



LAPORAN PENELITIAN

JUDUL:

**FAKTOR EMOSIONAL, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
KEDAI PAGII SORE DI NGANJUK**

Oleh:

Octarina Tribuanawati	(2112010247)
Dian Kusumaningtyas, S.E, M.M.	(0703108302)
Rony Kurniawan, S.E, M.M.	(0730076804)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
JUNI 2025**

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : FAKTOR EMOSIONAL, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KEDAI PAGII SORE DI NGANJUK
2. Ketua
 - a. Nama Lengkap : Octarina Tribuanawati
 - b. NPM : 2112010247
 - c. Fak/Prodi : FEB/Manajemen
 - d. Alamat Rumah : Kauman, JL. Wakhid Hasyim No.29 Nganjuk
 - e. Telp./HP : 083823160068
 - f. Email : octarinatribuanawati@gmail.com
3. Jangka Waktu Penelitian : 2 bulan
4. Pembiayaan :
 - a. Diajukan ke YPLP-PT PGRI Kediri : -
 - b. Dari sumber lain : Rp 10.000.000
 - Jumlah Seluruhnya : Rp 10.000.000

Mengetahui,
Kaprodi Manajemen

Kediri, 16 Juli 2025
Ketua,

Restin Meilina, M.M.
NIDN. 0721058605

Octarina Tribuanawati
NPM. 2112010247

Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Amin Tohari, M.Si.
NIDN. 0715078102

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan penelitian ini dengan baik.

Laporan penelitian ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Dengan tersusunnya laporan ini, maka penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu dalam memberikan baik kontribusi maupun dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan laporan penelitian ini. Maka dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan YME atas segala berkat dan anugerah-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan penelitian ini.
2. Almarhumah Ibunda Tercinta, Hery Wahyu Hidayati yang selalu penulis rindukan dan cintai, semoga Ibu melihat putri kecil Ibu dari tempat terbaik di sisi-Nya. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai wujud bakti dan cinta kasih kepada Ibu. Andai waktu mengizinkan, penulis ingin memeluk dan menyampaikan rasa rindu, terima kasih, serta permohonan maaf. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya kepada Ibu.
3. Kepada ayahanda Yoso Padmo saya ucapkan terimakasih banyak telah memberikan motivasi serta doa hingga penulis dapat menyelesaikan laporan berikut. Saya sangat berterimakasih kepada orang tua saya karena telah berjuang untuk kehidupan penulis, walaupun mereka tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku kuliah dan mereka mampu mendidik penulis hingga menyelesaikan studinya sampai sarjana meskipun saling berjauhan.
4. Dr. Zainal Afandi, M.Pd. selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.

5. Dr. Amin Tohari, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah memberikan kesempatan penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Ibu Restin Melina, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan dukungan secara moril dan membantu dalam penyusunan tugas akhir ini.
7. Ibu Dian Kusumaningtyas, M.M. selaku dosen pembimbing 1 atas bimbingan dan ilmu yang di berikan.
8. Bapak Rony Kurniawan, M.M. selaku dosen pembimbing 2 atas bimbingan dan ilmu yang diberikan.
9. Kepada kakak kandung saya Maya Kartika Sari saya ucapkan terikash banyak karena ikut serta mendidik dan membantu dalam menyelesaikan hingga sarjana.
10. Untuk rekan-rekan saya Selfia Dwi aplika, Dicka Dea, Hanisa Rusli, Tri Astuti, dan Dilla Regita terimakash telah menjadi teman yang sangat baik, selalu mengingatkan dan membantu. Berkat mereka juga saya dapat menyelesaikan Laporan ini dengan tepat waktu.
11. Kepada seseorang yang pernah bersama penulis dan tidak bisa penulis sebut namanya. Terimakasih untuk patah hati yang diberikan saat proses penyusunan skripsi ini. Ternyata perginya anda dari kehidupan penulis berikan cukup motivasi untuk terus maju dan berproses menjadi pribadi yang mengerti apa itu pengalaman, pendewasaan, sabar dan menerima arti kehilangan sebagai bentuk proses penempaan menghadapi dinamika hidup. Terimakash telah menjadi bagian menyenangkan sekaligus menyakitkan dari pendewasaan ini. Pada akhirnya setiap orang ada masanya dan setiap masa ada orangnya.
12. Kepada diri saya sendiri Octarina Tribuanawati. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih tetap memili berusaha dan merayakan dirimu sendiri di titik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terima kash tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terima kasih karena

memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi, ini merupakan pencapaian yang patut di apresiasi untuk diri kita sendiri. Berbahagialah selalu dimanapun berada. Adapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.

Penulis menyadari bahwa laporan penelitian ini masih memiliki kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis selalu berupaya untuk belajar dan memperbaiki diri agar dapat menghasilkan karya yang lebih baik di masa depan. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan laporan ini, sehingga dapat menjadi referensi serta bahan kajian bagi penelitian selanjutnya. Akhir kata, penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat, terutama dalam bidang pendidikan, meskipun hanya merupakan bagian kecil dari ilmu yang luas.

Kediri, 26 Maret 2025

Octarina Tribuanawati
NPM 2112010247

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor emosional, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Pagii Sore, Nganjuk. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden aktif. Dari 54 item yang diuji, 48 dinyatakan valid, dan seluruh variabel menunjukkan nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60, menandakan reliabilitas yang baik.

Analisis regresi linear berganda mengungkap bahwa faktor emosional berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan koefisien regresi -0,324 ($p = 0,001$). Ini menunjukkan bahwa pengalaman emosional negatif, seperti suasana kedai yang tidak nyaman, dapat menurunkan kepuasan pelanggan.

Sebaliknya, kualitas produk menunjukkan pengaruh positif signifikan dengan koefisien 0,453 ($p < 0,000$), yang menandakan bahwa konsumen merasa puas terhadap rasa dan penyajian produk. Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif signifikan, dengan koefisien 0,254 ($p = 0,033$), menunjukkan bahwa pelayanan yang ramah dan cepat meningkatkan kepuasan.

Ketiga variabel independen secara simultan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai F 17,856 ($p < 0,000$). Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,358 menunjukkan bahwa 35,8% variasi kepuasan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti harga dan lokasi.

Temuan ini menegaskan pentingnya pengelolaan pengalaman pelanggan secara holistik. Oleh karena itu, Kedai Pagii Sore disarankan untuk meningkatkan atmosfer kedai, menjaga kualitas produk, dan meningkatkan keterampilan pelayanan staf agar dapat menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
RINGKASAN.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Tujuan Penelitian.....	3
BAB II KAJIAN TEORI	4
A. Kepuasan Pelanggan.....	4
1. Definisi Kepuasan Pelanggan	4
2. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	5
3. Indikator Kepuasan Pelanggan	6
B. Emosional.....	7
1. Definisi Faktor Emosional.....	7
2. Faktor yang Mempengaruhi Emosional.....	9
3. Indikator Faktor Emosional	9
C. Kualitas Produk	9
1. Definisi Kualitas Produk	9
2. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	10
3. Indikator Kualitas Produk	11
D. Kualitas Pelayanan	12
1. Definisi Kualitas Pelayanan	12
2. Karakteristik Kualitas Pelayanan.....	13
3. Indikator Kualitas Pelayanan.....	14
BAB III METODE PENELITIAN.....	16
A. Deskripsi Metode Penelitian	16
B. Rincian Proses Pengumpulan Data	16
C. Sasaran Penelitian.....	18
D. Instrumen Penelitian	19
E. Prosedur Analisis Data.....	20
1. Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	20
2. Uji Reliabilitas.....	22

BAB IV HASIL\$ PENELITIAN\$ DAN PEMBAHASAN\$	24
A. Hasil Penelitian.....	24
1. Uji Asumsi Klasik	24
2. Uji Analisis Deskriptif.....	28
3. Uji Crosstabulation.....	29
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	31
5. Uji Hipotesis.....	34
B. Pembahasan	36
1. Faktor Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Pagi Sore Di Nganjuk	36
2. Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Pagii Sore Di Nganjuk.....	37
3. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Pagii Sore Di Nganjuk	38
4. Faktor Emosional, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Pagii Sore Di Nganjuk.....	39
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	41
A. Kesimpulan.....	41
B. Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	48

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Butir Instrument Penelitian.....	21
Tabel 2 Hasil Uji Realibilitas Instrument Penelitian	23
Tabel 3 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	25
Tabel 4 Hasil Uji Multikolinieritas	26
Tabel 5 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	28
Tabel 6 Hasil Uji Analisis Deskriptif	29
Tabel 7 Hasil Uji Crosstab Berdasarkan Jenis Kelamin & Usia.....	29
Tabel 8 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	31
Tabel 9 Hasil Uji Persamaan Koefisien Regresi.....	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Pengunjung Kedai Pagii Sore 1 Tahun Terakhir.....	3
---	---

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Ijin Penelitian	49
Lampiran 2: Instrumen Penelitian.....	50
Lampiran 3: Tabulasi Angket	55
Lampiran 4: Dokumentasi.....	66
Lampiran 5: Artikel Yang Dipublikasikan	67

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini, persaingan di industri kafe semakin ketat karena banyak orang yang mulai membuka usaha di bidang yang sama. Untuk menarik perhatian pelanggan, para pengusaha dari berbagai lapisan masyarakat, baik kelas atas, menengah, maupun bawah, berlomba-lomba menciptakan berbagai inovasi yang menarik agar pelanggan tertarik datang ke kafe mereka. Agar bisnis kopi tetap berkembang, penting bagi para pengusaha untuk memahami dan merespons berbagai kebutuhan, keinginan, dan perilaku pelanggan melalui sistem yang mampu mengidentifikasi hal-hal tersebut.

Keberhasilan bisnis yang menyediakan barang dan jasa sangat dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan (Setiawan & Gantina, 2021). Kepuasan pelanggan secara langsung dipengaruhi oleh layanan yang diberikan, dan pelanggan menulis ulasan untuk produk. Oleh karena itu, untuk memastikan bahwa layanan yang mereka tawarkan memiliki kualitas terbaik dan menyenangkan pelanggan, pelaku bisnis perlu memiliki rencana yang unik dan memberikan layanan yang luar biasa. Di sektor korporat, tugas utama adalah memberikan kebahagiaan pelanggan. Oleh karena itu, untuk menjamin kebahagiaan klien, pelaku bisnis perlu fokus pada penyediaan layanan dan fasilitas yang berkualitas. Harga, persepsi kemudahan, persepsi manfaat, kualitas layanan, dan konteks layanan online merupakan beberapa elemen yang mempengaruhi kepuasan konsumen (Puspitasari & Widayanto, 2019). Temuan tersebut menunjukkan bahwa kepuasan konsumen secara signifikan dipengaruhi secara positif oleh utilitas yang dirasakan, kenyamanan yang dirasakan, dan kualitas layanan secara bersamaan. Kepuasan pelanggan dianggap paling signifikan dipengaruhi oleh utilitas yang dirasakan.

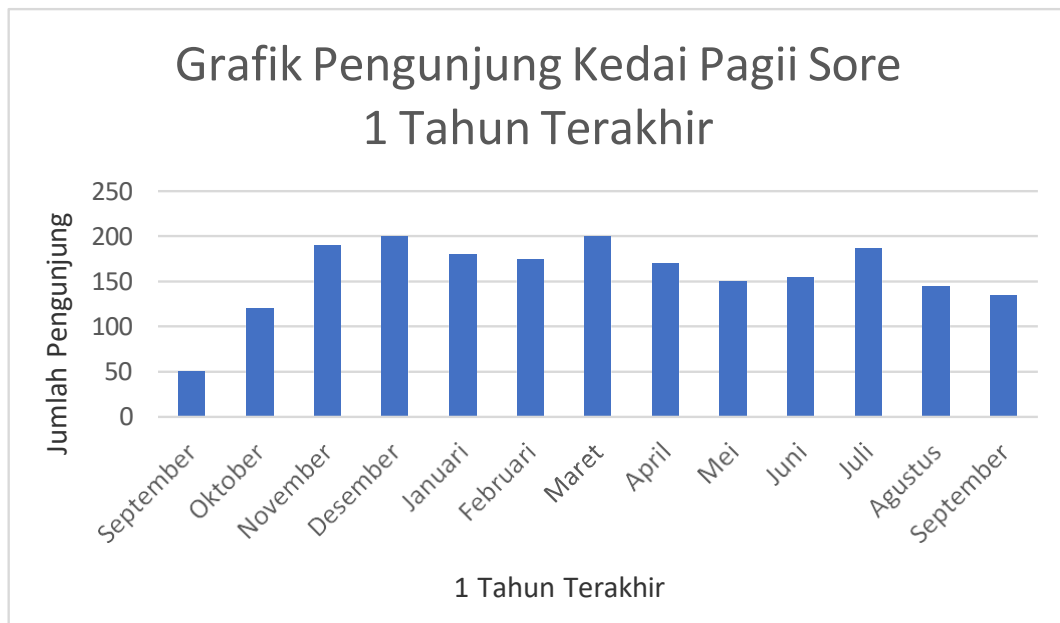
Emosional juga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Faktor emosional menggunakan emosi sebagai pendorong agar konsumen membeli suatu produk atau jasa (Asmindar, 2020). Saat pelanggan merasa senang, percaya diri,

nyaman dan bangga dengan apa yang dibeli, faktor emosional akan meningkat dan kepuasan pelanggan akan terbentuk (Astuti et al., 2021). Meskipun disebutkan bahwa faktor emosional berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, tidak ada analisis mendalam tentang bagaimana emosi spesifik (seperti rasa senang, bangga, dan nyaman) dapat diukur dan diintegrasikan ke dalam strategi pelayanan.

Salah satu kualitas yang dimiliki suatu produk dalam kaitannya dengan kapasitasnya untuk memuaskan semua kebutuhan pelanggannya adalah kualitas (Hikmah et al., 2023). Pelaku bisnis dapat memanfaatkan kualitas produk mereka sebagai senjata untuk mengungguli saingan mereka. Kualitas diperlukan untuk produk makanan serta komoditas dan jasa. Secara alami, pelanggan menuntut masakan berkualitas tinggi. Kemampuan suatu produk untuk memenuhi persyaratannya. Kualitas produk berfluktuasi. Selain kualitas makanan yang disajikan, pelanggan juga memperhatikan bagaimana cara karyawan kafe menyajikan masakan.

Kafe memahami pentingnya kualitas pelayanan dalam mempertahankan kepuasan pelanggan. Mereka memberikan pelatihan kepada para staf mereka Tujuannya untuk memberikan layanan dengan cara yang ramah, cepat, dan efektif. Para staf juga dilengkapi dengan pengetahuan tentang produk yang mereka tawarkan sehingga dapat memberikan informasi akurat kepada pelanggan.

Selain faktor emosional, kualitas produk, dan kualitas pelayanan, mungkin ada variabel lain (seperti harga, lokasi, atau pengalaman pelanggan sebelumnya) yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang belum dieksplorasi.



Gambar 1 Data Pengunjung Kedai Pagii Sore 1 Tahun Terakhir
Sumber : Pemilik Kedai Pagii Sore

B. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh faktor emosional (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Kedai Pagii Sore Nganjuk.
2. Menganalisis pengaruh kualitas produk (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y).
3. Mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y).
4. Menginvestigasi pengaruh simultan dari faktor emosional, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Pagii Sore.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, & Anggriani, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal (BIEJ)*, 2(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.35899/biej.v2i4.174>
- Aikasari, E. P., Soeprajitno, E. D., & Kurniawan, R. (2024). ANALISIS KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK SCARLETT MAHASISWA UNP. *SIMANIS: Simposium Manajemen Dan Bisnis III*, 3, 523–532. <https://doi.org/https://doi.org/10.29407/hdx3zw23>
- Andriana, A. N., & Bharata, W. (2021). Hubungan Emosi Negatif , Pemulihan Kepuasan , dan Kepercayaan pada Konsumen Shopee Indonesia. *Journal of Business Management Education*, 6(2), 33–40.
- Asmindar. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Faktor Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Hypermart Palembang Indah Mall. *STIE Multi Data Palembang*. https://scholar.google.com/scholar?cluster=12776481195751912557&hl=en&as_sdt=2005&sciodt=2007#d=gs_cit&t=1735556785291&u=%2Fscholar%3Fq%3Dinfo%3AbTRAcPQtT7EJ%3Ascholar.google.com%2F%26output%3Dcite%26scirp%3D0%26scfhh%3D1%26hl%3Den
- Astuti, D. Y., Handayani, E. S., Sunaini, Rahmawati, U., & Winarni. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Aplikasi Maxim Terhadap Kepuasan Pelanggan. *RAJ: Research In Accounting Journal*, 1(3), 412–419. <https://doi.org/https://doi.org/10.37385/raj.v1i3.310>
- Ati, D. C., Samari, & Kurniawan, R. (2024). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CAFE HOMELY KOFFEE KEDIRI. 3, 389–399. <https://doi.org/https://doi.org/10.29407/41mmgw10>
- Bachtiar, M. F., Wulandari, M., Sari, N. N., Nurfarichi, A. F., & Sari, N. R. (2023). Analisis Pengaruh Faktor Emosional, Kualitas Layanan, Serta Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Penjualan Express Di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung. *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 12(2), 121. <https://doi.org/10.31000/jmb.v12i2.7302>
- Baity, A. F. N., Indrawati, A., Purbaningrtum, E. J., & Rahadhini, M. D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pedagang Kaki Lima di Universitas Slamet Riyadi Surakarta. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEKOMBIS)*, 3(3), 88–106.

- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. GLOBAL RESEARCH AND CONSULTING INSTITUTE.
- Desafitri, L., Irfal, & Justin, B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kedai Kopi Uptown Brew, Greenlake City, Tangerang. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(3), 402–408.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (Q. Media (ed.)). CV Penerbit Qiara Media.
- Haris, F. M., Laksono, P. Y., & Kurniawan, R. (2021). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, TINGKAT HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT SYAREKAH JAYA GAS KEDIRI. *SENMEA: Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 6(1), 1566–1575. <https://doi.org/https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/676/937>
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Insania.
- Hasbullah, Susena, K. C., & Nasution, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Bengkulu Cabang Bintuhan. *Jurnal Fokus Manajemen*, 1(2), 64–70. <https://doi.org/10.37676/jfm.v1i2.1882>
- Hermanto. (2019). *FAKTOR PELAYANAN, KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN*. CV. Jakad Publishing Surabaya.
- Hikmah, R. N., Putra, S. S., & Digdowiseiso, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Inspirasi Coffe Jatinegara. *MSEJ: Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 9027–9034. <https://doi.org/https://doi.org/10.37385/msej.v4i6.3691>
- Ibrahim, M., & Thawi, S. M. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 92–97. <https://doi.org/10.4324/9780080914947-10>
- Indrasari, M. (2019a). *PEMASARAN & KEPUASAN PELANGGAN*. Unitomo Press.

- Indrasari, M. (2019b). PEMASARAN & KEPUASAN PELANGGAN. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). Unitomo Press.
- Inkiriwang, M. V., Ogi, I. W. J., & Woran, D. (2022). PENGARUH DIGITAL MARKETING, KUALITAS PRODUK DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PINKY KITTY SHOP TONDANO. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 587. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.42488>
- Khasanah, A., Hakimah, E. N., & Kurniawan, R. (2022). ANALISIS KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE MS GLOW. *SIMPOSIUM: Simposium Manajemen Dan Bisnis I, I*, 543–551. <https://doi.org/https://doi.org/10.29407/nbxr7p70>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2006). *PRINSIP-PRINSIP PEMASARAN* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). Principles of Marketing. In *Early Greek Mythography, Vol. 1: Texts*. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>
- Mayangsari, H., Ichsannudin, & Kurniawan, R. (2022). ANALISIS KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI SEBAGAI UPAYA MENSTIMULUS KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK MINYAK GORENG SOVIA DI ALFAMART GONDANG NGANJUK. *Seminar Nasional ...*, 578–583. <https://doi.org/https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/2048>
- Nasution, S. M. A., & Nasution, A. E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Faktor Emosional Biaya Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Jasa Gojek Di Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.30596/snk.v2i1.8247>
- Oktaviana, Y., Zulistiani, & Kurniawan, R. (2022). ANALISIS HARGA ,KUALITAS PRODUK,PROMOSI TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN MEMBELI MAMYPOKO PANTS DI KABUPATEN TULUNGAGUNG. *SENMEA: Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 7, 670–671. <https://doi.org/https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/2075>
- Oktaviansyah, R. R., & Suwitho. (2020). PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN SERVICE EXCELLENCE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JAVA PARAGON HOTEL AND RESIDENCE. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(11). <https://doi.org/https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2075>

w/3700/3715

- Pangaribua, R., Hasyim, M. A. N., Chaerudin, E. N., & Amin, K. P. (2020). Peran Sistem Pengendalian Manajemen Pada Prestasi Karyawan Berdasarkan Kinerja Karyawan. *E-JOURNAL EQUILIBRIUM MANAJEMEN*, 6(2), 1–19. <https://doi.org/https://jurnal.upb.ac.id/index.php/equalibrium/article/view/100/78>
- Puspitasari, S., & Widayanto. (2019). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUASAN PENGGUNA LAYANAN GO-RIDE (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS DIPONEGORO). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jiab.2019.23714>
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 290–299. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Ritonga, H. M., Pane, D. N., & Rahmah, C. A. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA HONDA IDK 2 MEDAN. *Jurnal Manajemen Tools*, 12(2), 30–44. <https://doi.org/https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2115683>
- Ronasih, M. Y., & Widhiastuti, H. (2021). KUALITAS PELAYANAN, FAKTOR EMOSIONAL DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN. *PHILANTHROPY: Journal of Psychology*, 5(1), 109. <https://doi.org/10.26623/philanthropy.v5i1.3303>
- Santoso, A., & Sari, D. K. (2021). Penularan Emosional (Emotional Contagion) Kajian Literatur dan Rekomendasi. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Islam*, 11(2), 278–298.
- Setiawan, C., & Gantina, D. (2021). Persepsi Pelanggan Terhadap Layanan Di Darling In The Cup Cafe. *JMD : Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 4(2), 161–166. <https://doi.org/10.26533/jmd.v4i2.888>
- Shidiqy, D., & Setiawan, R. (2022). DOMINASI BRAND MINDED DAN MULTI-BRAND LOYALTY DALAM PEMBELIAN PRODUK DENGAN LUXURY BRAND. *SOSEBI: Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 123–136. <https://doi.org/https://doi.org/10.21274/sosebi.v2i1.5352>
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*.

- Sujarweni, V. W. (2014). *SPSS untuk Penelitian* (1st ed.). Pustaka Baru Press.
- Tiara, A., Soeprajitno, E. D., & Kurniawan, R. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN. *SIMANIS: Simposium Manajemen Dan Bisnis III*, 3, 1229–1236. <https://doi.org/https://doi.org/10.29407/ba6p6z52>
- Tjiptono, Fandy, & Arief. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAPKEPUASAN PELANGGAN KARTU PERDANA XL PADA PT. XL AXIATA Tbk CABANG MUARO BUNGO. *Repository UNJA*. <https://repository.unja.ac.id/25825/>
- Wijaya, B., Yulita, H., & Delviani, S. (2021). Pengaruh Pengalaman Emosional, Electronic Word of Mouth, Reputasi, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen. *Management and Accounting Expose*, 3(2), 71–81. <https://doi.org/10.36441/mae.v3i2.208>
- Wiranata, A., & Suwitho. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kafe RS Kopi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(3), 1–18. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3013>
- Wiyase, I. G. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Convenience Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 10(1), 118–119.