

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Patroli Kopi Karawang

Mia Anggreini Br Ginting¹ Enjang Suherman²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Buana Perjuangan Karawang^{1,2}

*Email Korespondensi: mn21.miaginting@mhs.ubpkarawang.ac.id

Diterima: 11-07-2024 | Disetujui: 12-07-2024 | Diterbitkan: 13-07-2024

ABSTRACT

This research is to investigate the partial and simultaneous impact of product quality and service quality on costumer satisfaction at Patrol Kopi Karawang. This research uses a quantitative approach method by distributing questionnaires as a survey tool. The population consists of 120 and the sample consists of 93 costumers formulated using the Slovin formula. Analysis was carried out using a multiple regression model. The results of the study explain that product quality partially influences customer satisfaction, thus service quality partially influences consumer satisfaction, and there is a simultaneous influence between product quality and service quality on costumerr satisfaction at Patrol Kopi Karawang

Keywords: Product Quality, Service Quality, Costumer Satisfaction.

ABSTRAK

Penelitian ini untuk menyelidiki dampak sebagian dan bersamaan pada kualitas produk serta kualitas pelayan terhadap kepuasan pelanggan di Patroli Kopi Karawang. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan menyebar kuesioner sebagai alat survei. Populasi terdiri dari 120 dan sampel terdiri dari 93 pelanggan yang dirumuskan menggunakan rumus Slovin. Analisis dilakukan menggunakan model regresi berganda. Hasil studi menjelaskan bahwa keualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, demikian kualitas pelayan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas produk dan kualitas pelayana terhadap kepuasan pelanggan di Patroli Kopi Karawang

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelaanggan

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Dendy Barqah, & Sungkono. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Beras Melati Ligar. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2), 464-469. <https://doi.org/10.62710/vtzhxt21>

PENDAHULUAN

Bisnis kuliner saat ini semakin berkembang. Sektor makanan dan minuman adalah salah satu dari banyak bidang di mana persaingan intens terjadi dalam dunia bisnis. Bisnis kuliner menjadi populer di Indonesia karena kebutuhan manusia akan makanan dan minuman yang harus dipenuhi. Seiring berjalannya waktu, perusahaan semakin terdorong untuk mengutamakan kualitas produk dan layanan yang diberikan untuk membuat pelanggan puas. Untuk tetap bersaing di era saat ini, penting bagi perusahaan untuk memastikan kepuasan pelanggan; kepuasan pelanggan merupakan kenyataan bahwa produk dan jasa yang diharapkan oleh pelanggan tersedia”.

Karena ada banyak persaingan UMKM di industri kuliner Karawang, diperlukan analisis tentang dampak kualitas produk dan layanan pada Patroli Kopi Karawang. Tujuannya adalah untuk meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan agar tetap bersaing dengan pesaing.

Sumarni (2022) “Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapan. Kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian”.

Indahsari (2019) “Kepuasan pelanggan merupakan target pada perusahaan, selain pengaruh penting dalam kelangsungan hidup perusahaan, kepuasan kebutuhan pelanggan juga dapat meningkatkan perkembangan perusahaan dalam competitor. Pelanggan yang puas pasti akan kembali untuk kebutuhan melakukan transaksi. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi pelanggan dalam melakukan transaksi kembali dalam porsi terbesar volume penjualan perusahaan”.

Kotler (2021) “Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan konsumen. Produk yang berkualitas adalah produk yang mampu memberikan manfaat sesuai apa yang diekspektasikan oleh konsumen. Produk makanan yang berkualitas merupakan makanan yang mampu memberikan cita rasa yang baik yang sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi konsumennya”.

Wijaya (2019) “Selain kualitas produk kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan juga menjadi faktor konsumen untuk merasa puas. Kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen dan dapat meningkatkan kredibilitas suatu perusahaan serta menciptakan image yang positif terhadap perusahaan”.

Wijaya (2019) “Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”.

Titisari (2020) “Adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Setelah pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila pelanggan merasa benar-benar puas, mereka akan kembali datang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk melakukan pengiriman paket di tempat yang sama. Oleh karena itu, perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa kepuasan pelanggan merupakan aspek penting untuk bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan”.

Penelitian terdahulu Sambara (2021) bahwa “Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada café 3.am Koffie Spot, Manado. Sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada café 3.am Koffie Spot,

Manado. Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara Bersama-sama dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada café 3,am Koffie Spot,Manado”.

Penelitian Azis & Aswan (2023) “Kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia, Lunang, keandalan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia, Lunang. Kualitas produk dan kualitas pelayanan secara Bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan”.

Sejalan dengan penelitian Cahya (2021) “Kualitas produk berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen secara parsial dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen secara parsial. Kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen”.

METODOLOGI PENELITIAN

Desain Penelitian

Menurut Malhotra dalam Noor (2014) “Desain penelitian adalah kerangka atau cetak biru dalam melaksanakan suatu proyek riset, suatu produsen penting untuk informasi yang dibutuhkan untuk menyusun pemecahan masalah penelitian. tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh anantara dua variabel atau lebih. Maka peneliti menggunakan metode kuantitatif”.

Populasi dan Sampel

Sugiyono (2018) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

“ Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Patroli Kopi Karawang sebanyak 120 pelanggan yang berkunjung ke PatroliKopi Karawang. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan Teknik Solvin yaitudengan Teknik penentuan simple random sampling. Sampel yang digunakan sebanyak 93 responden. Jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dandata sekunder”.

Lokus

Peneliti melakukan penelitian di Patroli Kopi yang berlokasi di Jl. Raya Syeh Quro , Adiarsa Timur, Karawang Timur, Karawang, Jawa Barat 41314. Tempat penelitian ini berlokasi strategis yaitu berada di pinggir jalan yang ramai dilewati.

Dimensi

Ada beberapa dimensi utama kepuasan konsumen menurut Menurut Irawan (2018), yaitu :

1. “Price (Harga) Untuk konsumen yang sensitive, biasanya harga murah adalah sumberkepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan value for money yang tinggi.Komponen harga ini relative tidak penting bagi mereka yang tidak sensitive”.
2. “Service Quality (Kualitas Layanan) Sangat tergantung dari tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia. Kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru karena pembentukan attitude yang seiring dengan keinginan bukanlah pekerjaan mudah”.
3. “Produk Quality (Kualitas Produk) Konsumen merasa puas setelah membeli dan menggunakan

produk tersebut apabila kualitas produk yang baik”.

4. “Emosional Factor (Faktor Emosi) Ditunjukan oleh konsumen atas kepuasan yang diperoleh mereka dalam menggunakan suatu produk/jasa yang menimbulkan rasa bangga dan percaya diri”.
5. “{Efficiency (Kemudahan) Kemudahan dalam memperoleh produk atau jasa tersebut dan kemudahan dalam pembayaran dapat membuat konsumen akan semakin puas bila relative mudah dan efisien dalam mendapatkan suatu produk atau pelayanan”.

Pengumpulan Data

“Peneliti menggunakan data kuantitatif dari hasil observasi dan jawaban dari kuisisioner yang disebarkan di Patroli Kopi Karawang. Peneliti menganalisis data ini menggunakan analisis kuantitatif primer dan sekunder yang dikumpulkan secara langsung selama penelitian dan menggunakan data yang sudah ada”.

Teknik Analisis

“Analisis regresi berganda digunakan untuk menunjukkan hubungan antara variabel respons (Y) dan faktor prediktor (X1, X2) yang berdampak lebih dari satu”.

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Status
KUALITAS PRODUK (X1)	X1.1	0,643	0,361	Valid
	X1.2	0,823	0,361	Valid
	X1.3	0,731	0,361	Valid
	X1.4	0,736	0,361	Valid
	X1.5	0,669	0,361	Valid
	X1.6	0,805	0,361	Valid
	X1.7	0,518	0,361	Valid
	X1.8	0,801	0,361	Valid
	X1.9	0,821	0,361	Valid
	X1.10	0,763	0,361	Valid
	X1.11	0,768	0,361	Valid
	X1.12	0,701	0,361	Valid
	X1.13	0,703	0,361	Valid
	X1.14	0,755	0,361	Valid
	X1.15	0,501	0,361	Valid
KUALITAS PELAYAN (X2)	X2.1	0,715	0,361	Valid
	X2.2	0,587	0,361	Valid
	X2.3	0,519	0,361	Valid
	X2.4	0,572	0,361	Valid
	X2.5	0,706	0,361	Valid
	X2.6	0,644	0,361	Valid
	X2.7	0,688	0,361	Valid
	X2.8	0,459	0,361	Valid
	X2.9	0,565	0,361	Valid
	X2.10	0,627	0,361	Valid
	X2.11	0,846	0,361	Valid
	X2.12	0,715	0,361	Valid
	X2.13	0,729	0,361	Valid
	X2.14	0,706	0,361	Valid
	X2.15	0,846	0,361	Valid
KEPUASAN PELANGGAN (Y)	Y.1	0,719	0,361	Valid
	Y.2	0,719	0,361	Valid
	Y.3	0,598	0,361	Valid
	Y.4	0,754	0,361	Valid
	Y.5	0,754	0,361	Valid
	Y.6	0,598	0,361	Valid
	Y.7	0,659	0,361	Valid
	Y.8	0,719	0,361	Valid
	Y.9	0,598	0,361	Valid
	Y.10	0,659	0,361	Valid
	Y.11	0,598	0,361	Valid
	Y.12	0,522	0,361	Valid
	Y.13	0,754	0,361	Valid
	Y.14	0,498	0,361	Valid
	Y.15	0,719	0,361	Valid

Sumber : Olahan Hasil Peneliti SPSS 27, 2024

“Dari hasil uji validitas menunjukkan bahwa setiap pernyataan dalam variabel tersebut valid. Berdasarkan angka yang diperoleh dari r hitung > r Tabel (rumusnya $df : 30-2=28$) sebesar 0,361. Dikarenakan angka tersebut > 0,361 atau lebih besar maka setiap variabel dinyatakan valid”.

Uji Reabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
KUALITAS PRODUK (X1)	.929	15	Reliebel
KUALITAS PELAYAN (X2)	.900	15	Reliebel
KEPUASAN PELANGGAN (Y)	.908	15	Reliebel

Sumber : Olahan Hasil Peneliti SPSS 27, 2024

“Dari hasil uji reabilitas terdapat bahwa nilai angket memperoleh Cronbach’s Alpha > 0,6 atau lebih dari. Setelah itu dirangkum setiap angket dinyatakan reliabel”.

Uji Normalitas

**Tabel 3. Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	7,08277952
Most Extreme Differences	Absolute	,093
	Positive	,057
	Negative	-,093
Test Statistic		,093
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,047
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	,046
	99% Confidence Interval	Lower Bound
		Upper Bound

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber : Olahan Hasil Peneliti SPSS 27, 2024

Dari hasil uji normalitas dengan menggunakan model uji Kolmogorov-Smirnov diperoleh nilai tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 sebesar 0,047. Maka dapat dinyatakan variabel - variabel normal dan memenuhi asumsi normalitas”.

Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	25,092	8,255		3,040	,003		
	KUALITAS PRODUK	,475	,135	,380	3,521	<,001	,785	1,274
	KUALITAS PELAYANAN	,081	,121	,072	,666	,507	,785	1,274

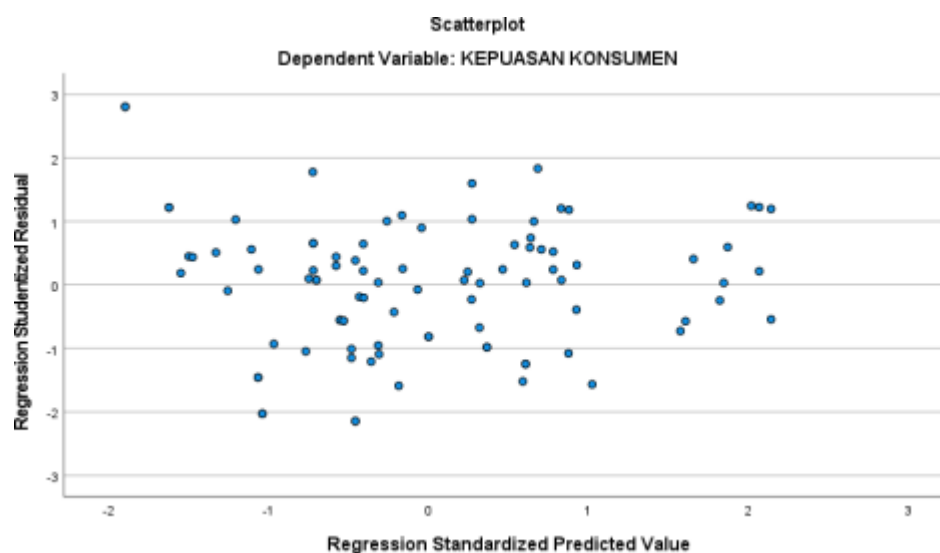
a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber : Olahan Hasil Peneliti SPSS 27, 2024

Dari uji multikolinieritas diperoleh nilai VIF untuk variabel Kualitas Produk (X1) dan variabel Kualitas Pelayan (X2) adalah $1,274 < 10$, dan nilai Tolerance Value $0,785 > 0,1$ maka data tersebut tidak terjadi multikolinieritas”.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas - Scatterplot



Sumber : Olahan Hasil Peneliti SPSS 27, 2024

“Dari hasil **uji heteroskedastisitas - scatterplot** dapat dilihat dari Scatterplot diketahui titik-titik menyebar di atas dan dibawah serta menyebar kemana saja dengan membenuksuatu pola tertentu maka jika tidak terjadi heteroskedastisitas”.

Analisis Regresi Berganda Uji t Parsial

Tabel 6. Uji t Parsial
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25,092	8,255		3,040	,003
	KUALITAS PRODUK	,475	,135	,380	3,521	<,001
	KUALITAS PELAYANAN	,081	,121	,072	,666	,507

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber : Olahan Hasil Peneliti SPSS 27, 2024

Hasil output pada uji t parsial coefficients dapat dilihat nilai t hitung senilai 3,521 > t tabel 1,986 serta nilai Sig 0,01 < 0,05 maka dapat dikatakan Kualitas Produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y)”.

“Serta hasil output uji t parsial coefficients diperoleh nilai t hitung senilai 0,666 < t tabel 1,986 dan nilai Sig 0,507 > 0,05 maka dinyatakan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)”

Uji F Simultan

Tabel 7. Uji f Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	981,029	2	490,515	9,565	<,001 ^b
	Residual	4615,250	90	51,281		
	Total	5596,280	92			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK

Sumber : Olahan Hasil Peneliti SPSS 27, 2024

“Hasil output ANOVA diperoleh nilai F hitung senilai 9,565 > F tabel 3,10 dan nilai Sig 0,001 < 0,005 maka dinyatakan Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)”

Koefisien Determinasi

Tabel 8. Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,419 ^a	,175	,157	7,16104

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYAN, KUALITAS PRODUK

Sumber : Olahan Hasil Peneliti SPSS 27, 2024

“Hasil output tabel di atas diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,157 berarti berpengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 15.7%”.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

“Hasil analisis statistik menyatakan Kualitas Produk (X1) berpengaruh dengan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dapat dilihat dari nilai t hitung senilai 3,521 > tabel 1,986 serta nilai Sig 0,01 < 0,05”.

“Dari hasil pengujian variabel pengaruh kualitas terhadap uji T memperoleh hasil yang signifikan dan positif yang ditunjukkan variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Patroli Kopi Karawang

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Patroli Kopi Karawang
(Anggreini Br Ginting et al.)

dapat memberikan tingkatan kepuasan konsumen. Sebuah tuntutan dari konsumen terhadap suatu produk untuk memuaskan kebutuhan pelanggan adalah dari suatu indikasi kualitas produk. Tantangan yang harus dihadapi sebuah cafe adalah dengan meningkatkan kualitas produk atau jasa. Dari pandangan pelanggan, menurut mereka kualitas produk merupakan faktor utama yang menjadikan cafe lebih maju”.

Kualitas Pelayan X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

“Hasil analisis statistik menyatakan Kualitas Pelayan (X2) berpengaruh dengan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dapat dilihat dari nilai t hitung senilai $0,666 < t \text{ tabel } 1,986$ dan nilai Sig $0,507 > 0,05$ ”.

“Dari hasil pengujian terhadap uji T dihasilkan kualitas pelayanan yang menunjukkan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan suatu keadaan produk atau jasa untuk memenuhi suatu harapan bagi pelanggan, yang artinya suatu kemampuan pelayanan dengan kualitas yang baik untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. Salah satu cara untuk menempatkan suatu pelayanan yang bermutu dan lebih unggul adalah dengan memberikan pelayanan yang ramah dan lebih memperhatikan saran ataupun kritik dari konsumen”.

Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

“Hasil analisis statistik menyatakan Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dapat dilihat dari diperoleh nilai F hitung senilai $9,565 > F \text{ tabel } 3,10$ dan nilai Sig $0,001 < 0,005$ ”.

“Dari hasil uji variabel diatas menyatakan , variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan menunjukkan pengaruh yang signifikan dan baik terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat diartikan bahwa baik atau tidaknya suatu kualitas produk dan kualitas harga serta kesesuaian harga terhadap produk akan mempengaruhi seberapa besar kepuasan konsumen. Dari ketiga variabel, yang menjadi variabel paling dominan adalah variabel kualitas pelayanan”.

KESIMPULAN

“Dilihat dari hasil dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh parsial pada kepuasan konsumen di Patroli Kopi Karawang. Kualitas pelayan juga memiliki pengaruh parsial pada kepuasan pelanggan di Patroli Kopi Karawang. Serta secara bersama kualitas produk dan kualitas pelayan memiliki pengaruh simultan pada kepuasan pelanggan di Patroli Kopi Karawang”

Peneliti memahami bahwa penelitian yang dilakukan saat ini masih memiliki keterbatasan sehingga mempengaruhi ketetapan dan akuratnya hasil penelitian yang diperoleh. Keterbatasan dalam penelitian ini terdapat pada responden karena minimnya interaksi peneliti dengan konsumen yang sering berkunjung ke cafe, selain itu, penggunaan platform google form yang digunakan juga mengalami beberapa kendala seperti tidak tersebarnyasecara menyeluruh kepada para konsumen cafe.

SARAN

“Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, maka diberikan saran sesuai dengan hasil pembahasan dan kesimpulan diatas yang terkait kualitas produk dan kualitas pelayanan. Saran yang disampaikan oleh peneliti antara lain bagi pemilik cafe Patroli Kopi Karawang hasil penelitian yang diperoleh menyatakan harga pada kualitas produk dan kualitas pelayanan itu sendiri berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Sehingga peneliti memberikan saran bagi pemilik cafe agar menggunakan hasil penelitian ini sebagai pertimbangan ditingkatkannya kepuasan pelanggan. Sedangkan untuk kualitas pelayanan pada cafe Patroli Kopi Karawang, peneliti menyarankan untuk lebih meningkatkan komunikasi pada konsumen agar mengurangi terjadinya misscommunication. Peneliti memberikan saran kepada pihak cafe Patroli Kopi Karawang agar selalu memberikan sapaan, senyum serta rasa sopan kepada konsumen sehingga pelayanan dari cafe Patroli Kopi Karawang dinilai ramah dan bersahabat”.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Gofur. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat
- Mardiana. 2022 . Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Hotel X Di Jakarta. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan
- James Sambaraam & Hendra Novitawas.2021. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe 3.Am Koffie Spot Manado
- Andri Azis & Khairil Aswan.2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Pos Indonesia (Persero) Kecamatan Lunang. Jurnal Economina
- Agus Dwi Cahya, Aini Marthasar, Ramadhani Pramudhita & Wulandari. 2021. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen. Studi Kasus Pada Umkm Baso Aci Ena Yogyakarta . Jurnal Daya Saing, 144–150.
- Ernawati.2019. Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. Jwm. Jurnal Wawasan Manajemen.
- Malik Ibrahim Dan Sitti Marijam Thawil.2019. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis .Jrmb. Fakultas Ekonomi Uniat.
- Cahyani.2020.Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen Vol.5 No.3.
- Irawan Dan Japariato.2018. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya. Jurnal Mnajaemen Pemasaran Vol.1 No. 2.
- S Kodu. 2022. Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian ,Mobil Toyota Avanza. Jurnal EMBA, Vol.1 No.3.
- A Prasetyo. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Management Analysis Journal.

- Suatmojo. 2021. Administrasi Negara dan Kualitas Pelayanan Publik. BP Undip Zybrick Coffe & Cantina. Jurnal Agora.
- Yusril Warella. 2019. Adminiatriasi Negara dan Kualitas Pelayanan Publik. BP Undip
- Ghanimata. 2018. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Kepuasan pembelian. Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwita Elrina Semarang. Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Sugiyono (2016). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif. Dan R&D. Bandung : Alfabeta