

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN  
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO  
SERAGAM SEKOLAH MONALISA DI KOTA KEDIRI**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen (S.M.) Pada Prodi Manajemen  
FEB UN PGRI Kediri



OLEH:  
**WIDYA NUR AINI**  
2212010021

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS (FEB)  
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI  
2026**

## **HAIAMAN PERSETUJUAN**

Skripsi oleh:

**WIDYA NUR AINI**

**NPM: 2212010021**

Judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN  
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO  
SERAGAM SEKOLAH MONALISA DI KOTA KEDIRI**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada Panitia Ujian/Sidang Skripsi Prodi  
Manajemen FEB UN PGRI Kediri

Tanggal: 22 Juni 2026

Pembimbing I



**Dr. Diah Ayu Septi Fauji, S.E, M.M.**

**NIDN. 0711098703**

Pembimbing II



**Zulistiani S.Pd, M.M.**

**NIDN. 0711118603**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh:

WIDYA NUR AINI

NPM: 2212010021

Judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN  
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO  
SERAGAM SEKOLAH MONALISA DI KOTA KEDIRI**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Prodi Manajemen FEB UN PGRI Kediri

Pada tanggal: 14 Juli 2026

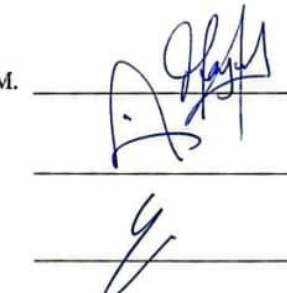
**Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan**

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. Diah Ayu Septi Fauji, S.E, M.M.

2. Penguji I : Dr. Subagyo, M.M

3. Penguji II : Zulistiani S.Pd, M.M.



Mengetahui,  
Dekan FEB  
  
Dr. Amin Tohari, M.SI  
NIDN.0715078102

...

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Widya Nur Aini

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat/tgl. lahir : Kediri, 07 Desember 2002

NPM : 2212010021

Fak/Jur./Prodi. : FEB/ S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 14 Juli 2026

Yang Menyatakan



**WIDYA NUR AINI**

NPM: 2212010021

## **MOTTO**

“Dan aku menyerahkan urusanku kepada Allah”

(Q.S Al Ghafir:44)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain).

Dan hanya kepada Allah lah engkau berharap”

(Q.S. Al-Insyirah: 6-8)

“Setiap orang mempunyai rute masing-masing, kamu tidak tertinggal oleh Siapapun, dan kamu tidak mendahului siapapun”

(Ginanti Rahmadian)

“Apapun yang sudah terjadi dalam hidupmu, jangan katakan “seandainya”, tapi katakan “Qadarullah” karna semua yang terjadi adalah takdir dan takdir Allah itu selalu baik, karna Allah itu maha baik”

(Ustadz Hanan Attaki)

## ABSTRAK

**WIDYA NUR AINI:** Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Seragam Sekolah Monalisa di Kota Kediri. Skripsi, Manajemen, FEB Universitas Nusantara PGRI Kediri 2026

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan

Persaingan bisnis ritel, khususnya pada usaha penjualan seragam sekolah, semakin meningkat sehingga pelaku usaha dituntut mampu memberikan nilai yang lebih baik kepada pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor penting yang menentukan keberlangsungan usaha karena pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian ulang dan memberikan rekomendasi kepada orang lain. Oleh karena itu, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga perlu diperhatikan sebagai faktor yang diduga memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan pada Toko Seragam Sekolah Monalisa di Kota Kediri.

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab beberapa permasalahan, yaitu apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, serta apakah kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Seragam Sekolah Monalisa di Kota Kediri.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausalitas. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 40 responden yang dipilih menggunakan teknik *accidental sampling*. Analisis data dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 27 melalui uji regresi linear berganda, uji parsial (Uji t), uji simultan (Uji F), dan koefisien determinasi untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sebaliknya, kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, secara simultan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa pelanggan Toko Seragam Sekolah Monalisa lebih mempertimbangkan kualitas produk dan kesesuaian harga dalam membentuk kepuasan dibandingkan aspek pelayanan. Kebaruan penelitian ini terletak pada objek penelitian yang berfokus pada usaha ritel seragam sekolah, yang masih relatif jarang dikaji dalam penelitian sebelumnya.

Berdasarkan hasil penelitian, Toko Seragam Sekolah Monalisa disarankan untuk mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas produk serta menetapkan harga yang kompetitif agar kepuasan pelanggan tetap terjaga. Meskipun kualitas pelayanan belum menunjukkan pengaruh yang signifikan, perbaikan pada aspek pelayanan tetap perlu dilakukan untuk meningkatkan pengalaman berbelanja pelanggan. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain, seperti promosi, lokasi, citra merek, atau kepercayaan pelanggan, serta menggunakan jumlah responden yang lebih besar agar hasil penelitian semakin komprehensif dan memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik.

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Penyusunan skripsi ini merupakan bagian dari rencana penelitian guna penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada Program Studi Manajemen di Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini saya ucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada

1. Bapak Dr. Zainal Afandi, M.Pd Selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Bapak Dr. Amin Tohari, M.Si Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Ibu Restin Meilina, M.M. Selaku Kaprodi Manajemen.
4. Ibu Dr. Diah Ayu Septi Fauji, S.E, M.M. selaku dosen pembimbing 1 yang telah membantu proses dari penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Zulistiani S.Pd, M.M. selaku dosen pembimbing 2 yang telah membantu proses dari penyusunan skripsi ini.
6. Toko Seragam Sekolah Monalisa di Kota Kediri karena memperbolehkan penulis untuk melakukan penelitian terhadap usahanya.
7. Ibu tercinta, bapak, adik, nenek, kakek dan serta keluarga besar yang telah memberi dukungan, do'a, dan motivasi.
8. Sahabat seperjuangan terbaik penulis yaitu Fidelira Ayu Vidyanata teman sejak masa mahasiswa baru hingga saat ini yang selalu memberikan semangat, perhatian yang lebih, dukungan tiada henti, motivasi dan membantu dalam setiap proses perkuliahan hingga penyelesaian skripsi sampai finish.
9. Saya diri sendiri yang telah kuat sampai detik ini, yang mampu mengendalikan diri dari tekanan luar. Yang tidak menyerah sesulit apapun rintangan kuliah ataupun proses penyusunan skripsi, yang mampu berdiri

tegak ketika dihantam dengan permasalahan yang ada. Semoga tetap rendah hati, ini baru awal dari pemulaan tetap hidup tetap semangat kamu pasti bisa.

10. Bapak dan Ibu dosen Universitas Nusantara PGRI Kediri khususnya Prodi Manajemen sudah banyak memberi ilmu yang bermanfaat.

Kediri, 14 Juli 2026



**WIDYA NUR AINI**

NPM: 2212010021

## DAFTAR ISI

|                                                                     |             |
|---------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HAIAMAN PERSETUJUAN .....</b>                                    | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>                                     | <b>iii</b>  |
| <b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....</b>                            | <b>iv</b>   |
| <b>MOTTO.....</b>                                                   | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRAK.....</b>                                                 | <b>vi</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                          | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                                             | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                           | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                           | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                                        | <b>xiii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                                      | <b>1</b>    |
| A. Latar Belakang .....                                             | 1           |
| B. Rumusan Masalah .....                                            | 6           |
| C. Tujuan Penelitian.....                                           | 7           |
| D. Manfaat Penelitian.....                                          | 8           |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>                                   | <b>9</b>    |
| A. Teori dan Penelitian Terdahulu Variabel Kepuasan Pelanggan.....  | 9           |
| B. Teori dan Penelitian Terdahulu Variabel Kualitas Pelayanan ..... | 12          |
| C. Teori dan Penelitian Terdahulu Variabel Kualitas Produk.....     | 16          |
| D. Teori dan Penelitian Terdahulu Variabel Harga .....              | 21          |
| E. Kerangka Berpikir .....                                          | 24          |
| F. Hipotesis Penelitian.....                                        | 28          |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                              | <b>30</b>   |
| A. Desain penelitian.....                                           | 30          |
| B. Definisi Operasional Variabel .....                              | 30          |
| C. Instrumen Penelitian.....                                        | 34          |
| D. Tempat dan Waktu Penelitian.....                                 | 39          |
| E. Populasi dan Sampel .....                                        | 41          |

|                                         |           |
|-----------------------------------------|-----------|
| F. Prosedur Penelitian.....             | 42        |
| G. Teknik Analisis Data.....            | 44        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b> | <b>47</b> |
| A. Hasil Penelitian .....               | 47        |
| B. Pembahasan .....                     | 62        |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>               | <b>67</b> |
| A. Simpulan.....                        | 67        |
| B. Implikasi .....                      | 68        |
| C. Saran.....                           | 68        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>             | <b>70</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                   | <b>76</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Variabel Kepuasan Pelanggan .....    | 10 |
| Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu Variabel Kepuasan Pelayanan.....     | 15 |
| Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu Variabel Kualitas Produk.....        | 19 |
| Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu Variabel Harga .....                 | 23 |
| Tabel 3. 1 Skala Likert .....                                        | 35 |
| Tabel 3. 2 Instrumen Penelitian .....                                | 35 |
| Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Instrumen .....                       | 37 |
| Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen .....                    | 39 |
| Tabel 3. 5 Waktu Penelitian.....                                     | 40 |
| Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                 | 47 |
| Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....                           | 48 |
| Tabel 4. 3 Persentase Jawaban Responden Kualitas Pelayanan (X1)..... | 49 |
| Tabel 4. 4 Persentase Jawaban Responden Kualitas Produk (X2) .....   | 50 |
| Tabel 4. 5 Persentase Jawaban Responden Harga (X3).....              | 51 |
| Tabel 4. 6 Persentase Jawaban Responden Kepuasan Pelanggan (Y) ..... | 52 |
| Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas .....                                | 53 |
| Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinieritas .....                         | 54 |
| Tabel 4. 9 Hasil Uji Autokorelasi .....                              | 56 |
| Tabel 4. 10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....                  | 57 |
| Tabel 4. 11 Hasil Output Uji t (Uji Hipotesis).....                  | 59 |
| Tabel 4. 12 Hasil Output Uji F (Simultan) .....                      | 60 |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....                    | 61 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Rating Ulasan Google .....         | 6  |
| Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....           | 27 |
| Gambar 3. 1 Tempat Penelitian .....            | 39 |
| Gambar 3. 2 Lokasi Penelitian .....            | 40 |
| Gambar 3. 3 Prosedur Penelitian .....          | 42 |
| Gambar 4. 1 Grafik Normal P-P Plot.....        | 54 |
| Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas..... | 55 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                    |    |
|----------------------------------------------------|----|
| Lampiran 1. Kuesioner.....                         | 76 |
| Lampiran 2. Barcode Kuesioner Penelitian.....      | 77 |
| Lampiran 3. Karakteristik Responden .....          | 77 |
| Lampiran 4. Pernyataan Kuesioner.....              | 78 |
| Lampiran 5. Tabulasi Karakteristik Responden.....  | 80 |
| Lampiran 6. Tabulasi Kuesioner.....                | 82 |
| Lampiran 7. Hasil Uji Validitas .....              | 87 |
| Lampiran 8. Hasil Uji Reliabilitas .....           | 91 |
| Lampiran 9. Hasil Deskripsi Variabel Y dan X ..... | 92 |
| Lampiran 10. Berita Acara .....                    | 95 |
| Lampiran 11. Surat Penelitian .....                | 96 |
| Lampiran 12. Surat Balasan .....                   | 97 |

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Dalam kondisi persaingan bisnis yang semakin kompetitif, khususnya pada sektor penjualan pakaian dan seragam sekolah, kepuasan pelanggan memiliki peranan penting dalam menunjang keberhasilan sebuah usaha (Hulu, 2026). Hal tersebut sejalan dengan perkembangan industri tekstil dan pakaian jadi di Indonesia yang menunjukkan tren pertumbuhan positif. Berdasarkan laporan Kementerian Perindustrian Republik Indonesia yang diberitakan oleh Kompas.com, pada tahun 2025 sektor industri tekstil dan pakaian jadi mengalami peningkatan investasi sebesar Rp304,43 miliar pada kuartal pertama serta mampu menyerap ribuan tenaga kerja, yang menunjukkan tingginya potensi dan daya saing industri ini di pasar domestik maupun global (Kompas.com, 2025). Selain itu, industri ini juga menjadi salah satu sektor prioritas nasional karena kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa industri pakaian memiliki potensi yang cukup besar, tetapi di sisi lain juga menimbulkan tingkat persaingan yang semakin ketat di antara para pelaku usaha (Binus, 2025).

Namun demikian, di tengah pertumbuhan tersebut, pelaku usaha tetap menghadapi tantangan berupa meningkatnya persaingan dan ekspektasi konsumen yang semakin tinggi (Angelita & Ali, 2024). Perusahaan tidak hanya fokus dengan penjualan produk, tetapi juga dituntut untuk mampu meningkatkan kepuasan yang tinggi guna menciptakan kenyamanan bagi pelanggan. Dengan demikian, pada praktiknya masih terdapat pelanggan yang masih merasa belum puas, yang disebabkan oleh kualitas pelayanan yang kurang optimal, kualitas produk yang belum sesuai dengan harapan, serta harga yang dinilai tidak sebanding dengan manfaat yang diperoleh (Rokhim *et al .*, 2025). Kondisi ini menunjukkan bahwa secara empiris kepuasan pelanggan masih menjadi permasalahan yang

umum dalam dunia bisnis, terutama karena kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga belum sepenuhnya mampu memenuhi ekspektasi konsumen.

Kepuasan pelanggan merupakan aspek krusial yang harus diperhatikan oleh setiap toko seragam dalam upaya menjaga keberlangsungan dan perkembangan usahanya (Hulu, 2026). Di tengah persaingan bisnis yang semakin meningkat, toko seragam tidak hanya dituntut dengan menarik pelanggan yang baru, tetapi juga mampu mempertahankan suatu pelanggan yang lama. Pelanggan merasa puas cenderung memiliki keinginan untuk melakukan pembelian ulang dan menunjukkan loyalitas yang lebih tinggi terhadap toko (Swandewi & Yulianthini, 2025). Selain itu, tingkat kepuasan pelanggan juga berkontribusi dalam menciptakan promosi tidak langsung melalui komunikasi dari mulut ke mulut, yang pada akhirnya dapat memperkuat citra serta meningkatkan daya saing toko seragam di pasar (Shilfia *et al.* , 2026). Oleh sebab itu, kepuasan pelanggan menjadi penting untuk dilakukan, guna mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhinya serta sebagai dasar dalam menyusun strategi bisnis yang lebih efektif serta sesuai dengan sasaran yang dipakai.

Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi dengan beberapa faktor utama, yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, serta pengalaman pelanggan selama proses pembelian (Nurramaadhanti & Yulia, 2021). Kualitas pelayanan yang baik dan profesional mampu meningkatkan persepsi nilai konsumen, sementara kualitas produk yang unggul memberikan manfaat fungsional sesuai harapan pelanggan (Unmehopa & Jemadi, 2023). Selain itu, harga yang sesuai dengan nilai yang dirasakan serta pengalaman belanja yang positif turut berperan dalam meningkatkan kepuasan. Secara keseluruhan, faktor-faktor tersebut akan mendorong pembelian ulang dan membentuk loyalitas pelanggan dalam jangka panjang (Tohir *et al.* , 2023).

Kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi konsumen terhadap kesesuaian antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja produk atau jasa yang dirasakan setelahnya (Efendy *et al.* , 2024). Apabila kinerja yang diterima sesuai atau melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas, sedangkan jika tidak sesuai maka akan merasa ketidakpuasan (Adefa *et al.* , 2025). Kepuasan pelanggan menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan perusahaan serta berperan dalam menciptakan hubungan jangka panjang dengan konsumen.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat kemampuan suatu perusahaan jasa dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Dalam praktiknya, perusahaan perlu menerapkan orientasi yang berfokus pada pelanggan dengan memahami serta memperhatikan keinginan dan kebutuhan yang disampaikan oleh pelanggan (Solihin & Kurniawan, 2024). Selain itu, penelitian terdahulu yang membahas tentang kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa aspek fisik pelayanan, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh nyata terhadap kepuasan pelanggan (Haris, 2025). Temuan tersebut menegaskan bahwa kualitas pelayanan perlu dipandang sebagai suatu konsep yang utuh, di mana setiap dimensi saling berkaitan dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima. Hubungan yang bersifat positif menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan, sedangkan signifikansi statistik menunjukkan bahwa pengaruh tersebut memiliki dasar empiris yang kuat dan tidak terjadi secara kebetulan.

Kualitas produk adalah barang yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen akan memberikan kesan yang baik serta berperan dalam menciptakan kepuasan pelanggan dengan ukuran seragam yang sesuai, bahan berkualitas, dan pilihan warna yang menarik dapat meningkatkan minat sekaligus kepuasan konsumen (Fauza *et al.* , 2025). Dalam penelitian

terdahulu yang ditemukan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan semakin baik kualitas produk, semakin tinggi kepuasan pelanggan (Utomo *et al* ., 2023). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk menjadi faktor penting juga dalam menentukan tingkat kepuasan, di mana semakin baik kualitas yang diberikan baik dari segi kinerja, keandalan, daya tahan, maupun kesesuaian dengan harapan maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat. Selain itu, signifikansi hubungan tersebut menandakan bahwa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan didukung oleh bukti empiris yang kuat dan telah teruji secara statistik. Oleh karena itu, kualitas produk memiliki peran strategis dalam meningkatkan kepuasan serta menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Oleh karena itu harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat karena itu hal utama bagi peminat pelanggan (Lestari *et al* ., 2024). Sehingga, penelitian terdahulu tentang harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, semakin tepat dan kompetitif harga yang ditetapkan, maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan pelanggan (Solihin & Kurniawan, 2024). Hal ini berarti bahwa harga merupakan salah satu faktor penting dalam membentuk kepuasan, di mana pelanggan akan merasa lebih puas dan harga yang ditetapkan dianggap sesuai dengan manfaat atau kualitas yang mereka terima. Pengaruh yang bersifat positif mengindikasikan bahwa semakin tepat, terjangkau, dan kompetitif harga yang ditawarkan perusahaan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan semakin meningkat. Dengan demikian, penetapan harga yang sesuai dengan persepsi nilai pelanggan menjadi strategi penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan aspek yang sangat penting bagi keberlangsungan usaha, khususnya pada bisnis ritel seperti toko seragam sekolah. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, pelaku usaha tidak hanya dituntut untuk menarik pelanggan baru, tetapi juga

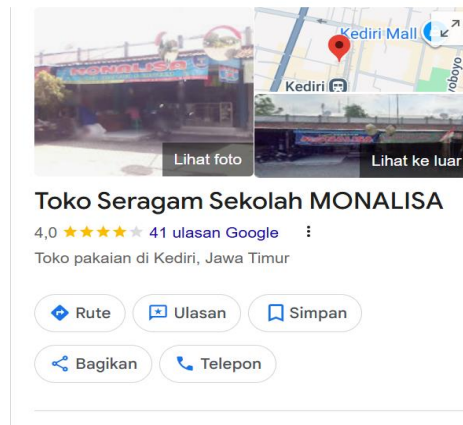
mempertahankan pelanggan yang sudah ada melalui peningkatan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan penetapan harga yang sesuai (Soetiyono & Alexander, 2025). Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan dalam konteks bisnis ritel (Fauza *et al.*., 2025).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan walaupun telah banyak penelitian yang membahas pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan, sebagian besar kajian masih bersifat umum dan belum secara khusus menyoroti konteks usaha ritel lokal, terutama toko seragam sekolah. Di samping itu, terdapat adanya kesenjangan antara temuan penelitian terdahulu yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dari ketiga variabel tersebut terhadap kepuasan pelanggan dengan kondisi empiris di lapangan yang masih memperlihatkan adanya ketidakpuasan pelanggan. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lanjutan untuk mengkaji kembali hubungan ketiga variabel tersebut dalam konteks yang lebih spesifik dan terkini agar menghasilkan temuan yang lebih relevan.

Maka dari itu, alasan memilih objek Toko Seragam Sekolah Monalisa adalah didasarkan pada kesesuaian dengan variabel yang diteliti, yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Toko ini merupakan salah satu penyedia seragam sekolah yang cukup terkenal dan memiliki berbagai produk dengan kualitas serta variasi harga yang berbeda. Selain itu, adanya persaingan usaha dan beberapa keluhan terkait dengan pelayanan, produk dan harga menjadi alasan penting untuk diteliti. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam meningkatnya kepuasan pelanggan.

Berdasarkan observasi Toko Monalisa memiliki indikasi permasalahannya terkait kepuasan pelanggan. Hal tersebut nampak dari rating platform Google cenderung lebih rendah yaitu 4 dibanding toko yang sejenis. sehingga, perlu adanya evaluasi dalam kepuasan pelanggan. Selain

itu, penelitian terdahulu telah banyak penelitian yang membahas kepuasan pelanggan ditinjau dari beberapa faktor diantaranya variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga.



**Gambar 1. 1 Rating Ulasan Google**

Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan kajian lebih lanjut dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Seragam Sekolah Monalisa di Kota Kediri.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang menunjukkan pentingnya kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga dalam menciptakan kepuasan pelanggan, diperlukan kajian lebih lanjut untuk mengetahui sejauh mana ketiga faktor tersebut memengaruhi kepuasan pelanggan pada Toko Seragam Sekolah Monalisa di Kota Kediri. Oleh karena itu, penelitian ini dirumuskan untuk menjawab beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Seragam Sekolah Monalisa di Kota Kediri secara parsial?

2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Seragam Sekolah Monalisa di Kota Kediri secara parsial?
3. Apakah Harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Seragam Sekolah Monalisa di Kota Kediri secara parsial?
4. Apakah Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Seragam Sekolah Monalisa di Kota Kediri secara simultan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah pernyataan yang menjelaskan secara spesifik apa yang ingin dicapai oleh peneliti melalui kegiatan penelitian. Tujuan ini biasanya dirumuskan berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah penelitian, sehingga memberikan arah yang jelas terhadap proses penelitian dan hasil yang diharapkan. Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Seragam Sekolah Monalisa di Kota Kediri secara parsial.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Seragam Sekolah Monalisa di Kota Kediri secara parsial.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan Toko Seragam Sekolah Monalisa di Kota Kediri secara parsial.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif signifikan kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Seragam Sekolah Monalisa di Kota Kediri secara simultan.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat teoritis
  - a. Memberikan kontribusi secara akademik terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran, khususnya dalam kajian mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan.
  - b. Memperkaya referensi serta literatur akademik yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya dengan topik yang serupa.
  - c. Menjadi dasar pertimbangan dalam pengembangan teori dan model pemasaran yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan pada industri sejenis.
2. Manfaat praktis
  - a. Bagi *Stakeholder*
    - 1) Manfaat bagi *Stakeholder* (Pemilik/Manajemen Toko Seragam): Memberikan informasi bagi pemilik toko untuk memahami faktor yang memengaruhi keputusan pembelian serta sebagai dasar meningkatkan strategi pemasaran, kualitas layanan, dan produk.
    - 2) Manfaat bagi Karyawan Toko: Menjadi bahan evaluasi bagi karyawan untuk memperbaiki kualitas pelayanan, termasuk sikap, komunikasi, dan kecepatan dalam melayani konsumen.
    - 3) Manfaat bagi Konsumen: Memberikan manfaat berupa peningkatan kualitas produk dan pelayanan sehingga konsumen memperoleh kepuasan dalam berbelanja.
  - b. Bagi Peneliti Selanjutnya
    - 1) Menjadi sumber rujukan bagi penelitian sejenis.
    - 2) Digunakan sebagai pembandingan dalam pengembangan variabel dan metode penelitian.
    - 3) Menjadi landasan untuk penelitian lanjutan yang lebih luas dan mendalam.

## DAFTAR PUSTAKA

- 'Alya, K. F., Lazuardy, D. M., & Pramesti, A. N. (2024). The Influence Of Generation Z And Millennial Work Behavior On Organizational Culture. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Terpadu*, 8(6), 501–506.
- Adefa, K. D., Monoarfa, T. A., & Fidhyallah, N. F. (2025). Pengaruh Brand Image , Store Atmosphere , Service Quality , Dan Product Quality Terhadap Customer Satisfaction Pada Pelanggan Kopikina. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(7), 181–193. <https://doi.org/10.61722/Jiem.V3i7.5815>
- Alfatih, A. (2021). *Buku Panduan Praktis Penelitian Deskriptif Kuantitatif* Penerbit: Universitas Sriwijaya.
- Angelita, N., & Ali, H. (2024). Pengaruh Persaingan Global, Perubahan Preferensi Konsumen Dan Opini Publik Terhadap Ancaman Perusahaan. *Jurnal Greenation Ilmu Teknik*, 2(2), 85–96. <https://doi.org/10.38035/Jgit.V2i2.238>
- Apriasty, I., & Simbolon, M. E. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan: Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan Dan Harga ( Literature Strategic Marketing Management ). *Jim Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1), 135–145. <https://doi.org/10.38035/Jim.V1i1>
- Ayuningtias, D. P., & Nani. (2025). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hotel Grand Zuri Serpong. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(3), 5943–5954.
- Binus. (2025). *Industri Kreatif Di Bidang Fashion: Peluang & Tantangan Di Era Digital*. <https://binus.ac.id/bandung/creativepreneurship/2025/05/08/industri-kreatif-di-bidang-fashion-peluang-tantangan-di-era-digital/>
- Bisma, M. R. D., Asnawi, A., & Widayati, I. (2025). Pengaruh Brand Image , Harga , Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Excelso Pakuwon Surabaya Laporan Global Agricultural Information Network Tentang Konsumsi Kopi Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 6(1), 159–182. <https://doi.org/10.47467/Elmal.V6i1.5680>
- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis* Penerbit: Cv Irdh.
- Daga, R. (2019). *Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan* Penerbit: Global Research And Consulting Institute (Issue May 2017).
- Desy Cahyaningrum, Arif Miftanudin, Johanis Souisa, Yuniarsih Ekawati, & Badruddin. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kepuasan Pelanggan, Terhadap Loyalitas Pelanggan (Study Pada Toko Pakaian Sinar Mulyo). *Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Kewirausahaan (Jamek)*, 4(2), 64–73. <https://doi.org/10.47065/Jamek.V4i2.1238>

- Dewantari, F., Telagawathi, N. L. W. S., & Widiastini, N. M. A. (2024). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bri Di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (Jmbi Unsrat)*, 11(1), 160–173.  
<https://doi.org/10.35794/Jmbi.V11i1.53576>
- Efendy, I. K., Widayanti, S., & Syah, M. A. (2024). Evaluasi Tingkat Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Produk Kurma Xyz Di Kota Surabaya. *Journal Of Management Small And Medium Enterprises (Sme's)*, 17(2), 515–523.  
<https://doi.org/10.35508/Jom.V17i2.14432>
- Elfrita, S., & Zulia, K. (2024). *Manajemen Pemasaran Penerbit: Lppm Unilak* (K. Zulia (Ed.)).
- Fauza, M. A., Meutia, R., & Safrizal. (2025). Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Roti Aroma Di Kota Langsa. *Jurnal Minfo Polgan*, 14, 801–807.  
<https://doi.org/10.33395/Jmp.V14i1.14879>
- Haris, A. (2025). Economics And Digital Business Review Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Economics And Digital Business Review*, 6(2), 334–348.  
<https://doi.org/10.37531/ECOTAL.V4i2.591>
- Herlina, E., & Silitonga, P. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Ekoma: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(5), 1110–1121.  
<https://doi.org/10.62335/Sinergi.V2i2.961>
- Hulu, M. K. (2026). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Dan Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan. *Jimakun: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Nusantara*, 02(01), 236–243.  
<https://doi.org/10.70134/Jimakun.V2i1.1226>
- Imam, M. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Penerbit: Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan* (H. Q. Abdau (Ed.)).
- Izzah, N., & Junaed, D. (2025). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Majalah Bisnis & Iptek*, 4(2), 3131–3137.  
<https://doi.org/10.55208/T5xr9t04>
- Kelvinia, Sitompul, M. R. I., & Gultom, I. A. (2025). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Mie Gacoan Di Bandar Lampung. *Journal Of Economics And Business*, 7(3), 481–486.  
<https://doi.org/10.32877/Eb.V7i3.2147>
- Kompas.Com. (2025). *Industri Tekstil Dan Pakaian Jadi Meningkat Pesat, Kuartal I-2025 Catat Investasi Rp 304,43 Miliar*.  
<https://money.kompas.com/read/2025/03/17/163000126/Industri-Tekstil->

# Dan-Pakaian-Jadi-Meningkat-Pesat-Kuartal-I-2025

- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 6(1), 1–14. <https://doi.org/10.29103/J-Mind.V6i1.4870>
- Laia, E. K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Kadoz Di Ud. Brave Desa Hiliorodua Kecamatan Lahusa. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 7(1), 320–332. <https://doi.org/10.57094/Jim.V7i1.1263>
- Lena, S. V. V. (2022). *Marketing 4.0: Konsep Dan Implementasinya* Penerbit: Cv. Media Sains Indonesia.
- Lestari, P., Muhajirin, M., & Ismunandar, I. (2024). Pengaruh Harga Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bolly Dept Store Sila Bolo. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(3), 27–48. <https://doi.org/10.54066/Jurma.V2i3.2208>
- Maharani, P. O., Ali, H., & Khan, M. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Citra Merek Honda Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Honda Ahass Dirawalumbu 2024 Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(7), 570–579. <https://doi.org/10.5281/Zenodo.12741334> Pengaruh
- Mahmudin. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Qudwah Mart Di Lebak. *Jurnal Of Islamic Economic And Business Studies*, 5(1), 22–41. <https://doi.org/10.55171/Jam.V5i1.666>
- Maini, Y. F., Maryam, S., & Norhayat. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Upaya Meningkatkan Omset Penjualan Toko Zahra Grosir. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, 4(1), 217–228. <https://doi.org/10.47709/Jebma.V4i1.3635>
- Maryati, & M.Khoiri. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio Oleh Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550. <https://doi.org/10.34308/eqien.V11i1.779>
- Masili, V., Lumanauw, B., & Tielung, M. V. J. (2022). Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Toko The Effect Of Service On Customer Loyalty With Customer Satisfaction As An Intervening Variable At Mentari ' S Store Business In Sea Village , Pineleng District , Minahasa Regency Oleh : <sup>123</sup>j. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 44–51. <https://doi.org/10.35794/Emba.V10i4.43690>

- Muin, A. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Penerbit: Cv. Literasi Nusantara Abadi*.
- Nurramaadhanti, D. H., & Yulia, Y. A. (2021). Effects Of Product Quality , Service Quality And Price On Customer Satisfaction At Sha ' Ring Karanganyar Shop Efek Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai Sha ' Ring Karanganyar Karanganyar. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan*, 8(2), 161–167. <https://doi.org/10.36587/Exc.V8i2.1094>
- Octaviani, S., Panjaitan, F., & Lestari, D. S. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Merek Bolesa Di Kecamatan Bukit Intan. *Jurnal Progresip Manajemen Bisnis (Jpmb)*, 11(2), 1–7. <https://doi.org/10.54501/Jipmb.V11i2.400>
- Purba, M., Nasution, A. P., & Harahap, A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(2), 1091–1107. <https://doi.org/10.33395/Remik.V7i2.12268>
- Rokhim, A., Bahari, J., Aulia, F. H., & Wulandari, R. (2025). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penurunan Penjualan Di Toko Zara Store Kabupaten Lumajang. *Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(3), 399–402. <https://doi.org/10.59435/Menulis.V1i3.130>
- Sahir, S. H. (2021). *Metologi Penelitian Penerbit: Kbm Indonesia*.
- Sanjaya, F. H., & Sakti, I. W. (2026). Pengaruh Suasana Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Summarecon Mall Bandung. *Jemsi: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 7(3), 2105–2113. <https://doi.org/10.38035/Jemsi.V7i3>
- Sembiring, O., Nasution, A. N. I., Sinurat, N. N., Nuraina, A. L., Rajagukguk, N. F., & Wardani, N. (2026). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Kalangan Mahasiswa Manajemen Unimed ( Studi Kasus : Fore Coffee ) Tahun 2018 Dan Telah Tumbuh Pesat Dengan Model Grab-And-Go Dan Penetrasi Pasar Yang. 6(1), 271–292. <https://doi.org/10.55606/Jurimea.V6i1.1843>
- Shilfia, J. Dewi, Endri, S., Ruwaida, & Mahmud. (2026). Pengaruh Kualitas Makanan, Harga, Dan Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Minang Tembaga Kemayoran The Influence Of Food Quality, Price, And Word Of Mouth On Customer Loyalty Through Customer Satisfaction. 9(1), 144–154. <https://doi.org/10.25139/Sbr.V6i2.10820>
- Sianturi, H., & Ismail, H. A. (2025). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (

- Studi Kasus Pada Chatime Queen City Mall Semarang* Herlandio. 6(2).  
<https://doi.org/10.32815/Jpro.V6i2.2729>
- Soetiyono, A., & Alexander. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan , Kualitas Produk , Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Marketplace Di Indonesia. *Eco-Buss: Economics And Business*, 7(3).  
<https://doi.org/10.32877/Eb.V7i3.2148>
- Solihin, D., & Kurniawan. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jibema: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 129–141.  
<https://doi.org/10.62421/Jibema.V2i2.79>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif, R&D* Penerbit: Alfabeta Bandung.
- Sulaiman, S., & Sitti, M. (2019). *Pengantar Metodologi Penelitian* (Muzakkir (Ed.)).
- Swandewi, N. K. A. I., & Yulianthini, N. N. (2025). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Pakaian Yemima Stuff Di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 196–204. <https://doi.org/10.23887/Pjmb.V7i1.81286>
- Syarifuddin, & Saudi, I. Al. (2022). *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Dengan Spss* Penerbit: Bobby Digital Center.
- Tohir, M., Primadi, A., & Subroto, N. A. H. (2023). Analisis Kepuasan Pelanggan , Kualitas Pelayanan , Dan Ketepatan Waktu Terhadap Jasa Logistik. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (Jmpd)*, 1(2), 93–100.  
<https://doi.org/10.38035/Jmpd.V1i2.215>
- Unmehopa, Y. W., & Jemadi. (2023). Jurnal Mantra : Manajemen Strategis Persepsi Konsumen Atas Kualitas Layanan , Kualitas Produk , Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Caffé Legend Jogja. *Jurnal Mantra: Manajemen Strategis*, 1(1), 36–54.  
<https://doi.org/10.30588/Jmt.V1i01.1250>
- Untari, D. T. (2018). *Metodologi Penelitian : Penelitian Kontemporer Bidang Ekonomi Dan Bisnis* Penerbit: Cv. Pena Persada.
- Utomo, K. E., Susena, K. C., & Yustanti, N. V. (2023). The Influence Of Product Quality , Price And Service On Customer Satisfaction At Lesehan 123 Jamik Bengkulu City Pengaruh Kualitas Produk Harga Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Lesehan 123 Jamik Kota Bengkulu. *Journal Of Indonesian Managemen (Jim)*, 3(3), 343–358.  
<https://doi.org/10.53697/Jim.V3i3.1378>
- Zahara, M., Andreansyah, N., & Relawati. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Kfc Lampung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jmb)*, 2(1), 42–50.

Zahriyah, A., Suprianik, Parmono, A., & Mustofa. (2021). *Ekonometrika Penerbit: Mandala Press*.