

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV NAGHA ASMARA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
Pada Program Studi Manajemen



OLEH:

ANZALNA NURRAHMA
NPM: 19.1.02.02.0057

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2023

Skripsi oleh:

ANZALNA NURRAHMA
NPM: 19.1.02.02.0057


Judul:

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV NAGHA ASMARA**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal : 26 Juni 2023

Pembimbing I



Dr. Samari, M.M.
NIDN. 0712026201

Pembimbing II



Rino Sardanto, M.Pd.
NIDN : 0730127403

Skripsi oleh:

ANZALNA NURRAHMA
NPM: 19.1.02.02.0057

Judul:

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV NAGHA ASMARA**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri
Pada tanggal: 18 Juli 2023

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. Samari, M.M.
2. Penguji I : Suhardi, M.Pd.
3. Penguji II : Rino Sardanto, M.Pd.




Mengetahui,
Dekan FEB,
Dr. Subagyo, M.M
NIDN: 0717066601

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Anzalna Nurrahma
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/tgl. lahir : Kediri, 01 Mei 2000
NPM : 19.1.02.02.0057
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : 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, 12 Juli 2023
Yang Menyatakan



Anzalna Nurrahma
NPM. 19.1.02.02.0057

Motto:

“Konsistenlah meskipun lambat, daripada cepat tapi ujungnya tak lanjut”

Lambat bukan berarti penghambat kesuksesan, selambat apapun prosesnya yang terpenting adalah tujuannya.

“Tidak ada hidup tanpa masalah, tidak ada perjuangan tanpa rasa lelah, tetap semangat, sampai Bismillah menjadi Alhamdulillah”

Kupersembahkan karya ini kepada:

Allah SWT, karena hanya atas izin dan karunia-Nya lah skripsi ini dapat dibuat dan selesai pada waktunya.

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya, Bapak Haryo Wibisono dan Ibu Anik Irawati yang telah senantiasa memberikan dukungan, semangat, serta doa kepada anaknya.

Saya persembahkan skripsi ini kepada dosen sekaligus orang tua kedua saya di kampus selaku pembimbing skripsi, Bapak Samari dan Bapak Rino Sardanto yang telah sabar membimbing saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini kupersembahkan untuk partner dalam hidupku Dimas Rhega Gumelar Mukti. yang selalu mendampingi, berjalan disampingku, serta melewati segala rintangan bersama, terimakasih telah mengerjakan skripsi bersama-sama, terimakasih karena sudah saling menguatkan.

ABSTRAK

Anzalna Nurrahma: Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen pada CV Nagha Asmara, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2023.

Kata kunci: kepuasan konsumen, harga, kualitas produk, promosi

Penelitian ini dilatarbelakangi bahwa pertumbuhan di dunia bisnis kini berjalan pesat, hal ini karena kebutuhan maupun keinginan konsumen yang mulai banyak dan berubah-ubah sehingga menimbulkan pola konsumsi yang modern pada masyarakat. Setiap perusahaan diuntut untuk memuaskan pelanggannya dengan memberikan penawaran dan layanan yang lebih baik, karena bisnis harus mampu mempertahankan posisinya di pasar dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Kelangsungan hidup suatu bisnis sangat bergantung pada kepuasan konsumen di satu sisi dan kemampuannya untuk menghasilkan keuntungan di sisi lain. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun simultan di CV. Nagha Asmara. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode hubungan kausal. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 40 konsumen, yang didapat menggunakan analisis multivariete dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan *software SPSS for windows* versi 25. Kesimpulan hasil dari penelitian ini adalah harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Harga, kualitas produk, dan promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada CV. Nagha Asmara.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadirat Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.

Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen pada CV Nagha Asmara” ini ditulis guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.Pd. selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memeberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
2. Dr. Subagyo, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Dr. Samari, M.M. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Rino Sardanto, M.Pd. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini
6. Segenap Dosen dan Karyawan Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri atas segala dedikasinya selama ini.

7. Kedua orang tua penulis yang senantiasa memberikan do'a dan dukungan, baik dukungan moral atau material bagi penulis.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan masukan, kritik, dan saran-saran, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri, 12 Juli 2023

ANZALNA NURRAHMA

NPM: 19.1.02.02.0057

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	6
BAB II : KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS	8
A. Kajian Teori	8
1. Kepuasan Konsumen	8
2. Harga	11
3. Kualitas Produk	14
4. Promosi	16
B. Penelitian Terdahulu	20
C. Kerangka Berpikir	22
D. Kerangka Konseptual	24
E. Hipotesis	25
BAB III : METODE PENELITIAN	26
A. Variabel Penelitian	26
1. Identifikasi Variabel Penelitian	26
2. Definisi Operasional Variabel	26
B. Pendekatan dan Teknik Penelitian	28
1. Pendekatan Penelitian	28
2. Teknik Penelitian	28
C. Tempat dan Waktu Penelitian	28
D. Populasi dan Sampel	29
1. Populasi	29
2. Sampel	30
E. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	30
1. Instrumen Penelitian	30

2. Validitas dan Reliabilitas.....	31
3. Langkah-Langkah Pengumpulan Data	34
F. Teknik Analisis Data.....	35
1. Teknik Analisis Deskriptif	35
2. Uji Asumsi Klasik	35
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
4. Uji Koefisien Determinasi.....	38
5. Uji Hipotesis.....	38
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN	40
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian	40
B. Deskripsi Data Variabel	46
C. Analisis Data	51
1. Pengujian Asumsi Klasik	52
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	54
3. Koefisien Determinasi (R^2)	56
D. Pengujian Hipotesis.....	56
1. Uji t (Parsial)	56
2. Uji F (Simultan).....	57
E. Pembahasan.....	58
 BAB V : SIMPULAN DAN SARAN.....	 62
A. Simpulan.....	62
B. Implikasi.....	62
C. Saran.....	63
 DAFTAR PUSTAKA	 65
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel	halaman
Tabel 2. 1 : Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 : Waktu Penelitian	29
Tabel 3. 2 : Kisi-kisi Kuesioner	30
Tabel 3. 3 : Instrumen Skala Likert.....	31
Tabel 3. 4 : Hasil Uji Validitas.....	32
Tabel 3. 5 : Hasil Uji Reliabilitas	34
Tabel 4. 1 : Data Jenis Kelamin Responden	45
Tabel 4. 2 : Data Usia Responden.....	46
Tabel 4. 3 : Deskripsi Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen.....	46
Tabel 4. 4 : Deskripsi Frekuensi Variabel Harga.....	48
Tabel 4. 5 : Deskripsi Frekuensi Variabel Kualitas Produk.....	49
Tabel 4. 6 : Deskripsi Frekuensi Variabel Promosi	50
Tabel 4. 7 : Hasil Uji Multikolinieritas	53
Tabel 4. 8 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
Tabel 4. 9 : Hasil Uji Koefisien Determinasi	56
Tabel 4. 10 : Hasil Uji t.....	56
Tabel 4. 11 : Hasil Uji F.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar	halaman
Gambar 2. 1 : Kerangka Konseptual	24
Gambar 4. 1 : Logo CV. Nagha Asmara.....	40
Gambar 4. 2 : Struktur Organisasi CV. Nagha Asmara	42
Gambar 4. 3 : Hasil Uji Normalitas	52
Gambar 4. 4 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	halaman
Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	68
Lampiran 2 : Output SPSS Uji Validitas	73
Lampiran 3 : Output SPSS Uji Reliabilitas.....	76
Lampiran 4 : Output SPSS Uji Normalitas	77
Lampiran 5 : Output SPSS Uji Multikolinieritas	78
Lampiran 6 : Output SPSS Uji Heteroskedastisitas	79
Lampiran 7 : Output SPSS Analisis Regresi Linier Berganda.....	80
Lampiran 8 : Output SPSS Uji Koefisien Determinasi.....	81
Lampiran 9 : Output SPSS Uji t.....	82
Lampiran 10 : Output SPSS Uji F.....	83
Lampiran 11 : Surat Ijin Penelitian	84
Lampiran 12 : Berita Acara Kemajuan Skripsi	85

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Camilan adalah makanan yang bisa menghilangkan rasa lapar untuk sementara. Faktanya dapat kita lihat di sepanjang jalan, terutama di kota Kediri banyak terdapat outlet yang menjual makanan ringan dengan berbagai macam rasa dan bahan dasar. Perkembangan ini karena adanya permintaan yang kuat dari masyarakat tentang ngemil dan keinginan masyarakat untuk menikmati rasa yang berbeda yang ditawarkan oleh produsen tentang makanan dengan tampilan menarik dan harga terjangkau, maka keputusan yang baik untuk meramaikan dunia industri adalah makanan ringan.

Pertumbuhan di dunia bisnis kini berjalan pesat, hal ini karena kebutuhan maupun keinginan konsumen yang mulai banyak dan berubah-ubah sehingga menimbulkan pola konsumsi yang modern pada masyarakat (Liansari, et al., 2022). Setiap perusahaan diuntut untuk memuaskan pelanggannya dengan memberikan penawaran dan layanan yang lebih baik, karena bisnis harus mampu mempertahankan posisinya di pasar dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Kelangsungan hidup suatu bisnis sangat bergantung pada kepuasan konsumen di satu sisi dan kemampuannya untuk menghasilkan keuntungan di sisi lain.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan

terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler & Keller, 2021). Penting bagi perusahaan secara terus-menerus memantau dan mengukur tingkat kepuasan konsumen melalui survei, ulasan pelanggan, dan analisis data lainnya. Dengan begitu, perusahaan dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan mengambil tindakan yang tepat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang yang kuat. Kepuasan konsumen melibatkan pemahaman tentang bagaimana dan mengapa konsumen merasa puas atau tidak puas dengan produk atau layanan yang mereka beli atau gunakan. Banyak faktor yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen, salah satunya adalah melalui harga.

Harga adalah salah satu faktor penting yang dipertimbangkan oleh konsumen saat membeli produk atau menggunakan layanan. Menurut Tjiptono (2019), harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Harga yang wajar dan sesuai dengan kualitas produk atau layanan yang ditawarkan dapat menciptakan persepsi nilai yang positif bagi konsumen. Jika konsumen merasa bahwa harga yang mereka bayar sebanding dengan manfaat yang mereka terima, mereka cenderung merasa puas dengan pembelian mereka. Pada penelitian Setiawan & Bahrin (2023) mengatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, ada perbedaan dengan penelitian lain oleh Husna (2021) yang mengatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Selain harga, kualitas produk juga dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Menurut Kotler & Keller (2021), kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan. Kualitas produk dapat mencakup berbagai aspek, konsumen cenderung merasa puas jika produk yang di pakai sesuai dengan harapan atau ekspektasi konsumen. Jika produk mencerminkan apa yang dijanjikan atau diiklankan kepada konsumen, maka konsumen cenderung merasa puas dengan apa yang telah mereka pakai. Pada penelitian yang dilakukan oleh Efendi, et al. (2020) dan Ati & Hastuti (2022) mengatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berbeda dengan penelitian lain oleh Husna (2021) yang mengatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Promosi juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Laksana (2019), promosi merupakan suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat dan tujuan untuk merubah sikap, tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut. Promosi dapat memberikan penawaran khusus kepada konsumen, seperti diskon harga, potongan harga, atau program loyalitas. Konsumen cenderung merasa senang dan puas ketika mereka mendapatkan nilai tambah atau kesempatan untuk menghemat uang ketika membeli produk atau menggunakan layanan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Husna (2021) dan Efendi, et al. (2020) mengatakan bahwa

promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berbeda dengan penelitian lainnya oleh Budiono (2021) yang mengatakan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dari hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa ada perbedaan pendapat dari variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Oleh karena itu, perlu menganalisis kembali faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen meliputi harga, kualitas produk dan promosi pada CV. Nagha Asmara .

CV. Nagha Asmara adalah salah satu perusahaan makanan ringan yang ada di Kediri, Jawa Timur, produknya yaitu keripik usus dengan berbagai macam varian rasa (Original, Barbeque, Balado, Pedas, Keju), kelebihan keripik usus ini adalah rasanya yang enak dan gurih, serta teksturnya yang renyah dikarenakan kandungan minyak yang sedikit, adanya varian rasa pada keripik usus menjadikannya unik dan sekaligus sebagai pembeda dari keripik usus pada umumnya, kemasan yang dipakai juga dibuat menarik dengan menggunakan *standing pouch full print* dengan lapisan aluminium foil yang desain dan warnanya berbeda pada setiap varian rasanya.

CV. Nagha Asmara saya jadikan tempat penelitian karena ada beberapa hal yang menarik untuk saya teliti, yaitu harga produk yang relatif mahal, kualitas produk yang bagus, dan promosi yang belum mencapai target perusahaan. Ketiga hal tersebut dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Dari latar belakang dan alasan tersebut, maka penulis tertarik untuk

melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen pada CV Nagha Asmara”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat diidentifikasi masalah yang terjadi sebagai berikut:

1. Harga produk pada CV Nagha Asmara relatif tinggi
2. Kualitas produk yang bagus
3. Promosi yang belum bisa mencapai target perusahaan

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, adapun batasan dalam penelitian ini yaitu, penulis hanya meneliti pada faktor yang dilihat dari harga, kualitas produk, dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada CV. Nagha Asmara.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah maka dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV Nagha Asmara?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV Nagha Asmara?
3. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV Nagha Asmara?
4. Apakah harga, kualitas produk, dan promosi berpengaruh signifikan

terhadap kepuasan konsumen pada CV Nagha Asmara?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas maka tujuan penelitiannya sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV Nagha Asmara.
2. Untuk menganalisis apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV Nagha Asmara.
3. Untuk menganalisis apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV Nagha Asmara.
4. Untuk menganalisis apakah harga, kualitas produk, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV Nagha Asmara.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Kegunaan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan dan memperkaya cakrawala pandang dalam bidang manajemen, khususnya manajemen pemasaran.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Sebagai suatu pengalaman belajar dalam kegiatan penelitian, sehingga dapat melakukan komparasi antara teori dan kenyataan.

b. Bagi Perusahaan

Sebagai masukan dalam pengambilan keputusan mengenai harga, kualitas produk, dan promosi terhadap kepuasan konsumen di CV Nagha Asmara, sehingga bermanfaat bagi produktivitas perusahaan.

c. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan dapat digunakan sebagai referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya, sehingga bermanfaat bagi masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ati, D. P., & Hastuti, S. M. 2022. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Belfoods (Studi Kasus pada Konsumen Belfoods Dewi Frozen). *Otonomi*, 22(2), 266–276.
- Bessie, J. L., & Suki, N. N. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Waroenk Resto & Café Kota Kupang). *GLORY: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 4(1), 31–45.
- Budiono, A. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Lokasi, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Bebek Kaleo Tebet Jakarta Selatan Dimasa Pandemi Covid-19. *SEGMENT Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 223–247.
- Efendi, N., Ginting, S. O., & Halim, J. 2020. Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial Unmus*, 11(2), 102–112.
- Firmansyah, F. 2019. *Pemasaran Jasa*. Surabaya: Deepublish.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program (IBM. SPSS)* (8 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, F. 2021. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yayasan Kita Menulis.
- Husna, A. 2021. Kualitas Produk dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Ayam Geprek Warung Endus Sibuyaya. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 1(3), 311–320.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, & Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing* (7 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2021. *Intisari Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Laksana, M. F. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV. Al Fath Zumar.

- Liansari, D. N., Samari, & Sardanto, R. 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko An Nur. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 7(1), 539–547.
- Noor, Z. Z. 2021. *Buku Referensi Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Oliver, J. 2019. Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Studi Kasus Waroeng Spesial Sambal “SS” Purwokerto). *Hilos Tensados*, 9(1), 1–476.
- Setiawan, D., & Bahrin, K. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Kerupuk Rambak Kecamatan Ketahun Bengkulu Utara. (*JEMS) Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains*, 4(1), 99–108.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. 2019. *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta: ANDI.
- Warnadi, & Triyono, A. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.