampuan pelayanan adalah kemampuan untuk dilayani. 158 JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan) 3 (3) 2018, 155–165 dalam hal kecepatan, kegunaan, kompetensi dan kemudahan produk untuk ditingkatkan. 7. Estetika berkaitan dengan bagaimana penampilan produk dapat dilihat dari rasa, bau, penampilan, dan bentuk suatu produk. Kotler (2011:49), menjelaskan bahwa kualitas produk adalah keseluruhan karakteristik dan jika suatu produk atau jasa memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang tersurat/tersirat.

### **Kepuasan**

Menurut (Engel Blacwell & Miniard, 1990 dalam Ardhana 0 dkk,2010) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat dipahami sebagai suatu evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

### **Pengukuran Kepuasan**

Adapun indikator kepuasan pelanggan yang digunakan Antari Setyawati (2009) antara lain:

1. Tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan (overall satisfaction)
2. Kesesuaian produk dan atau pelayanan yang ditawarkan dengan harapan pelanggan (expectation)
3. Tingkat kepuasan pelanggan selama menjalin hubungan dengan perusahaan (experience)

### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan Pelanggan Saat ini tampaknya istilah kepuasan pelanggan (customer satisfaction) sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam setiap rumusan visi, misi, tujuan, credo, maupun motto organisasi, baik perusahaan maupun lembaga nirlaba. Menurut Fandy Tjiptono , Ph.D dan Gregorius Chandra (2011) dalam buku *Service, Quality and Satisfaction* Edisi : 3, kepuasan pelanggan telah

menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Berkembangnya riset kepuasan pelanggan dan penganugerahan award buat kesuksesan perusahaan dalam meraih skor tertinggi indeks kepuasan pelanggan nasional (National Customer Satisfaction Index) juga berkontribusi pada peningkatan kepedulian produsen dan konsumen terhadap pentingnya kepuasan pelanggan. Pengukuran Kepuasan Pelanggan Pengukuran kepuasan pelanggan bisa dikatakan booming dalam dua dekade terakhir. Minat terhadap pengukuran kepuasan pelanggan bukan saja berlaku pada skala mikro (perusahaan), namun juga pada lingkup makro (nasional). Ini dapat dilihat dari maraknya bisnis konsultasi dan riset kepuasan pelanggan, terutama di kota-kota besar Indonesia. (Menurut Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana (2015).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini memakai pendekatan tata cara survey kuantitatif. Populasinya merupakan pelanggan Camilkoey yang sudah membeli lebih dari 2 kali. Periset mengambil sebanyak 50 sample dari 83 pelanggan yang mengisi kuisioner selaku informasi primer. Analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji anggapan klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinierita, serta uji heteroskedastisitas, uji heepotesis yang meliputi uji F, uji koefisien determinasi, serta uji t. Analisis informasi memakai regresi linier simpel dengan aplikasi SPSS 25.

## **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Dalam penelitian ini, responden yang terlibat dan memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut adalah 50 responden. Selanjutnya peneliti menggunakan regresi linier sederhana dengan program komputer SPSS versi 25. Sebelum menguji hipotesis, dilakukan uji validitas dan reliabilitas, serta uji asumsi klasik terhadap data yang dianalisis.

### **Uji Validitas**

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya data suatu kuisioner. Uji validitas akan dihitung dengan menggunakan koefisien korelasi product moment. Responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 50 responden. Hasil pengujian validitas dapat dilihat dalam tabel berikut.

### Correlations

		X	Y	TOTAL
X	Pearson Correlation	1	,835**	,967**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	50	50	50
Y	Pearson Correlation	,835**	1	,948**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	50	50	50
TOTAL	Pearson Correlation	,967**	,948**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	50	50	50

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Suatu instrumen data dikatakan Valid apabila nilai sig < 0.05. untuk mempermudah dalam membaca tabel diatas dapat kita buat tabel sebagai berikut:

Instrumen	r-butir	Sig	Pengujian	Kesimpulan
Kualitas Produk	0,967	0,000	Sig < 0,05	Valid
Kepuasan Pelanggan	0,948	0,000	Sig < 0,05	Valid

Jadi, dari data diatas dapat diketahui bahwa instrumen atau variabel Kualitas Produk (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y) Valid.

### Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur jawaban responden. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu instrumen atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha ( $\alpha$ )  $\geq 0,7$ . Berikut hasil dari 50 responden

#### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,898	2

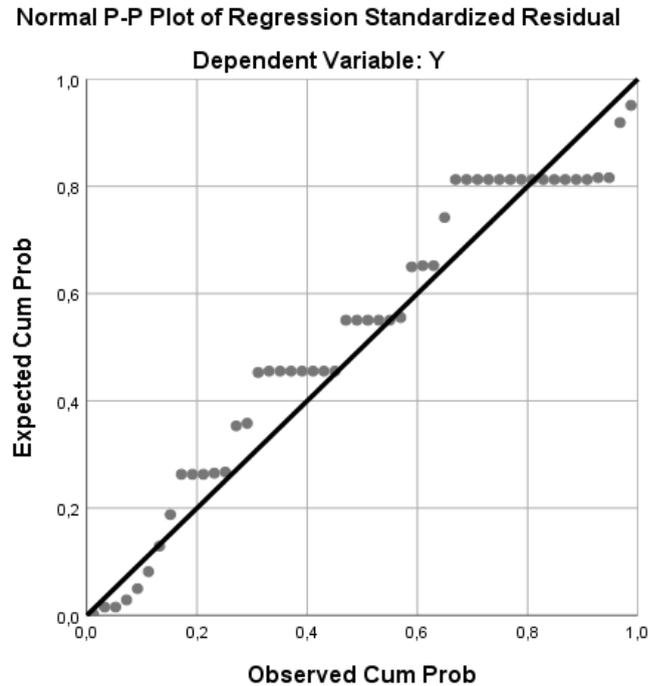
Karena nilai Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) adalah 0,898 dan berada di interval  $\alpha > 0,7$ , maka dapat disimpulkan bahwa butir Instrumen atau variabel tersebut dapat diterima atau Reliabel.

### Uji Reliabilitas

#### 1. Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diuji dari regresi tersebut terdistribusi normal atau tidak. regresi yang baik adalah regresi yang datanya terdistribusi normal. Untuk mengetahui apakah data

tersebut terdistribusi normal atau tidak, kita bisa melihatnya secara visual pada grafik P-Plot yang ada pada output. Jika titik-titik yang ada pada grafik tersebut menyebar mengikuti garis atau berada lurus dengan garis, maka data tersebut telah terdistribusi normal, begitu juga sebaliknya.



Dari grafik diatas, dapat kita ketahui bahwa titik-titik yang ada menyebar mengikuti garis. Maka dapat ditarik kesoimpulan, bahwa data yang ada telah terdistribusi normal.

## 2. Autokorelasi

Uji Autokorelasi atau uji DW adalah uji adanya korelasi atau tidak anatar variable yang disusun berdasarkan waktu atau tempat. Data regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Untuk mengetahui nilai DW kita bisa lihat tabel output Model Summary. Dan untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi, kita dapat mengukurnya dengan tabel dibawah ini. Nilai DW yang tidak ada autokorelasi terletak ditengah-tengah tabel.

### **Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,835 <sup>a</sup>	,697	,691	1,314	1,295

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Dari data ini nilai  $n=30$  dan  $k=1$  sehingga didapat nilai  $DL= 1, 35$  dan nilai  $DU= 1, 49$

Dari output di atas, diketahui nilai  $DW$  adalah  $1,295$ . Karena nilai  $d < DL$  maka terdapat autokorelasi positif dan nilai  $(4-d) > DU$  maka tidak terdapat autokorelasi negatif. Jadi dapat disimpulkan bahwa regresi tersebut mengalami autokorelasi, karena data tersebut data primer sedangkan data yang tidak mengalami autokorelasi adalah data sekunder atau data yang memiliki time series.

### 3. Multikolinierita

Uji Multikolinierita bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi tersebut ditemukan ada korelasi antar variabel bebas atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebasnya. Jadi model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi multikolinierita atau tidak terkorelasi. Suatu regresi menunjukkan adanya multikolinierita apabila nilai Tolerance  $\leq 0,01$  atau nilai VIF  $\geq 10$ . Apabila terjadi multikolinierita, maka ujiannya tidak bisa dilanjutkan. Untuk mengetahui nilai Tolerance dan VIF, dapat dilihat dari tabel output Coefficient berikut

#### Coefficients<sup>a</sup>

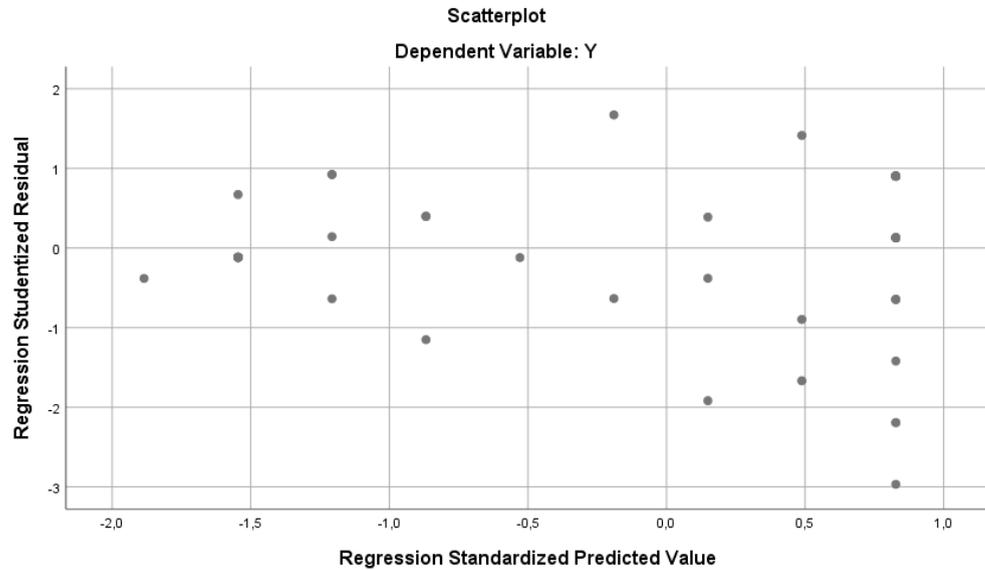
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,089	1,638		2,497	,016		
	X	,669	,064	,835	10,515	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Y

Dari hasil output diatas, dapat dilihat bahwa nilai Tolerance  $\geq 0,01$  ( $1,00 \geq 0,01$ ) dan nilai VIF  $\leq 10$  ( $1 \leq 10$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terjadi multikolinierita dan ujiannya bisa dilanjutkan.

### 4. Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas, kita dapat melihatnya pada grafik output Scatterplot. Apabila titik-titik yang ada pada grafik tersebut membentuk suatu pola tertentu, maka terjadi heteroskedastisitas. Namun apabila titik-titik yang ada pada grafik menyebar dan tidak membentuk suatu pola tertentu, maka tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi tersebut.



Dari output diatas, dapat diketahui bahwa titik-titik yang ada pada grafik tidak membentuk suatu pola yang jelas. Maka, dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tersebut tidak terjadi heroskedastisitas.

## Uji Hipotesa

### 1. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah penelitian ini layak di uji atau tidak. Untuk mengetahui uji F ini kita dapat melihat nilai signifikansi yang ada pada tabel Anova. Apabila nilai Signifikansi  $< 0,5$  maka dianggap lolos dengan layak.

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	191,061	1	191,061	110,575	,000 <sup>b</sup>
	Residual	82,939	48	1,728		
	Total	274,000	49			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X

Dari hasil output diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi adalah sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ). Maka dapat diartikan bahwa penelitian ini layak untuk di uji.

2. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan guna mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Untuk melakukan uji ini dapat dilihat dari nilai R Square yang ada pada output Model Summary.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,835 <sup>a</sup>	,697	,691	1,314	1,295

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Dari hasil output di atas, dapat diketahui nilai R Square adalah sebesar 0,697 atau 69,7%. Itu berarti menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen hanya sebesar 69,7% sedangkan sisanya yaitu sebesar 30,3% dijelaskan oleh variabel lain diluar model tersebut.

3. Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui besarnya nilai tiap variabel independen yang ada pada model regresi tersebut. Untuk mengetahui hasil uji t dapat dilihat dari nilai signifikansi yang ada pada tabel output Coefficients. Apabila nilai Signifikansi < 0,5 maka variabel independen tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1 (Constant)	4,089	1,638		2,497	,016		
X	,669	,064	,835	10,515	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Y

Dari hasil output di atas diketahui nilai Signifikansi sebesar 0,000 (0,000<0,5). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen tersebut mempunyai pengaruh sebesar 0,000 terhadap variabel dependen. Dilihat dari nilai Unstandardized yaitu 0.669 maka dapat dikehauai bahwa variabel independen tersebut berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

Model persamaan regresi linier yang terbentuk diperoleh dari nilai Unstandardized B yang ada pada tabel output Coefficients dengan nilai  $a(\text{constant}) = 4,089$  dan koefisien  $X = 0,669$ . Dengan itu maka diperoleh persamaan regresi linier sederhana

$$Y = 4,089 + 0,669X.$$

Penjelasannya adalah sebagai berikut:

Konstanta sebesar 4,089 artinya jika kualitas produk nilainya 0, maka kepuasan pelanggan nilainya negatif sebesar 4,089. Koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,669 artinya jika kualitas produk mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasan pelanggan mengalami kenaikan sebesar 0,669 satuan. Hubungan antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan adalah positif, artinya semakin banyak kualitas produk maka semakin meningkat kepuasan pelanggan terhadap produk tersebut.

## **SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, persamaan regresi  $Y = 4,089 + 0,669X$  menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Kontribusi kualitas produk dan kepuasan pelanggan secara bersamaan adalah 69,7%, dan sisanya 30,3% dipengaruhi oleh faktor lain, signifikansi  $0,000 < 0,05$  juga memperkuat poin ini. Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang berarti kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **Saran**

Disarankan untuk menjaga kualitas produk, karena kualitas produk merupakan salah satu penunjang usaha Camilkoey untuk bertahan dalam persaingan yang sangat ketat ini. Selain itu, untuk meningkatkan penjualan, Anda juga bisa memberikan diskon atau rabat kepada orang yang membeli dalam jumlah banyak. Untuk meningkatkan penjualan produk camilkoey sebaiknya ditambahkan varian rasa agar pembeli tidak bosan dengan rasa yang ada. Untuk penelitian selanjutnya, variabel lain seperti promosi, diskon atau harga dapat ditambahkan atau dikembangkan sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, bertujuan untuk memperkaya konsep penelitian. Selain itu juga dapat meningkatkan populasi dan sampel yang lebih besar dan lebih luas, sehingga penelitian lebih akurat. sudah ada. Bagi penelitian selanjutnya dapat menambah atau mengembangkan

variabel lain misalnya promosi, diskon atau harga sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang bertujuan untuk memperkaya konsep penelitian. Selain itu juga bisa menambah populasi dan sample yang lebih banyak dan luas agar penelitian lebih akurat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, A., dan Hastuti, Y. 2018. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9 (1) : 21-30.
- Kartika, A. dan Rahayu, S. 2020. *STATISTIKA DESKRIPTIF*. Surabaya.
- Kotler, P. 2012. *Manajemen Pemasaran, Edisi Keempat belas*. Jakarta : PT. Indeks.
- Kusumasasti, I., Andarwati, A., dan Hadiwidjojo, D. 2017. Pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap loyalitas pelanggan coffee shop. *Ekonomi Bisnis*, 22 (2) : 123-129.
- Laksana, F. 2013. *Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Lesmana, R. 2019. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. 2 (2) : 115-129.
- Rahmawati, K. N. 2017. Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen di kedaibangsawan klaten. *Jurnal Studi Manajemen*.
- Tjiptono, F. dan Diana, A. 2015. *Pelanggan Puas? Tidak Cukup!*. Yogyakarta : Andi Publisher.