



LAPORAN PENELITIAN

JUDUL:

**ANALISIS KUALITAS PRODUK, KESESUAIAN HARGA,
VARIASI PRODUK, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUASAN PEMBELIAN PADA UD. ASIKIE BAKERY KEC.
NGRONGGOT KAB.NGANJUK PERIODE 2023-2024**

Oleh:

Nikken Putri Octapia Tahammy (2012010028)

Dr. Ema Nurzainul Hakimah (0727127801)

Sigit Ratnanto, M.M. (0706067004)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
JUNI 2024**

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : Analisis Kualitas Produk, Kesesuaian Harga, Variasi Produk, dan *Brand Image* terhadap Kepuasan Pembelian pada UD. ASIKIE BAKERY Kec. Ngronggot Kab.Nganjuk.
2. Ketua
 - a. Nama lengkap : Nikken Putri Octapia Tahammy
 - b. NPM : 2012010028
 - c. Fak./Prodi : FEB/Manajemen
 - d. Alamat rumah : Jln. Hasannudin No.9 RT 01 RW 01
Ds.Ngebrak Kec.Gampengrejo Kediri
 - e. Telp./HP : 085745250653
 - f. E-mail : nikkenoktavia10@gmail.com
3. Dosen pembimbing 1
 - a. Nama Lengkap : Dr. Ema Nurzainul Hakimah
 - b. NIDN : 0727127801
4. Dosen Pembimbing 2 :
 - a. Nama Lengkap : Sigit Ratnanto, M.M.
 - b. NIDN : 0706067004
5. Jangka wkt penelitian : 6 bulan
6. Pembiayaan :
 - a. Diajukan ke YPLP-PT PGRI Kediri Rp. -
 - b. Dari sumber lain Rp 15.000.000Jumlah seluruhnya Rp 15.000.000

Mengetahui
Kaprodi Manajemen



Restin Meilina M.M.
NIDN. 0721058695

Kediri, 24 April 2024
Ketua,



Nikken Putri Octapia Tahammy
NPM. 2012010028

Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadiran Allah Yang Maha Kuasa, Karena hanya atas perkenan-Nya Penyusunan laporan ini dapat diselesaikan.

laporan dengan judul “Analisis kualitas produk, kesesuaian harga, variasi produk, dan *brand image* terhadap kepuasan pembelian pada UD. ASIKIE BAKERY Kec. Ngronggot Kab.Nganjuk” ini ditulis guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

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

1. Bapak Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri Bapak Dr. Zainal Afandi, M.Pd. yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
2. Bapak Dr. Amin Tohari, M.Si., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Ibu Restin Meilina, SE, M.M. Selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Ibu Dr. Ema Nurzainul H., M.M. Selaku dosen pembimbing pertama.
5. Bapak Sigit Ratnanto, M.M. Selaku dosen pembimbing kedua.
6. Bapak Ducky selaku pemilik tempat UD. ASIKIE BAKERY pada karya ilmiah saya ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Nusantara PGRI Kediri yang membantu memberikan ilmu-ilmu yang bermanfaat.

8. Orang Tua dan Keluarga yang telah memberikan dorongan Doa dan Material.
9. Ucapan terimakasih juga sebesar-besarnya disampaikan kepada teman-teman sebagai *support-system* yang telah membantu menyelesaikan karya ilmiah saya ini.

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

Akhirnya, disertai harapan semoga laporan ini ada manfaatnya bagi kita semua, khususnya bagi dunia Pendidikan, meskipun hanya ibarat setitik air bagi Samudra luas.

Kediri, 24 April 2024



NIKKEN PUTRI OCTAPIA TAHAMMY

NPM : 2012010028

RINGKASAN

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pembelian roti kering pada UD. ASIKIE BAKERY yang berlokasi di Kecamatan Ngonggot, Kabupaten Kediri. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dalam penelitian ini terdapat variabel bebas yang terdiri dari Kualitas Produk (X1), Kesesuaian Harga (X2), Variasi Produk (X3), dan *Brand Image* (X4). Variabel terikatnya adalah Keputusan Pembelian (Y1) roti kering dan basah yang sudah merasakan *Brand* di UD.ASIKIE BAKERY ini. Dari wawancara kepada konsumen yang hanya beberapa saja. Disini bahwa *Brand Image* belum banyak mengenalnya tetapi hanya produknya saja hingga ke kalangan masyarakat kota hingga kabupaten. Peneliti mengambil 100 responden untuk penelitian tersebut. Pada penelitian ini menggunakan *regresi linier* berganda karena untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen.

kata kunci : Kualitas Produk, Kesesuaian Harga, Variasi Produk, Brand Image dan Kepuasan Pembelian.

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
RINGKASAN	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	01
A. Latar Belakang	01
B. Tujuan Penelitian	08
BAB II KAJIAN TEORI	09
A. Kajian Teori	09
1. Kepuasan Pembelian.....	09
2. Kualitas Produk	11
3. Kesesuaian Harga.....	13
4. Variasi Produk	15
5. <i>Brand Image</i>	18
BAB III METODE PENELITIAN	20
A. Metode Penelitian	20
B. Proses Pengumpulan Data.....	20
C. Sasaran Penelitian.....	21
D. Instrumen Penelitian.....	22
E. Prosedur Analisis Data	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	28
A. Hasil Penelitian	28
B. Pembahasan	47
BAB V PENUTUP.....	52
A. Kesimpulan	52
B. Saran	53

DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	58

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Alternatif Jawaban Responden.....	22
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas	23
Tabel 3.3	Kriteria Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Alpha Cronbach</i>	25
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas <i>Alpha Cronbach</i>	25
Tabel 4.1	Analisis Responden Berdasarkan Jenis kelamin	29
Tabel 4.2	Analisis Responden Berdasarkan Usia Pembeli	30
Tabel 4.3	Analisis Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	31
Tabel 4.4	Analisis Responden Berdasarkan Kali Pembelian.....	32
Tabel 4.5	Deskripsi Data Variabel Kualitas Produk	33
Tabel 4.6	Deskripsi Data Variabel Kesesuaian Harga.....	34
Tabel 4.7	Deskripsi Data Variabel Variasi Produk.....	35
Tabel 4.8	Deskripsi Data Variabel <i>Brand Image</i>	36
Tabel 4.9	Deskripsi Data Variabel Kepuasan Pembelian	37
Tabel 4.10	Hasil Uji Autokorelasi	39
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinearitas	40
Tabel 4.12	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	43
Tabel 4.13	Hasil Koefisien Determinasi	44
Tabel 4.14	Hasil Uji-t Parsial.....	45
Tabel 4.15	Hasil Uji-F Simultan	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 QR Code Link Angket.....	21
Gambar 4.1 Hasil Uji Normal Probability Plots	38
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedasitas Grafik Scatterplots.....	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kartu Bimbingan Berita Acara	58
Lampiran 2 Instrumen Penelitian dan Tabulasi angket Penelitian	60
Lampiran 3 Tabulasi Angket Penelitian.....	64
Lampiran 4 Dokumentasi	77
Lampiran 5 Artikel yang di publikasikan.....	79

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menurut (Sulistyorini and Rahardjo 2018). Kepuasan konsumen merupakan kegiatan yang dapat dilakukan seseorang setelah melakukan pembelian, sedangkan ketidakpuasan pada pembelian timbulnya rasa keinginan tidak sesuai dengan harapan yang dipikirkan. Oleh karena itu agar berhasil dalam menguasai lingkup pasar, ada beberapa strategi yang harus digunakan, antara lain memahami kebutuhan atau keinginan pembeli yang sering disebut konsumen. Karena disini kunci dari kesuksesan dalam sebuah bisnis adalah memahami kepuasan pembelian atau konsumen. Dimana pelanggan yang konsisten akan menjadi pelanggan tetap, menawarkan umpan balik positif, dan merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain. Konsumen secara konsisten mempertimbangkan beberapa faktor, seperti kualitas, daya tahan, kemudahan penggunaan (Ade et al., 2023). Karena apabila satu produk memiliki kekurangan atau harapan konsumen tidak terpenuhi, konsumen akan mengurungkan niatnya untuk membeli atau mengembalikan produk tersebut. Oleh karena itu, untuk melawan kekuatan pasar pada perusahaan bisnis diperlukan strategi yang kreatif dan fleksibel dalam meluncurkan atau menjalankan bisnis dari perusahaan tersebut. Akibatnya, setiap pemilik usaha roti kering pada UD. ASIKIE BAKERY ini mencari cara untuk meningkatkan bisnisnya. Untuk itu peneliti sangat bersemangat untuk meneliti di UD.ASIKIE BAKERY ini untuk bagaimana

pembeli dapat meningkatkan konsumen yang menyukai produk roti kering ini.

UD. ASIKIE BAKERY yang beralamat pada Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk ini adalah usaha roti yang selalu produksi setiap harinya mencapai 100 biji untuk roti kering. Awal berdirinya usaha ini adalah setelah pemilik usaha ini pulang dari merantau di Papua dan berencana ingin mendirikan suatu usaha yaitu roti asikie ini. Setelah itu, banyak warga Nganjuk yang menyukai roti asikie ini dan akhirnya roti asikie ini tersebar hingga ke wilayah Madiun, Jombang, Kediri, Blitar, dan Telungagung. Bisnis ini juga telah beroperasi selama lebih dari satu dekade, bahkan di masa pandemi COVID-19 bisa bertahan hingga ke berbagai kota. Namun UD. ASIKIE BAKERY masih belum mengeksport produk tersebut ke luar provinsi, padahal banyak masyarakat yang menyukai roti jenis ini, selain lembut juga aman dikonsumsi roti kering ini selain tahan lama tidak menggunakan pengawet atau lainnya.

Roti Kering merupakan salah satu jenis roti yang biasanya memiliki tekstur kering dan renyah. Berbeda dengan roti basah yang selalu lembut dan berair, kue kering umumnya memiliki kadar air yang lebih rendah sehingga menghasilkan permukaan halus yang dapat dipoles dalam jangka waktu lebih lama. Selain itu, kue kering terkadang digambarkan atau disajikan berukuran lebih kecil dari kue tradisional dan sering kali cocok untuk digunakan sebagai camilan. Pada Usaha pembuatan roti ASIKIE ini menggunakan bahan tertentu sendiri dan penjualan sesuai harga pada

ukuran atau jumlah roti tersebut. Sedangkan untuk variasi produk pada UD. ASIKIE BAKERY ini banyak pilihan ada 2 variasi yaitu roti kering (Seperti : Roti Kacang dan monde) dan Roti basah (seperti: Roti Kitanan atau hajatan) tetapi disini untuk roti basah hanya diproduksi pada hari H pemesanan karena roti ini tidak tahan lama berbeda dengan roti kering yang bertahan 5 bulan. Pada *Brand Image* di UD. ASIKIE BAKERY ini sedikit tidak terkenal dalam lingkungan karena disini yang lebih dikenal adalah jenis rotinya yaitu Roti Kacang.

Kualitas produk diartikan sebagai tingkat kinerja suatu merek atau produk dalam menjalankan fungsinya sebagai bahan baku untuk memenuhi kebutuhan manusia (Santoso 2019). Persaingan kualitas produk yang terjadi saat ini cukup ketat, oleh karena itu pedagang di pasar luar negeri menawarkan barang yang mampu dan diinginkan oleh masyarakat setempat agar para pembeli dapat menyampaikan rasa ketidapuasannya terhadap pembelian dan berkesempatan untuk melakukan pembelian lebih banyak di kemudian hari (Edy S. et al., 2023). Apabila produk mempunyai kualitas yang baik, maka dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap roti yang dijual. Meningkatkan kualitas produk melibatkan sejumlah langkah dan strategi yang dapat diterapkan dalam sebuah pengembangan bisnis terutama pada roti kering ini. Yang dilakukan oleh UD. ASIKIE BAKERY ini yaitu proses produksi yang efisien seperti bahan baku yang baik atau berkualitas tinggi, Implementasi proses produksi yang efisien dan terkendali seperti bagian pembuatan adonan, pencetak roti,

pengovenan, dan hingga pengemasan pada roti kering. Jadi, strategi yang diterapkan harus sesuai dengan usaha bisnis dan pasar. Menurut (Kotler, P., & Keller 2016)

Harga memiliki peran penting dalam setiap produk karena mereka mempertahankan posisi strategis dalam setiap transaksi (Atina K. et al., 2022). Harga mengacu pada jumlah total uang yang akan digunakan untuk suatu produk atau jasa tertentu, atau jumlah total uang yang harus dibayar pembeli untuk memaksimalkan manfaat atau keunggulan produk dan jasa yang bersangkutan. Pengaruh kesesuaian harga pada UD. ASIKIE BAKERY ini terdapat pada jumlah roti yang dibeli dan ukuran roti tersebut. Setiap produksi roti tersebut ada takaran tersendiri di Loyang dan berat yang sama.

Pengaruh kesesuaian harga dapat dirasakan dalam berbagai usaha bisnis yang dibangun. Kesesuaian harga terkait pada demam nilai yang diberikan atau diharapkan oleh pembeli atau konsumen, atau pada produk atau layanan. Kesesuaian harga dapat dilihat dari keputusan pembelian seperti harga yang lebih tinggi dapat membuat para pembeli berfikir dua kali sebelum membeli, terutama jika mereka merasa bahwa nilai yang mereka terima tidak sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.

Selain dipengaruhi oleh kualitas produk, Harga juga dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Keputusan pembelian konsumen selanjutnya jika harga suatu produk yang sesuai atau lebih rendah dari nilai yang dirasakan oleh pembeli atau konsumen, kemungkinan besar

mereka akan lebih cenderung untuk memberi produk itu lagi (pelanggan setia) (Yuliana S. et al., 2020).

Harga adalah semua bentuk uang yang dibayarkan pelanggan untuk mendapatkan, memiliki, dan memanfaatkan berbagai barang dan jasa dari satu produk yang mudah dirawat atau disesuaikan dengan cepat. (Ratnanto 2018). Kesesuaian Harga juga dapat mengoptimalkan Laba penentuan harga yang sesuai adalah kunci untuk mengoptimalkan laba sebuah bisnis. Harga yang tepat dan dapat membantu mencapai keseimbangan antara memenuhi ekspektasi konsumen dan mencapai target keuntungan sebuah bisnis.

Kenapa penelitian ini mempengaruhi kesesuaian harga ? karena UD. ASIKIE BAKERY belum pernah melakukan pengukuran produksi pada rotinya dan hanya memikirkan untung atau *Profit* dalam penjualan tersebut. Walaupun setiap hari produksi roti kering seharusnya UD. ASIKIE BAKERY ini menghitung keuangan dalam berbisnis dari produksi, gaji karyawan hingga saat penjualan nantinya.

Variasi produk dapat dilihat mempengaruhi proses pengembangan produk yang mencakup variasi makanan dan minuman yang ditawarkan oleh pelaku usaha untuk dijual (Ade L. et al., 2023). Variasi produk mengacu pada produk yang memiliki desain atau jenis berbeda dalam perusahaan (Basar et al., 2021). Yang terdapat pada UD. ASIKIE BAKERY ini terdapat 2 jenis roti yaitu roti kering dan roti basah. Untuk roti kering tersendiri juga dibagi menjadi 2 jenis yaitu monde dan roti kacang. Monde tersebut memiliki ciri-ciri yaitu bulat berwarna kuning cerah seperti kue

nastar. Sedangkan untuk roti kacang memiliki ciri-ciri persegi berwarna putih dengan olesan susu coklat di atasnya. Untuk roti basah tergantung pada pemesanan pembeli.

Variasi produk pada roti kering ini merujuk pada variasi atau perbedaan dalam produk yang ditawarkan oleh roti kacang lainnya. Karena pengaruh variasi produk dapat dirasakan dalam berbagai aspek bisnis. Seperti UD. ASIKIE BAKERY ini membuat variasi roti monde karena jika masyarakat disana ingin merasakan atau membeli roti monde dengan harga yang terjangkau murah dapat merasakan roti tersebut. Tetapi disini untuk variasi roti kacang dengan bentuk persegi sedikit kurang menarik pembeli karena seperti pucat kurang cerah tidak seperti roti Monde yang menarik pada konsumen.

Variasi produk pada roti basah di UD.ASIKIE BAKERY ini jarang produksi karena tidak awet. Jadi, bapak dukky ini memproduksi roti basah ini sesuai permintaan konsumen jika ada acara hajatan atau kitanan pada kota lain. Dengan Harga isi 3 dijual seharga Rp. 6.000, isi 4 dijual harga Rp. 7.000. isi 5 dijual harga Rp. 8.000 dan terakhir ukuran yang besar isi 6 dijual harga Rp. 9.000 ukuran 1 isi dengan ukuran 6 cm dengan tebal 10 cm. Variasi pada kue basah ini terdapat beberapa rasa yaitu rasa coklat, strawberry, nanas, keju, dan lainnya sesuai permintaan konsumen. Dan selain variasi rasa di roti basah ini juga disediakan variasi pada topping roti seperti meses atau keju.

Merk (*Brand*) adalah nama perusahaan, logo, atau lambang untuk mengidentifikasi dan menggambarkan barang yang dijual (Dea M.j. et al., 2022). Merk berfungsi sebagai simbol perusahaan untuk membandingkan produknya dengan produk perusahaan lain dalam kategori yang sama. *Brand Image* yaitu negosiasi yang dilakukan oleh pihak pembelian, seperti kesimpulan dari asosiasi yang terjadi selama proses pembelian (Kotler, P., & Keller 2016). Seperti pada UD.ASIKIE BAKERY ini yang *Brand*-nya terbuat dari nama-nama anggota keluarganya tetapi pada saat penjualan konsumen atau pembeli lebih mengerti jenis produknya seperti roti kacang dari pada *Brand*-nya.

Pengaruh *Brand Image* adalah proses menilai dan memahami persepsi, pendapat, dan hubungan terkait suatu produk tertentu di mata konsumen atau penjual. Citra merek mencakup berbagai elemen, seperti citra visual, citra produk, nilai merek, dan pengalaman pelanggan. Dari UD. ASIKIE BAKERY logo atau desain kemasan tidak ada hanya mencantumkan nama ASIKIE BAKERY pada kemasan produk dan tertulis tanggal tempo kadawarsa pada roti kering tersebut. Analisis citra merek dapat dilakukan melalui berbagai metode penelitian, termasuk survey konsumen, wawancara pemilik usaha yaitu bapak Ducky, analisis media social, dan pengamatan perilaku konsumen. Hasil analisis ini dapat memberikan wawasan berharga untuk meningkatkan strategi pemasaran dan memperkuat hubungan pelanggan dan mengelola reputasi merek agar

merek lebih dikenal oleh pembeli atau konsumen dari pada jenis roti kacang yang dikenali.

Berdasarkan hal di atas, penelitian lebih lanjut harus dilakukan kualitas produk, kesesuaian harga dan variasi produk agar tidak menghasilkan roti yang tidak sesuai keinginan pembeli maka permintaan penjualan akan turun. Serta *Brand Image* yang akan dapat dikenal oleh kalangan wilayah nganjuk agar tidak mengenal jenis rotinya saja pada ASIKIE BAKERY ini. Maka dari pemikiran itu, penulis menjadi tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Kualitas Produk, Kesesuaian Harga, Variasi Produk, dan *Brand Image* terhadap Kepuasan Pembelian pada UD. ASIKIE BAKERI Kec. Ngronggot Kab.Nganjuk**”.

B. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kesesuaian harga, variasi produk dan *Brand Image* terhadap kepuasan pembelian di UD.ASIKIE BAKERY.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade L., Ema Nurzainul Hakimah, 2023. “Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Jumjum Thai Tea , Kediri).” 2: 425–34.
- Alma, Buchari. 2011. *manajemen pemasaran dan pemasaraan jasa: cetakan kesembelian*, Alfabeth, Bandung.
- Anang firmansyah. 2019. *pemasaran produk dan merek: cetakan pertama*. penerbit Qiara Media. Jawa timur.
- Andalusi, Ratih. 2018. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Instrumen Penunjang Laboratorium (Studi Kasus Pada PT Laborindo Sarana Jakarta).” *Jurnal Madani* 1(2): 305–22.
- Aryayuni C, Siregar T. 2019. “Pengaruh Fisioterapi Dada Terhadap Pengeluaran Sputum Pada Anak Dengan Penyakit Gangguan Pernafasaan Di Poli Anak Rsud Kota Depok. *Jurnal Keperawatan Profesional* Vol. 1 No. 1 November 2020.”
- Atina., Ema Hakimah., and Rony K. 2022. “Analisis Kualitas Produk, Harga, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow.” ... *Dan Bisnis (Simanis ...: 543–51*.
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/1853%0Ah>
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/download/1853/1427>.
- Basar, Khairul; et al. 2021. “Pengaruh Harga, Produk Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Cuka Apel Karet Pada UD.Bulan Bintang Desa Ranah Air Tiris.” *Jurnal Riset Manajemen Indonesia* 3(1): 137–48.
[file:///C:/Users/ahmad/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/A4Y19SLS/74-File Utama Naskah-323-1-10-20211019\[1\].pdf](file:///C:/Users/ahmad/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/A4Y19SLS/74-File%20Utama%20Naskah-323-1-10-20211019[1].pdf).
- Dea M.j., Ema Nurzainul Hakimah, 2022. “Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada Fintech Gopay.” *Simposium Manajemen dan Bisnis: 852–56*.
- Edy S., Ema Nurzainul Hakimah, 2023. “Perspektif Pelaku Umkm Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Produk Untuk Menciptakan Kepuasan Dan Loyalitas

- (Studi Kasus Usaha Tahu Bapak Matnuri).” *In Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi* 8: 591–600.
- Efnita, Titik. 2019. “HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA.” 14(2): 172–80.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 23. 8th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2021. *Aplikasi Analisis Multivariate*. Bandung: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Husein Umar. 2019. “Metode Riset Manajemen Perusahaan.” : Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Jaya, Handy Surya, and Gede Suparna. 2018. “Pengaruh Atmosfer Toko Dan Kesesuaian Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Temday Store Denpasar.” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 7(6): 2887. doi:10.24843/ejmunud.2018.v07.i06.p02.
- Kho, Dessy Prayogo, Fransisca Andreani. 2017. “PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN PERSEPSI NILAI SEBAGAI VARIABEL PERANTARA DI TX TRAVEL SURABAYA.”
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. “Marketing Management.” *Marketing Management: 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, In.
- Kotler and Armstrong. 2001. *prinsip-prinsip pemasaran*.
http://scholar.unand.ac.id/12558/3/Daftar_Pustakapdf.
- Kuncoro. 2013. “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Penerbit : Erlangga, Jakarta.”
- M.Muchson. 2016. *Metode Riset Akuntansi*. ed. Guepedia. Kediri: Guepedia.
- Meithiana Indrasari. 2019. “No Title.” *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*: 25–116.
- Ratnanto, Vicky eka Bhakti dan Sigit. 2018. “ANALISIS HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAPI DI KR FRAM DI DESA RAWASAN KOTA TUBAN.” : 53–54.
- riyono & budiharja. 2016. “No Title.” *pengaruh kualitas, harga, promosi dan brand terhadap keputusan pembelian produk aqua* 8 no 2 (semarang).

- Santoso, Joko Bagio. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen." *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* 16(01): 127–46. doi:10.36406/jam.v16i01.271.
- Sugiyono. 2019. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D." (bandung : Alfabeta).
- Sulistyorini, O D, and S T Rahardjo. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk, Variasi Produk, Kesesuaian Harga, Citra Merek Dan Kesadaran Merek Dalam Upaya Meningkatkan" *Diponegoro Journal of*
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/21097%0Ahttps://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/download/21097/19737>.
- Yuliana S., Ema Nurzainul Hakimah, 2020. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Ditinjau Dari Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Layanan Pada Konsumen Sate Dan Gulai Kambing Muda Di Depot Pak Eko Desa Satak, Kecamatan Puncu, Kabupaten Kediri."