

The Effect of Product Quality and Service Quality on Consumer Satisfaction

(Case Study Of Consumen Waroenk New Normal)

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Konsumen Waroenk New Normal)

Melda Yunita ¹⁾ ; Denny Rahmad Kardana ²⁾

¹⁾ Study Program of Management Faculty of Economic and business, Universitas Muhammadiyah Bengkulu

²⁾ Department of Management, Faculty of Economic and business, Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Email: ¹⁾ Meldayunita2017@gmail.com ; ²⁾ denibkl05@gmail.com

How to Cite :

Yunita, M., Kardana, R.D.,(2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 4(3). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v4i3>

ARTICLE HISTORY

Received [13 Juni 2023]

Revised [28 Juni 2023]

Accepted [02 Juli 2023]

KEYWORDS

Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Waroenk New Normal. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif. Dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik analisis data. Diantaranya : Uji instrument, uji asumsi klasik, analisis tanggapan responden, analisis regresi linier berganda, Koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil dari analisis regresi linier berganda diperoleh bentuk persamaan regresi $Y = 2,165 + 0,00 (X_1) + 0,041 (X_2)$. Dari hasil penelitian dan hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk dari hasil uji t menunjukkan nilai ($\text{sig } a = 0,000 < 0,05$) dan $t_{\text{hitung}} 4,108 > \text{nilai } t_{\text{tabel}} 1,99$. Kualitas pelayanan hasil uji t menunjukkan nilai ($\text{sig } a = 0,041 < 0,05$) dan nilai $t_{\text{hitung}} 2,081 > \text{nilai } t_{\text{tabel}} 1,991$. Secara parsial kedua variabel kualitas produk dan Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari hasil penelitian dan hipotesis menunjukkan juga secara bersama-sama Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen dilihat dari hasil uji f menunjukkan nilai ($\text{sig } a = 0,000 < 0,05$) dan nilai $f_{\text{hitung}} 30,801 > 3,11$.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality and service quality on consumer satisfaction in Waroenk New Normal consumers. This research uses a Quantitative approach. In this study used several data analysis techniques. Among them: Instrument test, classical assumption test, respondent challenge analysis, multiple linear regression analysis, Coeffesient determination, and hypothesis test. Based on the results of multiple linear regression analysis obtained the form of the regression equation $Y = 2.165 + 0.00 (X_1) + 0.041 (X_2)$. From the results of research and hypotheses, it shows that the product quality of the t test results shows a value ($\text{sig } a = 0.000 < 0.05$) and $t \text{ count } 4.108 > \text{value } t \text{ table } 1.99$. The quality of service of the t test results shows a value ($\text{sig } a = 0.041 < 0.05$) and a calculated t value of $2.081 > a \text{ table } t \text{ value of } 1.991$. Partially both product quality and Service Quality variables have a significant influence on purchasing decisions. From the results of research and hypotheses, it also shows that together Product Quality and Service Quality affect Consumer Satisfaction as seen from the results of the f test shows a sig value of $a = 0.000 < 0.05$ and a calculated f value of $30.801 > 3.11$.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, bisnis kuliner di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Pergeseran kebiasaan masyarakat menjadikan bisnis kuliner mulai dari makanan sampai minuman semakin beragam jenisnya. Tingginya kebutuhan hiburan di kehidupan masyarakat perkotaan menjadi satu kebiasaan baru yang kini ramai di gemari. Mulai dari makanan tradisional yang dikemas dengan cara modern, hingga sampai kepada tempat dengan nuansa modern namun menjual makanan tradisional.

Masyarakat seperti disuguhkan banyak pilihan untuk memenuhi kebutuhan akan hiburan. Pergeseran inilah yang membuat banyak bermunculan Cafe di kota-kota besar bahkan sampai ke daerah. Setiap Cafe berusaha untuk menawarkan produk dengan kelebihan tersendiri dan juga memberikan pelayanan terbaik untuk menarik minat konsumen. Dalam dunia bisnis dengan persaingan ketat, loyalitas konsumen sangat dibutuhkan untuk keberlanjutan usaha. Dalam persaingan, kemampuan dalam memenuhi kebutuhan konsumen merupakan satu hal yang sangat penting.

Diyakini bahwa kunci utama untuk mempertahankan pasar dalam persaingan adalah dengan memberikan kepuasan konsumen. Kepuasan sendiri memiliki beberapa definisi, salah satunya sebagaimana dikemukakan oleh Philip Kotler bahwa, "Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka." Dalam rangka menciptakan kepuasan konsumen, maka penting bagi pengusaha untuk mengetahui dan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, Sebagaimana dikemukakan oleh Irawan bahwa, "Kepuasan konsumen didorong oleh beberapa faktor diantaranya kualitas produk, kualitas pelayanan atau jasa, emosional, biaya dan kemudahan." Sedangkan menurut Tjiptono (2015 : 25) Kepuasan konsumen adalah rasa nyaman konsumen ketika mendapatkan hasil produk yang dipilih berkualitas lebih baik daripada hasil produk yang tidak dipilih dengan kualitas buruk atau lebih buruk.

Untuk itu, pemenuhan kebutuhan dan keinginan sangat ditentukan oleh tingkat kepentingan maupun kepuasan konsumen itu sendiri. Dalam kondisi persaingan yang semakin tinggi, peran kualitas produk dan kualitas pelayan menjadi semakin berpengaruh terhadap kemajuan suatu perusahaan dalam mencari konsumennya. Seiring makin banyaknya aktivitas diluar rumah yang sangat bervariasi oleh manusia, maka kesempatan orang yang bersifat cepat, praktis dan nyaman semakin tinggi. Jumlah penduduk yang sangat besar membawa dampak penting bagi kehidupan masyarakat Indonesia.

Salah satu dampak penting adalah pemenuhan kebutuhan pangan yang sangat banyak untuk memenuhi konsumsi penduduk. Hal ini membawa dampak positif bagi para pengusaha untuk melihat peluang bisnis dan mempengaruhi konsumen Indonesia yang bersifat konsumtif (Hayani, 2021). Seiring semakin konsumtif dan bervariasi perilaku konsumen di Indonesia dan di dukung dengan jumlah penduduk yang besar maka tidak sedikit para pengusaha tertarik menjalankan bisnis kuliner seperti halnya Cafe and Resto. Perkembangan dunia usaha saat ini semakin hari semakin berkembang. Setiap perusahaan dituntut untuk memenuhi dan mengimbangi perubahan yang terjadi serta tetap berusaha dalam memenuhi rasa kepuasan konsumen.

Menurut Kotler, (2007) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikrkan terhadap kinerja yang diharapkan. Dan menurut Lupiyoadi, (2006) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya. Beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan.

Menurut J Kotler dan Armstrong (2004) menyatakan bahwa kualitas produk berhubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, dan atribut bernilai lainnya (Putro, 2014). Jadi kualitas produk merupakan sekumpulan ciri dan karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan merupakan suatu pengertian

gabungan dari kehandalan, ketepatan, kemudahan, pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk.

Faktor lain yang mempengaruhinya adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan kualitas pelayanan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Tjiptono (2009:59) menyatakan, service quality merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen (Weenas, 2013). Kualitas pelayanan yang baik dan memadai harus diberikan oleh setiap perusahaan karena dapat membuat konsumen lebih merasa nyaman ketika melakukan transaksi dan dapat membuat konsumen tersebut enggan untuk berpindah kepada pesaing.

Provinsi Bengkulu adalah sebuah provinsi wisata yang terdapat banyak destinasi wisata alam, tempat rekreasi keluarga dan itu pun tak luput dari wisata kuliner. Di provinsi Bengkulu terdapat banyak tempat kuliner baik itu destinasi kuliner untuk keluarga maupun tempat-tempat nongkrong anak muda zaman kini. Ini menunjukkan bahwa bisnis makanan dan minuman dapat diterima oleh masyarakat kota Bengkulu sebagai kuliner yang tepat. Para konsumen yang memilih Cafe sebagai tempat makan tidak hanya memperlihatkan kualitas dari makanan dan minuman tersebut tetapi juga kualitas pelayanan yang sesuai. Untuk dapat bertahan di tengah maraknya persaingan bisnis Restoran dan Cafe harus menciptakan strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen.

Waroenk New Normal merupakan salah satu Cafe yang ada di Bengkulu. Pemiliknya bernama bapak Harits Al Mufqi. Dan Cafe ini berlokasi di pusat kota tepatnya di Jalan Pangeran Natadirja KM 6,5 Jalan Gedang, Gading Cempaka Kota Bengkulu. Selain itu Cafe ini juga menyajikan banyak pilihan menu baik makanan maupun minuman dengan cita rasa yang sesuai dengan lidah anak-anak muda saat ini. Dan sebagai pelengkap Waroenk New Normal juga menyediakan live akustik. Akan tetapi, dengan kelebihan itu saja tidak dapat mendukung dalam persaingan yang sangat ketat ini. Dan untuk menopang Cafe dalam persaingan yang sangat ketat ini maka dari itu kualitas produk dan kualitas pelayanan harus sangat diperhatikan untuk memenuhi Kepuasan konsumen.

Dalam hal ini Waroenk New Normal masih kurang memperhatikan kualitas produk dan kualitas pelayanan dalam memberikan rasa puas kepada konsumen. Ini terlihat dari masih kurangnya konsumen yang datang ke Waroenk New Normal. Ini disebabkan karena harga dari produk masih cukup tinggi dan terkadang produk yang disajikan tidak sesuai harapan para konsumen. Terkadang juga ada beberapa menu yang tidak tersedia. Dan untuk pelayanan masih kurang baik terlihat dari pesanan yang terkadang cukup lama sampai ke konsumen. Kurangnya lahan untuk parkir juga menjadi kendala dari kualitas pelayanan ini karena lokasi Cafe terletak di pinggir jalan.

LANDASAN TEORI

Kepuasan Konsumen

Menurut Amir (2005) Kepuasan adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (perceived) sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen (Hartono & Wahyono, 2015). Kotler (2000) mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian.

Menurut Kotler dan Keller Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap ekspektasi mereka (Dewi & SE, 2012). Kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2015 : 25) adalah rasa nyaman konsumen ketika mendapatkan hasil produk yang dipilih berkualitas lebih baik daripada hasil produk yang tidak dipilih dengan kualitas buruk atau lebih buruk. Menurut Kotler dan Keller

(2009:138) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul karena membandingkan kinerja yang dihasilkan produk dengan ekspektasi mereka (Dianah & Welsa, 2017).

Kualitas Produk

Menurut Kotler and Armstrong dalam Putro et al (2014), menyatakan kualitas produk sebagai "The ability of a product to perform its functions. Its includes the product's overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes". (Kualitas produk berhubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, dan atribut bernilai lainnya).

Persoalan kualitas dalam dunia bisnis kini sepertinya sudah menjadi harga yang harus dibayar oleh perusahaan agar ia tetap survive dalam bisnisnya. Masih banyak orang yang menganggap produk adalah suatu penawaran nyata, tetapi produk bisa lebih dari itu. Secara luas, produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide (Kotler, 2002:23).

Kualitas produk adalah driver kepuasan konsumen yang multidimensi. Bagi konsumen, kualitas mempunyai beberapa dimensi. Paling tidak, terdapat beberapa dimensi dari kualitas produk yang perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan yang ingin mengejar kepuasan konsumen terhadap kualitas konsumen. Kualitas dapat diartikan kemampuan dari produk untuk menjalankan fungsinya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya (Kodu, 2013).

Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2009:59) menyatakan, service quality merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen (Weenas, 2013).

Sedangkan Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1995:56) mendefinisikan kualitas layanan (Service Quality) sebagai persepsi konsumen atas jasa yang mereka terima.. Jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas.

Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang kompleks. Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang kompleks, menurut James A. Fitzsimmons dan Mona J. Fitzsimmons (dalam Anggraini & Stevany, 2021)

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Model dari penelitian ini adalah model penelitian analisis regresi berganda. Analisis regresi linier berganda adalah alat untuk meramalkan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat. Pada penelitian ini, analisis regresi linier berganda bermaksud untuk menganalisis dan mengetahui ada tidaknya pengaruh yang terjadi diantara variabel- variabel penelitian (Siti Nurhasanah, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji pada Kualitas Produk terdapat pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan

Konsumen. Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Produk sangat mempengaruhi tingkat Kepuasan Konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Kisang Ryu dan Hesup Han (2010) Hasil dari penelitian diatas menunjukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Ini menunjukkan semakin baik Kualitas Produk maka tingkat Kepuasan Konsumen semakin tinggi pula.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Konsumen

Hasil uji pada Kualitas Pelayanan menunjukkan terdapat pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Berarti Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Ini dapat dilihat dari hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan uji T.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Asep Sulaeman (2018). Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu dapat diprediksikan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji pada Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terdapat pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini bisa dilihat dari hasil uji F yang menunjukkan bahwa secara simultan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hendrianto *et al.*, (2018) yang menemukan hasil bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti sesuai penelitian yang telah dilakukan bahwa semakin baik Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan maka semakin tinggi pula tingkat Kepuasan Konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Waroenk New Normal. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji T yang menunjukkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Waroenk New Normal. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji T yang menunjukkan bahwa H_2 diterima dan H_0 ditolak.
3. Secara bersamaan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Waroenk New Normal. Yang dibuktikan dengan hasil uji F yang berarti H_3 diterima dan H_0 ditolak.

Saran

1. Dari hasil tanggapan responden nilai rata-rata terendah variabel, variabel kualitas produk paling rendah. Disarankan pada pihak Waroenk New Normal lebih memperhatikan kualitas produk yang dijual agar tingkat kepuasan konsumen lebih meningkat dan konsumen lebih antusias lagi untuk datang ke Waroenk New Normal.
2. Dari hasil penelitian, secara keseluruhan Waroenk New Normal sudah baik dalam memenuhi tingkat kepuasan konsumen dari kualitas produk dan kualitas pelayanan. Tapi, disarankan Waroenk New Normal lebih meningkatkan itu semua baik kualitas produk maupun kualitas pelayanan demi menjaga eksistensi Waroenk New Normal di Kota Bengkulu

DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, A. R. R., Wadud, M., & DP, M. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor NMAX pada PT Yamaha A. Rivai Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(01), 23–37.
- Anggraini, F. D., & Stevany, M. D. (2021). PENGARUH KETERSEDIAAN PERALATAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN GUNA MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN TAMU DI RESTORAN PROMENADE CAFE HOTEL NEW SAPHIR YOGYAKARTA. *Mabha Jurnal*, 2(2), 1–12.
- Aryanto, U. R., Titisari, K. H., & Nurlaela, S. (2018). *Pengaruh Likuiditas, Leverage, Profitabilitas, dan Aktivitas terhadap Pertumbuhan Laba (Studi Empiris: Perusahaan Food and Beverages yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015)*.
- Dewi, N. K., & SE, G. A. (2012). Pengaruh iklan, citra merek, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen dalam menggunakan vaseline hand and body lotion di kota Padang (studi kasus di PT. Unilever cabang padang). *Sumber*, 6(1), 26.
- Dianah, N., & Welsa, —————H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 16–26.
- Effendy, A. A., & Fitria, J. R. (2019a). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pt. Modernland Realty, Tbk). *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 2(2).
- Effendy, A. A., & Fitria, J. R. (2019b). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pt. Modernland Realty, Tbk). *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 2(2).
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17–32.
- Fauziah, D. N., & Wulandari, D. A. N. (2018). Pengukuran kualitas layanan bukalapak. com terhadap kepuasan konsumen dengan metode webqual 4.0. *JITK (Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer)*, 3(2), 173–180.
- Ghozali, I. (2009). Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS, Edisi Keempat. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, 2005. "Metode Penelitian " , Jakarta : Penerbit Guna Dharma.
- Hartono, A., & Wahyono, W. (2015). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening. *Management Analysis Journal*, 4(2).
- Hayani, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Kaizar Lahat. *GEMA: Jurnal Gentiaras Manajemen Dan Akuntansi*, 13(2), 85–94.
- Herawati, H., & Mulyani, D. (2016). Pengaruh kualitas bahan baku dan proses produksi terhadap kualitas produk pada UD. Tahu Rosydi Puspan Maron Probolinggo. *UNEJ E-Proceeding*, 463–482.
- Hendrianto, dkk. (2018) Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mobile Broadband di Kota Palembang Jurnal Keuangan dan Bisnis, Maret 2018 43
- Imron, I. (2019). Analisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28.
- Janti, S. (2014). Analisis validitas dan reliabilitas dengan skala likert terhadap pengembangan si/ti dalam penentuan pengambilan keputusan penerapan strategic planning pada industri garmen. *PROSIDING SNAST*, 155–160.
- Kisang ryu, Hesup han (2010) "Influence of the Quality of Food, Service, and Physical Environment on Customer Satisfaction and Behavioral Intention in Quick-Casual Restaurants" JOURNAL OF HOSPITALITY & TOURISM RESEARCH, Volume.34, No.3 August 2010.

- Kuncoro, M. (2009). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga
- Kodu, S. (2013). Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil Toyota avanza. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3).
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Noach Cafe And Bistro. *Agora*, 7(2).
- Pratama, E. H., Santoso, A., & Girahani, E. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Pada Warung Internet I-Cafe Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Di Kota Blitar. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2), 179–188.
- Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1–9.
- Riduwan. (2015). *Dasar-Dasar Statistika*, Bandung: Alfabeta.
- Sembiring, I. J., & Suharyono, A. K. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Membentuk Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen McDonalds MT. Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(1).
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Susanti, N., Halin, H., & Kurniawan, M. (2018). PENGARUH BAURAN PEMASARAN (4P) TERHADAP KEPUTUSANPEMBELIAN PERUMAHAN PT. BERLIAN BERSAUDARA PROPERTINDO (Studi Kasus Perumahan Taman Arizona 1 Taman Arizona 2 dan Taman Arizona 3 di Talang Jambi Palembang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 8(1), 43–49.
- Sulaeman, Asep (2018). Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Cakrawala citramega. *Jurnal KREATIF : Pemasaran, Sumberdaya Manusia dan Keuangan*, Vol. 6, No. 1, Januari 2018.
- Sugiyono. (2005). *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung : CV. Alfabeta. [25] Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Weenas, J. R. S. (2013). Kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4).