

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN
HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**
(Studi Kasus Pada Warung Makan Mie Ayam Tanpa Nama Desa Tegal,
Kelurahan Kebonagung)

Oleh :
Dwi Astuti¹

¹Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas PGRI Yogyakarta
Email : Adwi484@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di warung makan Mie Ayam Tanpa Nama baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini dilakukan di warung makan Mie Ayam Tanpa Nama desa Tegal. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode analisis regresi linier berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Mie Ayam Tanpa Nama dengan sampel berjumlah 92 orang dengan teknik *accidental sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuisioner, wawancara dan observasi. Data diolah menggunakan bantuan program *SPSS for windows release 16.0*.

Hasil penelitian menunjukkan persamaan regresi $Y = 4,486 + 0,229X_1 + 0,242X_2 + 0,351X_3$. Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan koefisien regresi 0,229 dan nilai sig 0,007. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan koefisien regresi 0,242 dan nilai sig 0,009. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan koefisien regresi 0,351 dan nilai sig 0,001. Variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga mempengaruhi kepuasan konsumen dengan koefisien determinasi atau R^2 sebesar 45,1%.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen.

Abstract

This study aimed to determine the effect of product quality, service quality and price to customer satisfaction at Mie Ayam Tanpa Nama canteen either partially or simultaneously.

This research was conducted at Mie Ayam Tanpa Nama canteen in Tegal village. This research was a quantitative method with multiple linear regression analysis. The population in this study were all consumers at Mie Ayam Tanpa Nama with 92 people as samples with accidental sampling technique.

Collecting data need questionnaires, interviews, and observations. The data were processed need SPSS for windows release 16.0. The results showed regression equation $Y = 4,486 + 0,229X_1 + 0,242X_2 + 0,351X_3$. The variable product quality had a significant positive effect on customer satisfaction with a regression coefficient of 0,229 and 0,007 sig. Service quality variable had a significant impact on consumer satisfaction with a regression coefficient of 0,242 and 0,009 sig. Price variable had a positive and significant impact on consumer satisfaction with a regression coefficient of 0,351 and 0.001 sig. Variable product quality, service quality and prices affected consumer satisfaction at coefficient determinasi or R^2 45,1%.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Price, Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Keberadaan usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang langsung berhubungan dengan masyarakat dituntut untuk dapat memenuhi dan mengimbangi permintaan konsumen akan kebutuhan dasarnya dengan harga yang terjangkau sehingga dapat memuaskan konsumennya. Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan bagian dari pengalaman yang diperoleh seorang konsumen atau pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Pengalaman yang diperolehnya tersebut menjadikan konsumen memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi konsumen untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk atau jasa yang pernah dirasakannya.

Apabila perusahaan memberikan kualitas yang baik dari produk atau jasa yang ditawarkan, maka diharapkan mampu memenuhi harapan konsumen dan akhirnya mampu memberi nilai yang maksimal dan mampu menciptakan kepuasan konsumen dibanding kompetitor-kompetitor lainnya, usaha untuk memuaskan konsumen merupakan suatu hal yang berharga demi mempertahankan keberadaan konsumen

untuk berjalannya suatu bisnis, salah satunya bisnis kuliner.

Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk yang diberikan terhadap kepuasan konsumen Warung makan Mie Ayam Tanpa Nama.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Warung makan Mie Ayam Tanpa Nama.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Warung makan Mie Ayam Tanpa Nama.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen Warung makan Mie Ayam Tanpa Nama.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Kotler dan Keller (2009) berpendapat bahwa kualitas produk adalah karakteristik dan fitur dari suatu produk yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau tersirat.

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2005:352) pelayanan merupakan setiap kegiatan dan manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak ke pihak lain yang pada dasarnya tidak

berwujud dan tidak perlu berakibat pemilikan sesuatu.

Harga

Menurut Murti Sumarni (2011:285) Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanan. Harga bersifat fleksibel, artinya harga bisa disesuaikan dengan cepat, harga adalah elemen yang paling mudah diubah dan diadaptasikan dengan dinamika pasar.

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2009:138) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Penelitian Terdahulu

1. Penelitian oleh Dian Yunitasari (2016) mengenai Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restaurant KFC. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dimana Variabel independen yaitu produk, harga, kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen sebagai variabel dependennya.

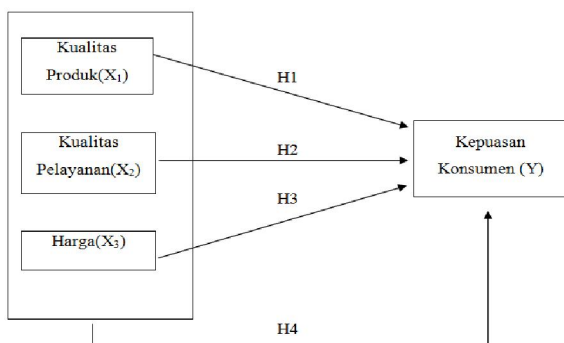
Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah linier berganda. Dari hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa variabel produk dan harga, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Disarankan pihak manajemen meningkatkan kualitas pelayanan agar para konsumen *Kentucky Fried Chicken* merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Jika konsumen merasa puas makan tingkat penjualan akan meningkat.

2. Penelitian oleh Albertus Ferry Rostya Adi (2012) mengenai Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Spesial Sambal Cabang Lempersari Semarang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yang diuji berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Penelitian oleh Cynthia Violita Wijaya (2017) mengenai Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh dari harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk serta mengetahui faktor mana yang berpengaruh dominan. Dalam pengumpulan data, peneliti menyebarkan 100 kuisisioner kepada konsumen dari Depot Bu Rudy. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif.

Dari hasil penelitian ini menyatakan bahwa harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan maupun simultan terhadap kepuasan konsumen di Depot Bu Rudy.

Kerangka Berpikir



Hipotesis

H1. Kualitas produk diduga berpengaruh positif dan

signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H2. Kualitas Pelayanan diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H3. Harga diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H4. Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen secara simultan.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian tentang Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen ini dilaksanakan di warung makan Mie Ayam Tanpa Nama Desa Tegal, Kelurahan Kebonagung. Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari 2017 sampai dengan bulan Maret 2017.

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan objek yang diteliti dan terdiri dari sejumlah individu, baik yang terbatas maupun tidak terbatas (Murti dan Salamah, 2006). Populasi pada penelitian ini sebanyak 1170. Penentuan besarnya sampel menggunakan metode yang

dikemukakan oleh Slovin dalam Ridwan (2005:65) sehingga pada penelitian ini didapat sampel sebanyak 92.

Uji Validitas

Arikunto (2006:168-169) mengatakan, tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan komputer program komputer *SPSS for Windows* versi 16.0 Pengujian ini menggunakan metode *Pearson Correlation*, butir pertanyaan dikatakan valid jika korelasi antara masing-masing butir pertanyaan memiliki skor total $r_{xy} = 0,300$ dan dengan $\text{sig} = 0,05$.

Uji Reliabilitas

Arikunto (2006 : 178) menyatakan bahwa reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah cukup baik.

Penentuan reliabel tidaknya item kuesioner ditentukan oleh kriteria sebagai berikut:

- a. Jika $\alpha > 0,60$, maka instrumen penelitian dinyatakan reliabel.
- b. Jika $\alpha < 0,60$, maka instrumen penelitian dinyatakan tidak reliabel.

Analisis Regresi Linier Berganda

Teknis Analisis data menggunakan metode kuantitatif yaitu dengan melakukan pengolahan data dengan menggunakan rumus Analisis Regresi Berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + b_3 \cdot X_3$$

Dimana :

Y = Kepuasan konsumen

a = Bilangan konstanta

b1 = Koefisien regresi Kualitas produk

b2 = Koefisien regresi Kualitas pelayanan

b3 = Koefisien regresi Harga

x1 = Kualitas produk

x2 = Kualitas pelayanan

x3 = Harga

Uji Hipotesis

- a. Uji t (Uji Parsial)

Uji ini dimaksudkan untuk membuktikan apakah masing-masing variabel independen (kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga) berpengaruh terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) dengan menggunakan alat analisis regresi 2014.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan atau tidak antara variabel independen (kualitas produk, kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen). Dalam pengujian ini peneliti menggunakan alat analisis regresi berganda dengan bantuan program komputer SPSS (*Statistical Production and Service Solution*) for Windows versi 16.0.

Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen dalam menerangkan secara simultan atau keseluruhan terhadap variabel dependen serta pengaruhnya secara parsial.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengujian Validitas

Variabel kuisisioner dalam penelitian ini diukur menggunakan 20 butir pertanyaan dengan menggunakan 30 konsumen sebagai responden uji coba instrumen. Dari 20 butir pertanyaan dinyatakan valid seluruhnya, untuk lebih jelasnya dapat dilihat ditabel bawah ini :

Variabel	Instrumen	Nilai sig	Keterangan
Kualitas Produk (X ₁)	A1	0.000	VALID
	A2	0.006	VALID
	A3	0.000	VALID
	A4	0.000	VALID
	A5	0.021	VALID
Kualitas Pelayanan (X ₂)	B1	0.000	VALID
	B2	0.000	VALID
	B3	0.000	VALID
	B4	0.000	VALID
	B5	0.000	VALID
Harga (X ₃)	C1	0.000	VALID
	C2	0.000	VALID
	C3	0.024	VALID
	C4	0.000	VALID
	C5	0.000	VALID
Kepuasan Konsumen (Y)	Y1	0.000	VALID
	Y2	0.000	VALID
	Y3	0.000	VALID
	Y4	0.000	VALID
	Y5	0.000	VALID

Hasil Pengujian Reliabilitas

Penentuan reliabel tidaknya item kuesioner ditentukan oleh kriteria sebagai berikut:

- a. Jika $\alpha > 0,60$, maka instrumen penelitian dinyatakan reliabel.
- b. Jika $\alpha < 0,60$, maka instrumen penelitian dinyatakan tidak reliabel.

Hasil uji reliabilitas untuk semua variabel dalam penelitian ini dapat diamati pada tabel dibawah:

Variabel	Cronbach alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X ₁)	0,737	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X ₂)	0.855	Reliabel
Harga (X ₃)	0.743	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0.750	Reliabel

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian analisis regresi linier berganda dengan program SPSS memberikan hasil yang ditampilkan pada tabel sebagai berikut:

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.486	1.768		2.538	.013
Kual_Produk	.229	.083	.271	2.757	.007
Kual_Pelayan	.242	.090	.264	2.679	.009
Harga	.351	.100	.312	3.500	.001

a. Dependent Variable: KEP_KONSUMEN

Dari tabel diatas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 4,486 + 0,229X_1 + 0,242X_2 + 0,351X_3$$

PEMBAHASAN

1. Pengaruh variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

Dari hasil analisis diperoleh nilai sig untuk variabel kualitas produk sebesar 0,007 (<0,05) dan koefisien regresi 0,229 (positif), maka hasil penelitian menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen warung makan Mie Ayam Tanpa Nama, artinya apabila kualitas produk meningkat maka kepuasan konsumen juga akan meningkat.

Hasil penelitian di atas sejalan dengan Penelitian yang dilakukan oleh

Albertus Ferry RostyaAdi (2012), menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, artinya apabila kualitas produk meningkat maka kepuasan konsumen akan meningkat pula.

2. Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Dari hasil analisis diperoleh nilai sig untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0,009 (<0,05) dan koefisien regresi 0,242 (positif), maka hasil penelitian menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen warung makan Mie Ayam Tanpa Nama, artinya apabila kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan konsumen juga akan meningkat.

Hasil penelitian di atas sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Albertus Ferry RostyaAdi (2012), menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, artinya apabila kualitas pelayanan ditnngkat maka kepuasan konsumen akan meningkat pula

3. Pengaruh variabel harga terhadap kepuasan konsumen

Dari hasil analisis diperoleh nilai sig untuk variabel harga sebesar 0,001 (<0,05) dan koefisien regresi 0,351

(positif), maka hasil penelitian menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen warung makan Mie Ayam Tanpa Nama, artinya apabila variabel harga ditingkatkan maka kepuasan konsumen juga akan meningkat.

Hasil penelitian di atas sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cynthia Viola Wijaya (2017), menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, artinya apabila semua variabel harga ditingkatkan maka kepuasan konsumen juga akan meningkat.

4. Pengaruh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

Dari hasil analisis diperoleh nilai adjusted R square sebesar 0,451 dan nilai Sig pada uji F sebesar 0,000 (<0,05). Dengan demikian variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen, serta variabel kualitas harga, kualitas pelayanan dan harga mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen sebesar 45,1% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil analisis dan pembahasan diperoleh persamaan regresi $Y = 4,486 + 0,229X_1 + 0,242X_2 + 0,351X_3$
2. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel kualitas produk (X_1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,229 (bertanda positif) dan dengan tingkat signifikansi 0,007 (lebih kecil dari 0,05). Hal ini berarti bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) warung makan Mie Ayam Tanpa Nama, maka hipotesis pertama yang menyatakan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dapat diterima.
3. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan (X_2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,242 (bertanda positif) dan dengan tingkat signifikansi 0,009 (lebih kecil dari 0,05). Hal ini berarti bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) warung makan Mie Ayam Tanpa Nama, maka hipotesis kedua yang

- menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dapat diterima.
4. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel harga (X_3) memiliki koefisien regresi sebesar 0,351 (bertanda positif) dan dengan tingkat signifikansi 0,001 (lebih kecil dari 0,05). Hal ini berarti bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) warung makan Mie Ayam Tanpa Nama, maka hipotesis ketiga yang menyatakan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dapat diterima.
 5. Dari hasil analisis diperoleh nilai signifikansi uji F sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Maka, terdapat Pengaruh yang signifikan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen (Y) warung makan Mie Ayam Tanpa Nama.
 6. Dari hasil analisis diperoleh Nilai Adjusted R square sebesar 0,451, artinya variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen sebesar 45,1%, sedangkan sisanya sebesar 54,9%

dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian.

7. Variabel dominan dalam penelitian ini yaitu variabel harga dengan koefisien regresi sebesar 0,351 dan nilai sig 0,001. Artinya pengaruh kepuasan konsumen pada warung makan Mie Ayam Tanpa Nama adalah harga.

Saran

1. Bagi manajemen Mie Ayam Tanpa Nama

Dengan adanya pengaruh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen, maka sebaiknya manajemen atau pemilik warung makan Mie Ayam Tanpa Nama dapat mempertahankan ketiga variabel tersebut dan menambahkan faktor lain agar kepuasan konsumen dapat dijaga dan ditingkatkan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel-variabel lain diluar penelitian ini agar faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dapat lebih teridentifikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta, Jakarta.

- Basu Swastha. 2000. *Pengantar Bisnis Modern*, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern, Jakarta: Liberty.
- Fandy, Tjiptono. 2001. *Manajemen Jasa*. Edisi Kedua. Yogyakarta : Andi Offset.
- _____. 2005. *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing.
- Ferry Rostya Adi, Albertus, 2012. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Waroeng Spesial Sambal cabang Lampersari Semarang)*. Skripsi. Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Kotler dan Amstrong. 2008, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas, Penerbit PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2010. *Principles of Marketing (Edisi 13)*. United States of America: Pearson.
- _____. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran (Edisi Ketiga Belas)*. Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Keempat Belas. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- _____. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler. 2005, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Edisi Pertama, Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT. Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat & A. Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Manurung, Dinarty SH. 2009. *Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Merk pada Pengguna Kartu Pra-Bayar Simpati*. Skripsi. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Marzuki, 2005, *Metodologi Riset*, Yogyakarta: Ekonisia.
- Ridwan, 2005. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*, Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D". Alfabeta, Bandung.
- _____. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Sumarni, Murti. 2011. *Manajemen Pemasaran Bank (Edisi Kelima)*. Liberty.
- Sumarni, Murti dan Salamah Wahyuni, 2006. *Metodologi Penelitian Bisnis*, CV Andi Offset, Yogyakarta.

- Tjiptono, F. 2004. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta : Andi.
- _____. 2011. *Pemasaran Jasa*. Banyumedia Publishing.
- _____. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi tiga, Jakarta : Andi.
- Violita Wijaya, Cynthia, 2017. *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madium Masakan Khas Bu Rudy*. Skripsi. Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Widiana, M.E dan B. Sinaga. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Cetakan Pertama. Penerbit Karya Putra Darwati. Bandung.
- Yunitasari, Dian, 2016. *Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restaurant KFC*. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.