



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 4 Tahun 2024 Page 8801-8811

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Kualitas Produk, Cita Rasa dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Darrell Bolu Nanas Prabumulih

Arta Andhari^{1✉}, Adie kurbani², Suhada³

Universitas PGRI Palembang

Email: adie78kurbani@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis pengaruh Kualitas Produk, Cita Rasa dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Darrell Bolu Nanas Prabumulih. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin dengan jumlah sampel sebanyak 87 responden. Teknik analisis data menggunakan uji instrumen yaitu validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda yaitu analisis koefisien korelasi dan analisis koefisien determinasi serta uji hipotesis yaitu uji t dan uji f. Hasil uji menyimpulkan secara parsial variabel Kualitas Produk (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Toko Darrell Bolu Nanas Prabumulih dengan nilai signifikan $0,457 > 0,05$, variabel Cita Rasa (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Toko Darrell Bolu Nanas Prabumulih dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, variabel Harga (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Toko Darrell Bolu Nanas Prabumulih dengan nilai signifikan $0,006 < 0,05$, dan hasil uji F secara simultan diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan secara simultan Kualitas Produk (X_1), Cita Rasa (X_2) dan Harga (X_3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Toko Darrell Bolu Nanas Prabumulih.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Cita Rasa, Harga, Kepuasan Konsumen*

Abstract

This research aims to test the hypothesis of the influence of Product Quality, Taste and Price on Consumer Satisfaction at the Darrell Bolu Nanas Prabumulih Store. The sampling technique used the Slovin formula with a sample size of 87 respondents. Data analysis techniques use instrument tests, namely validity and reliability, classical assumption tests, namely normality tests, multicollinearity tests and heteroscedasticity tests, multiple linear regression analysis, namely correlation coefficient analysis and coefficient of determination analysis and hypothesis tests, namely t tests and f tests. The test results partially concluded that the Product Quality variable (X1) did not significant effect on Consumer Satisfaction (Y) at the Darrell Bolu Nanas Prabumulih Store with a significant value of $0.457 > 0.05$, the Taste variable (X2) had a significant effect on Consumer Satisfaction (Y) at the Darrell Bolu Nanas Prabumulih Shop with a significant value of $0.000 < 0.05$, the Price variable (X2) has a significant effect on Consumer Satisfaction (Y) at the Darrell Bolu Pineapple Prabumulih Shop with a significant value of $0.006 < 0.05$, and the results of the F test Simultaneously, a significant value of $0.000 < 0.05$ was obtained. It can be concluded that there is a significant influence simultaneously on Product Quality (X1), Taste (X2) and Price (X3) on Consumer Satisfaction (Y) at the Darrell Bolu Nanas Prabumulih Store.

Keywords: *Product Quality, Taste, Price, Consumer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Cita rasa merupakan suatu ciri yang tersusun atas bentuk, rasa, aroma, tekstur, dan suhu yang dapat membentuk koordinasi panca indera manusia. Lalu dengan adanya cita rasa tersebut apabila barang yang diberikan sesuai dengan keinginan maka dapat menghasilkan nilai yang memuaskan konsumen. (Mutiara et al., 2020)

Toko Darrell Bolu Nanas Prabumulih dikenal karena cita rasa nya yang enak, lembut dan menjual banyak jenis makanan ringan seperti misalnya kue dan roti yang didalamnya terdapat banyak pilihan rasa sehingga konsumen dapat memilih rasa roti yang sesuai dengan keinginannya karena apabila kue dan roti dengan pilihan rasa yang sedikit tentu konsumen akan kecewa dengan sedikitnya pilihan rasa yang tersedia. Toko Darrell Bolu Nanas Prabumulih juga memiliki keunikan yaitu selai nanas yang digunakan untuk bolu lapis nanas merupakan selai yang mereka produksi sendiri itulah yang menjadi rasa khas yang menjadi pembeda dengan toko lain yang menjual produk serupa.

Harga juga merupakan faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen, dan harga merupakan faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan yang bangkrut karena mematok harga yang terlalu tinggi untuk bisnisnya. Harga harus sesuai dengan kemampuan finansial konsumen. Sementara itu, bagi konsumen harga juga menjadi faktor

yang dipertimbangkan dalam mengambil keputusan pembelian. Karena harga suatu produk akan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk tersebut. (Asti & Ayuningtyas, 2020) .

Kepuasan konsumen artinya apabila kinerja atau hasil yang diharapkan konsumen sesuai, maka konsumen akan merasa puas dan bahagia. Dengan kata lain, hasil yang memuaskan dan menyenangkan membuat konsumen menjadi pembeli yang berlangganan karena membuat konsumen melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut. Sebaliknya, jika kinerja perusahaan tidak memenuhi harapan konsumen terhadap perusahaan terlalu rendah untuk dipenuhi maka akan menyebabkan konsumen tidak puas dan akhirnya kecewa. (Maimunah et al., 2019)

Dalam industri makanan dan minuman, kualitas produk dan cita rasa memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, penelitian mengenai hubungan antara kualitas produk, cita rasa, dan kepuasan konsumen menjadi sangat relevan untuk dieksplorasi lebih dalam.

Meskipun pentingnya kepuasan konsumen diakui secara luas, masih banyak perusahaan yang menghadapi tantangan dalam mencapai dan mempertahankan tingkat kepuasan yang tinggi. Beberapa permasalahan umum yang dihadapi termasuk ketidakcocokan antara harapan konsumen dan kualitas yang diberikan, pelayanan pelanggan yang tidak memuaskan, serta kesenjangan dalam persepsi antara manajemen perusahaan dan konsumen terkait dengan layanan atau produk. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk, Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Darrell Bolu Nanas Prabumulih".

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dan teknik yang digunakan adalah teknik *accidental sampling*, yaitu orang-orang yang bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel apabila dianggap memenuhi kriteria yang ditentukan

Populasi dan Sampel

Berdasarkan pendapat diatas maka populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan tetap toko Darrell Bolu Nanas Prabumulih. Kriteria untuk memilih sampel dalam penelitian ini adalah responden konsumen yang sudah pernah membeli produk toko Darrell Bolu Nanas Prabumulih.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik dalam pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu kuisisioner dan dokumentasi.

a. Kuisisioner (Angket)

Kuisisioner atau angket ialah teknik pengumpulan data dimana responden diberi pertanyaan lisan atau tertulis oleh peneliti.

b. Dokumentasi

Dokumentasi ialah teknik pengumpulan, pemilihan pemrosesan, dan penyimpanan informasi didalam bidang pengetahuan. Selain itu juga, dokumen diartikan sebagai penyediaan atau pengumpulan bukti dan informasi (seperti gambar, kutipan, potongan koran dan bahan referensi lainnya).

Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah kedua kelompok data, populasi berdistribusi normal atau tidak. Menurut (Ghozali, 2018: 107) Alpha merupakan nilai toleransi maksimum yang ditetapkan oleh para ahli pada saat melakukan survei. Penelitian ini menetapkan nilai alpha sebesar 5% atau 0,05 dengan aturan keputusannya adalah jika signifikansinya lebih besar dari = 0,05 maka data dianggap berdistribusi normal.

b. Uji Multikolonieritas

Menurut (Ghozali, 2018: 107) Uji multikolinearitas dapat digunakan untuk menguji apakah terdapat keterkaitan antar variabel bebas dalam suatu model regresi. Model regresi yang dianggap berhasil adalah model yang tidak menunjukkan hubungan antar variabel bebas. Pengujian multikolonieritas menggunakan metode toleransi dan VIF.

c. Uji Heteroskadasitas

Menurut (Ghozali, 2018: 108) mengemukakan bahwa uji heteroskedastisitas dirancang untuk menguji apakah terdapat perbedaan variabel antar resi penjualan pada setiap pengamatan dalam model regresi. Pengujian heteroskedastisitas menggunakan teknik uji glejser yaitu meregresikan variable independen dengan nilai absolute residualnya.

2. Regresi Linier Berganda

a. Analisis Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi (R) merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui erat atau tidaknya hubungan suatu variabel dengan variabel lain (Priyatno, 2018:87). Dalam analisis korelasi akan diperoleh suatu nilai apakah korelasi tersebut positif atau negatif dan apakah ada hubungan signifikan atau tidak.

b. Analisis Koefisien Determinasi

Rumus yang digunakan untuk menghitung koefisien determinasi adalah sebagai berikut.

$$R = (r)^2 \times 100\%$$

Keterangan :

R : koefisien determinasi

r^2 : kuadrat koefisien korelasi Menurut (Priyatno, 2018 : 59)

Fungsi koefisien korelasi R adalah untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang signifikan antara suatu variabel dengan variabel lain yang ada dalam hubungan tersebut. Pada analisis korelasi akan diperoleh nilai koefisien korelasi yang mengindikasikan seberapa erat hubungan antara suatu variabel lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

a. Uji t (Parsial)

Uji t bertujuan untuk menguji variabel bebas secara parsial/individual terhadap variabel terkait, dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Uji t (Parsial)

		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	-5.081	1.590		-3.194	0.002
1	Kualitas_Produk	0.094	0.039	0.146	2.390	0.019
	Cita_Rasa	0.350	0.066	0.375	5.308	0.000
	Harga	0.480	0.078	0.483	6.168	0.000

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 25.0, 2024

Dari tabel di atas mengenai uji t (parsial) setiap variabel independen terhadap variabel dependen, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Pengujian hipotesis pertama variabel kualitas produk (X_1) memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yakni 0,019 atau $0,019 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).
- 2) Pengujian hipotesis kedua variabel cita rasa (X_2) memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yakni 0,000 diperoleh $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa cita rasa (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).
- 3) Pengujian hipotesis ketiga variabel harga (X_3) memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yakni 0,000 diperoleh $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa harga (X_3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

b. Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk menguji variabel bebas secara Simultan/bersama-sama terhadap variabel terkait, dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Uji F (Simultan)

		ANOVA ^a				
		Sum of	df	Mean	F	Sig.
		Squares		Square		
1	Regression	210.841	3	70.280	73.462	.000 ^b
	Residual	32.528	34	.957		
	Total	243.368	37			

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 25.0, 2024

Dari hasil pengujian hipotesis (uji F) secara bersama sama (simultan) menunjukkan bahwa nilai dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X_1), cita rasa (X_2) dan harga (X_3) secara bersama-sama/simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y).

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Darrell Bolu Nanas Prabumulih

Nilai koefisien variabel kualitas produk sebesar 0,094 (positif), menunjukkan variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen toko darrel bolu nanas parbumulih. Artinya apabila kualitas produk meningkat maka kepuasan konsumen akan ikut meningkat, dan sebaliknya apabila kualitas produk menurun maka kepuasan konsumen akan ikut menurun dengan asumsi cita rasa dan harga tetap.

Pengujian hipotesis pertama variabel kualitas produk (X_1) memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari dari 0,05 yakni 0,019 atau $0,019 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Nur Azizah (2023) dengan judul Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen kripik singkong qtela di kota cirebon provinsi jawa barat. Hasil penelitian menyatakan bahwa secara parsial variabel kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen.

Pengaruh Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Darrell Bolu Nanas Prabumulih

Nilai koefisien variabel cita rasa sebesar 0,350 (positif), menunjukkan variabel cita rasa berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen toko darrel bolu nanas parbumulih. Artinya apabila cita rasa meningkat maka kepuasan konsumen akan ikut meningkat, dan sebaliknya apabila cita rasa menurun maka kepuasan konsumen akan ikut menurun dengan asumsi kualitas produk dan harga tetap.

Pengujian hipotesis kedua variabel cita rasa (X_2) memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yakni 0,000 diperoleh $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa cita rasa (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Budi Utami (2019) dengan judul Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Cita Rasa dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Breatalk Pada Mall Metropolitan Bekasi. Hasil penelitian menyatakan bahwa secara parsial cita rasa mempengaruhi kepuasan konsumen.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Darrell Bolu Nanas Prabumulih

Nilai koefisien variabel harga sebesar 0,480 (positif), menunjukkan variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen toko darrell bolu nanas parbumulih. Artinya apabila harga meningkat maka kepuasan konsumen akan ikut meningkat, dan sebaliknya apabila harga menurun maka kepuasan konsumen akan ikut menurun dengan asumsi kualitas produk dan cita rasa tetap.

Pengujian hipotesis ketiga variabel harga (X_3) memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yakni 0,000 diperoleh $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa harga (X_3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Budi Utami (2019) dengan judul Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Cita Rasa dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Breadtalk Pada Mall Metropolitan Bekasi. Hasil penelitian menyatakan bahwa secara parsial harga mempengaruhi kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk, Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Darrell Bolu Nanas Prabumulih

Nilai konstanta kepuasan konsumen sebesar -5,081 bernilai negatif artinya variabel kualitas produk, cita rasa dan harga tidak ada atau sama dengan 0, maka nilai kepuasan konsumen akan meningkat.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (uji F) secara bersama sama (simultan) menunjukkan bahwa nilai dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X_1), cita rasa (X_2) dan harga (X_3) secara bersama-sama/simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Budi Utami (2019) dengan judul Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Cita Rasa dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Breadtalk Pada Mall Metropolitan Bekasi. Hasil penelitian menyatakan bahwa secara simultan variabel kualitas produk, cita rasa dan harga mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan nilai *Adjusted R Square* (Koefisien determinasi) sebesar $0,837 = 83,7\%$ artinya kualitas produk (X_1), cita rasa (X_2) dan harga (X_3) mampu berkontribusi terhadap naik turunnya terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 83,7% sedangkan sisanya sebesar 16,3% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti kualitas pelayanan, promosi, *personal selling* dan citra merek.

SIMPULAN

Pengujian hipotesis variabel kualitas produk (X_1) memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yakni 0,019 atau $0,019 < 0,05$. Artinya variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Darrell Bolu Nanas Prabumulih. Pengujian hipotesis variabel cita rasa (X_2) memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yakni 0,000 atau $0,000 < 0,05$. Artinya variabel Cita Rasa berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Darrell Bolu Nanas Prabumulih. Pengujian hipotesis variabel harga (X_3) memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yakni 0,006 atau $0,006 < 0,05$. Artinya variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Darrell Bolu Nanas Prabumulih. Pengujian hipotesis menunjukkan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ variabel kualitas produk (X_1), cita rasa (X_2) dan harga (X_3) secara bersama-sama/simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) Pada Toko Darrell Bolu Nanas Prabumulih.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2018). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Edisi ke-13. Bandung: Alfabeta.
- Aini, N. (2023). Strategi Pemasaran pada Warung Makan Persipro Probolinggo dengan Menggunakan Analisis Bauran Pemasaran dan Analisis SWOT. *Journal Febubhara*, 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.46821/benchmark.v4i1.373>
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Dina Nur Azizah, Warosatul Ammbiya, W. (2023). Seminar Nasional Peran Petani Milenial dalam Pembangunan Pertanian Menuju Kedaulatan Pangan Berkelanjutan ISSN: 2985-6817. *Seminar Nasional Peran Petani Milenial Dalam Pembangunan Pertanian Menuju Kedaulatan Pangan Berkelanjutan*, 130–137.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan program IBM SPSS 25*. Diponegoro:
- Gitosudarmo, Indruyo. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua, Cetakan Keenam. Badan penerbit universitas diponegoro.
- Irawan, (2018), *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.
- Indrayani, Putri, & Syarifah, Tengku. (2020). Pengaruh Harga, Cita Rasa, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Kue Pia Fatimah Azzahra di

- Kecamatan Tanjung Tiram. *Jurnal Manajemen, Ekonomi Sains*, 2(1), 57-66.
- Justitie, D., Suddin, A., Widajanti, E., Program,), Manajemen, S. M., Slamet, U., & Surakarta, R. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Cita Rasa, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Waffelio Franchise Di Surakarta. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*.
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., PT, E. G., Analisis, H., Pelayanan, A. K., Fasilitas, L., & Putra, net B. (2018). Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di i cafe lina putra net bandungan. *Journal of Management*, 4(4).
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2019). Manajemen Pemasaran Edisi ke Tigabelas Jilid 1. Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip and Lane Keller. 2017. *Marketing Manajement, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc*
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016: *Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.*
- Kotler, Amstrong. 2016. *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition. England. Pearson Education Limited.*
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Maharani, S., Kholid, M. N., Pradana, L. N., & Nusantara, T. (2019). Problem Solving in the Context of Computational Thinking. *Infinity Journal*, 8(2), 109. <https://doi.org/10.22460/infinity.v8i2.p109-116>
- Maimunah, S., S1, P., Fakultas, M., & Dan Bisnis, E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 2622–6367.
- Meryawan, I. W., Agung, I. D., Eka, A., Ayu, I., Lissa, K., Ekonomi, F., & Ngurah, U. (2023). Kacang Merah Wira Bajing Klungkung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 9(1), 45–56.
- Mochammad Islam Shah, Ogya Aryasatya, Maulana Muhammad Daffa, D. U. (2023). MUFAKAT: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, Vol 1.
- Muid, A., & Souisa, J. (2023). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepatu Aerostreet. *Ekono Insentif*, 17(2), 107–122. <https://doi.org/10.36787/jei.v17i2.1175>
- Mutiara, S., Hamid, R. S., & Suardi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga

- dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 411–427. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.300>
- Pradana, L., Sholikhah, O., Maharani, S., & Kholid, M. (2020). Virtual Mathematics Kits (VMK): Connecting Digital Media to Mathematical Literacy. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (IJET)*, 15(3), 234–241.
- Priyatno, D. (2018). *SPSS panduan mudah olah data bagi mahasiswa dan umum*. Yogyakarta: ANDI (Anggota IkAPI).
- Sari, N., & Khalid, J. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Cillo Coffee. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(6), 2022. <https://doi.org/10.46306/vls.v3i2.218>
- Siahaan, E. Y. S., Muhammad, I., Dasari, D., & Maharani, S. (2023). Research on Critical Thinking of Pre-service Mathematics Education Teachers in Indonesia (2015-2023): A Bibliometric Review. *Jurnal Math Educator Nusantara: Wahana Publikasi Karya Tulis Ilmiah Di Bidang Pendidikan Matematika*, 9(1), Article 1. <https://doi.org/10.29407/jmen.v9i1.19734>
- Sumadi, S., Tho'in, M., Efendi, T. F., & Permatasari, D. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Naughti Hijab Store). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1117–1127. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2562>
- Sugiyono(2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung. Penerbit Alfabeta.
- Sutrisno, Edy. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan ke-11. Jakarta: Prananda Media Group
- Tjiptono, Fandy. 2019. "*Pemasaran Jasa Edisi Terbaru*." Yogyakarta: Penerbit Andi.