

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Resto Lazatto Di Kota Dan Kabupaten Sorong

Puji Lestari^{1*}, Andi Ahriani²

^{1,2} Institut Agama Islam Negeri Sorong Papua Barat Daya, Indonesia
pujilestari2493@gmail.com^{1*}, ahriani@gmail.com²

Koresponden*

Diterima : 2026-05-02

Direvisi : 2026-05-24

Disetujui : 2026-06-29

Abstract

This study aims to analyze the effect of product quality and price on customer satisfaction at Lazatto Restaurant in Sorong City and Sorong Regency, both partially and simultaneously. The study employed a quantitative approach with an associative research design. The population consisted of all customers of Lazatto Restaurant, with a sample of 96 respondents selected using a non-probability sampling technique through accidental sampling. Data were collected through observation, questionnaires, and documentation, and were analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 31. The results indicate that product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. Meanwhile, price has a positive but insignificant effect on customer satisfaction. Simultaneously, product quality and price have a significant effect on customer satisfaction. These findings suggest that product quality is the primary factor influencing customer satisfaction at Lazatto Restaurant in Sorong City and Sorong Regency.

Keywords: Product Quality, Price, Customer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Resto Lazatto di Kota dan Kabupaten Sorong, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi penelitian adalah seluruh konsumen Resto Lazatto, dengan sampel sebanyak 96

responden yang dipilih menggunakan teknik non-probability sampling melalui accidental sampling. Data dikumpulkan melalui observasi, kuesioner, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 31. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sementara itu, harga berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan faktor utama yang memengaruhi kepuasan konsumen pada Resto Lazatto di Kota dan Kabupaten Sorong.

Keywords: Kualitas produk, Harga, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis di Indonesia semakin ketat, termasuk pada industri kuliner yang terus berkembang karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar masyarakat (Gobel et al., 2022). Salah satu sektor yang mengalami persaingan tinggi adalah restoran cepat saji, khususnya usaha yang menawarkan produk ayam goreng sebagai menu utama (Zuhro, 2022). Kondisi ini mendorong pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas produk, menetapkan harga yang kompetitif, serta menciptakan kepuasan konsumen sebagai upaya mempertahankan daya saing (Putri D & Yosepha S. Y, 2023).

Kepuasan konsumen menjadi faktor penting dalam keberhasilan bisnis. Menurut Kotler dan Armstrong, kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kualitas produk, kualitas layanan, faktor emosional, harga, dan biaya (Mariana Puspa Dewi, 2020). Di antara faktor tersebut, kualitas produk dan harga merupakan aspek yang paling sering menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian. Kualitas produk yang baik mampu meningkatkan nilai yang dirasakan konsumen, sedangkan harga menjadi indikator penting dalam menilai manfaat yang diperoleh dari suatu produk (Sumarsid & Paryanti, 2022). Selain itu, strategi penetapan harga yang tepat dapat menjadi keunggulan kompetitif dalam menghadapi persaingan pasar (Pinaraswati & Farida, 2022).

Salah satu restoran cepat saji lokal yang berkembang pesat adalah Lazatto Chicken & Burger yang berada di bawah naungan PT Setya Kuliner

Mandiri. Sejak berdiri pada tahun 2018, Lazatto telah memiliki lebih dari 800 gerai di Indonesia, termasuk 13 gerai yang tersebar di Kota dan Kabupaten Sorong (Durmawati, 2022). Lazatto menawarkan berbagai produk ayam dengan harga yang relatif terjangkau, didukung oleh penggunaan bahan berkualitas dan cita rasa yang sesuai dengan preferensi konsumen lokal.

Perkembangan Lazatto juga tidak terlepas dari fenomena boikot terhadap sejumlah produk yang dianggap terafiliasi dengan Israel setelah meningkatnya konflik Israel–Palestina sejak Oktober 2023 ((Kurniawan et al., 2024). Salah satu merek yang terdampak adalah KFC, yang menjadi sasaran boikot di berbagai kalangan masyarakat (Paramesthi & Kusumawardhani, 2024). Kondisi tersebut memberikan peluang bagi restoran lokal, termasuk Lazatto, untuk menarik konsumen yang beralih dari merek global ke produk lokal. Pergeseran preferensi konsumen ini didukung oleh kecenderungan masyarakat untuk memilih alternatif yang memiliki kualitas baik dan harga yang lebih kompetitif (Dini & Fauzatul, 2023). Penelitian Zed et al. (2024) juga menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga yang kompetitif mampu meningkatkan penjualan.

Dibandingkan dengan KFC, Lazatto menawarkan harga yang lebih terjangkau dengan karakteristik produk yang sesuai dengan selera lokal. Namun, meningkatnya jumlah konsumen juga menuntut perusahaan untuk terus menjaga kualitas produk dan kepuasan pelanggan agar mampu mempertahankan loyalitas konsumen di tengah persaingan yang semakin ketat. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Triongko et al., 2022; Pulumbara, 2023; Crismon, 2022). Akan tetapi, beberapa penelitian lain menemukan bahwa kedua variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Bachtiar, 2024; Bansaleng, 2021; Al Aliyah, 2022). Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan masih adanya kesenjangan penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Resto Lazatto di Kota dan Kabupaten Sorong.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Resto Lazatto di Kota dan Kabupaten Sorong (Sugiyono, 2017). Populasi penelitian adalah seluruh konsumen Resto Lazatto, sedangkan sampel berjumlah 96 responden yang ditentukan menggunakan rumus Lemeshow karena jumlah populasi tidak diketahui. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode accidental sampling, yaitu responden yang secara kebetulan ditemui peneliti dan telah melakukan pembelian minimal tiga kali di Resto Lazatto (Andriani, 2020; Swarjana, 2022; Khaidir et al., 2024; Machali, 2021).

Data dikumpulkan melalui observasi, kuesioner, dan dokumentasi (Mudasir, 2024; Salim, 2022). Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima poin untuk mengukur variabel kualitas produk, harga, dan kepuasan konsumen. Indikator kualitas produk meliputi freshness, presentation, taste, dan innovative food; indikator harga meliputi keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, serta kesesuaian harga dengan manfaat; sedangkan kepuasan konsumen diukur melalui repurchase, word of mouth, penciptaan merek, dan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama.

Analisis data dilakukan menggunakan SPSS versi 31 melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, serta analisis regresi linier berganda (Ghozali, 2016; Aminatus Zahriyah, 2021; Nugraha, 2022; Mardiatmoko, 2020; Sahir, 2021). Selanjutnya, koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, sedangkan pengujian hipotesis dilakukan melalui uji F untuk menguji pengaruh simultan dan uji t untuk menguji pengaruh parsial variabel kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen (Ghozali, 2016; Sahir, 2021; Sugiyono, 2017).

PEMBAHASAN

Deskripsi Data Responden

Tabel 1. Deskripsi Data Responden

No	Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase %
1.	Laki – laki	37	39%
2.	Perempuan	59	61%
	Total	96	100%
No	Usia	Frekuensi	Persentase %
1.	15 – 26	81	84%
2.	27 - 38	12	13%
3.	39 – 50	3	3%
	Total	96	100%
No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase%
1.	Pelajar	7	7%
2.	Mahasiswa	42	44%
3.	Swasta	21	22%
4.	Lainya	26	27%
	Total	96	100%
No	Frekuensi pembelian	Frekuensi	Persentase%
1.	>3 kali	73	76%
2.	3 kali	23	24%
		96	100%

Sebanyak 96 responden berpartisipasi dalam penelitian ini. Mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (61%), berusia 15–26 tahun (84%), berstatus mahasiswa (44%), dan telah melakukan pembelian lebih dari tiga kali (76%). Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa konsumen Resto Lazatto didominasi oleh kelompok usia muda dengan frekuensi pembelian yang relatif tinggi.

Instrumen Penelitian

Tabel 2. Instrumen Penelitian

Variabel	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X1)			

P1	0,655	0,1689	Valid
P2	0,614		Valid
P3	0,804		Valid
P4	0,805		Valid
P5	0,740		Valid
P6	0,707		Valid
P7	0,783		Valid
P8	0,719		Valid
Variabel Harga (X2)	R Hitung	R Tabel	Keterangan
P1	0, 687		Valid
P2	0,404		Valid
P3	0,801		Valid
P4	0,792	0,169	Valid
P5	0,762		Valid
P6	0,751		Valid
P7	0,869		Valid
P8	0,756		Valid
Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	R Hitung	R Tabel	Keterangan
P1	0, 731		Valid
P2	0,860		Valid
P3	0,794	0, 1689	Valid
P4	0,809		Valid

Variabel	Minimal Cronbach Alpha	Cronbach's Alpha
Kualitas produk	0,60	0,874
Harga		0,857
Kepuasan konsumen		0,803

Hasil uji instrumen menunjukkan seluruh item pernyataan pada variabel kualitas produk, harga, dan kepuasan konsumen dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,1689). Selain itu, seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60 sehingga dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.99919972
Most Extreme Differences	Absolute	.041
	Positive	.030
	Negative	-.041
Test Statistic		.041
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.			
1	(Constant)	1.014	1.746		.581	.563			
	X1	.413	.059	.642	7.044	<.001	.700	1.428	
	X2	.032	.049	.060	.663	.509	.700	1.428	

a. Dependent Variable: Y

Pengujian asumsi klasik juga menunjukkan bahwa data berdistribusi normal (Asymp. Sig. = 0,200 > 0,05), tidak terjadi multikolinearitas (Tolerance = 0,700; VIF = 1,428), dan tidak terdapat heteroskedastisitas (sig. > 0,05).

Pengujian Hipotesis

Tabel 5. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.014	1.746		.581	.563
	Kualitas produk	.413	.059	.642	7.044	<.001
	Harga	.032	.049	.060	.663	.509

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ($\beta = 0,413$; $t = 7,044$; $p < 0,001$). Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang dirasakan konsumen, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang diperoleh. Kualitas produk yang tercermin dari kesegaran, rasa, tampilan penyajian, dan inovasi menu mampu menciptakan pengalaman konsumsi yang positif serta mendorong pembelian ulang. Hasil ini sejalan dengan penelitian Desak Ayu Trisna Agustini (2024), Muhammad Azhari Ramadhan (2023), serta Chelsi Goris Manek dan Christina Yanita Setyawati (2021) yang menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Sebaliknya, variabel harga menunjukkan pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen ($\beta = 0,032$; $t = 0,663$; $p = 0,509$). Hal ini mengindikasikan bahwa keterjangkauan harga bukan faktor utama yang menentukan kepuasan konsumen Lazatto. Konsumen cenderung lebih mempertimbangkan kualitas produk yang diterima dibandingkan harga yang dibayarkan. Temuan ini mendukung konsep *perceived value*, di mana kepuasan lebih ditentukan oleh manfaat yang dirasakan daripada besarnya pengorbanan yang dikeluarkan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Said et al. (2025), Kaharuddin et al. (2022), dan Irvan Ardiansyah (2023).

Secara simultan, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai Fhitung sebesar 39,378 dan signifikansi $< 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,459 menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga mampu menjelaskan 45,9% variasi kepuasan konsumen, sedangkan sisanya 54,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Temuan ini mendukung *Expectation*

Disconfirmation Theory yang menjelaskan bahwa kepuasan konsumen muncul ketika kinerja produk dan nilai yang diterima mampu memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Bio Ertanto (2024), Pulumbara et al. (2023), dan Crismon Elisa dan Andy (2022) yang menemukan bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

PENUTUP

Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Resto Lazatto di Kota dan Kabupaten Sorong. Semakin baik kualitas produk yang ditawarkan, seperti kesegaran bahan, cita rasa, tampilan penyajian, dan variasi menu, maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Sementara itu, harga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, yang menunjukkan bahwa konsumen lebih mempertimbangkan kualitas produk dibandingkan aspek harga dalam menilai kepuasan. Secara simultan, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan Resto Lazatto dalam menjaga kualitas produk serta menetapkan harga yang sesuai menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan konsumen dan mendorong pembelian ulang.

Resto Lazatto perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk secara konsisten di seluruh cabang, baik dari aspek rasa, kesegaran, tampilan, maupun inovasi menu. Selain itu, perusahaan perlu menerapkan strategi harga yang kompetitif dan sesuai dengan manfaat yang diterima konsumen agar tetap mampu bersaing di pasar. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian serta menambahkan variabel lain, seperti kualitas layanan, promosi, citra merek, atau loyalitas pelanggan, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen pada industri kuliner

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianti, Windi, and Arief Maulana (2024). "The Impact Of Product Quality, Price, And Promotion On The Consumer Satisfaction Of Scarlett Whitening Serum Products." *Marketing Management Studies* 4.1
- Agustini, Desak Ayu Trisna, I. Wayan Nuada, and Sri Wahyuningsih (2024). "Pengaruh Kualitas Produk Makanan Coffee Break Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Golden Palace." *Journal Of Responsible Tourism* 4.1
- Al Aliyah, Hasna, and Budi Istiyanto (2022). "Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Minuman Noni Juice Boyolali Saat Pandemi." *Jurnal Sinar Manajemen* 9.1
- Alexander Wirapraja et al., (2021). *Manajemen Pemasaran Perusahaan (Yayasan Kita Menulis)*
- Aminatus Zahriyah , S.E., M. S., Suprianik , S.E., M. S., Agung Parmono, S.E., M. S., & Mustofa, S.E., M. S. (2021). *Ekonometrika Teknik dan Aplikasi dengan SPSS*.
- Andriani, Helmina, et al (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.
- Apriasty, Ika, dan Marina E. Simbolon. (2022) "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga (Literature Strategic Marketing Management)." *Jurnal Ilmu Multidisplin* 1.1
- Auliya, Nur Hikmatul, Et Al., (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu.
- Bachtiar, Dava Tri Agutama, (2024). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Swalayan Siliwangi Semarang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)* 13.4.
- Bansaleng, Julia Mega, Jantje L. Sepang, and Jeffry LA Tampenawas (2021). "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kartu Xl

- Di Manado." Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi 9.3
- Crismon Elisa dan Andy Andy (2022). "Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Roti Viva Bakery, Total Persada – Tanggerang". Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis 2.1
- Daga, Rosnaini (2017). "Citra Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan". Global Research and Consulting Institute.
- Darmis, M. Par (2021). Hal-Hal Yang Mempengaruhi Harga Kamar. Penerbit YLGI.
- Dewi, Mariana Puspa (2020) "Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Konsumen Pada RM. Wongsolo Malang." Iqtishoduna 16.2
- Durmawati, Sinta. (2022) "Kepuasan Konsumen Berdasarkan Pada Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk: Survei Pada Konsumen Lazatto Chicken & Burger Kawalu." ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin 1.10
- Ertanto, B. (2024). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Wafer Nabati Di Toko Zaina Di Sampit". Profit: Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan, 9. 2
- Fachreza, Khaidir Ali, et al., (2024) "Analisis Komparatif Antara Probability Dan Nonprobability Dalam Penelitian Pemasaran." Jurnal Pajak Dan Analisis Ekonomi Syariah 1.3
- Gobel, Jiartia, Irwan Yantu, dan Andi Juanna (2022). "Pengaruh Strategi Diversifikasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keunggulan Bersaing Kentucky Fried Chicken (KFC) Jl. Hb Jassin Gorontalo." JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis 5.2
- Ghozali, I (2016) Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Handayani, Langgeng Sri, dan Rahmat Hidayat (2022). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Digital Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk MS Glow Beauty." *Ikraith-Ekonomika* 5.2
- Herlina, Vivi (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Elex Media Komputindo,
- Hermawan, Mohammad Dava Rifqi, Ari Arisman, and Depy Muhamad Pauzy (2024). "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Showroom Mobil Surya Medal Group Di Kabupaten Tasikmalaya." *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi* 3.4
- Hernikasari, Innes, Hapzi Ali, and Hadita Hadita (2022). "Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga Dan Kualitas Produk." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 3.3
- Husnul, Khotimah (2020). "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Shopee Di Pt. Biro Klasifikasi Indonesia Jakarta Utara)."
- Hikmat, Jaenul, Uus Muhammad Darul Fadli, dan Laras Ratu Khalida (2023). "Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada Saung Aqiqah Cianjur." *Management Studies And Entrepreneurship Journal (MSEJ)* 4.5
- Inka Imalia dan Imelda Aprileny (2020). "Pengaruh Harga Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian". *STIE Indonesia*
- Irvan Ardiansyah (2023). "Pengaruh Harga Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Counter Indo Cell Kudus"
- Januardin, Jarungjung Hutagaol dan Nirwana Bangun (2021). "Kepuasan Pelanggan". Penerbit Universitas Prima Indonesia.
- Kaharuddin Rafika et al (2022). "Pengaruh Harga Kualitas Pelayanan Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen". *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Sosial* 16.2
- Khotimah, Husnul, Dan S. M. Doddi Prastuti (2020). "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan

Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Shopee Di PT. Biro Klasifikasi Indonesia Jakarta Utara)."

Kurniawan, R. S., Juhari, J., Zufriady, Z., & Holanda, S. (2024). Efektivitas Seruan Aksi Boikot Produk Pro Israel Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Bagi Produk Lokal. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(2).

Machali, Imam (2021). "Metode Penelitian Kuantitatif (Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif)."

Mahira, Prasetyo Hadi dan Heni Nasiti (2021). "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome". Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi 2.1

Manek, Chelsi Goris (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Longo. Diss. Universitas Ciputra Surabaya

Mardiatmoko, Gun (2020). "Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [Canarium Indicum L.])." *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan* 14.3

Mariansyah, Alvin, and Amirudin Syarif (2020). "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu." *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen* 3.2

Mudasir (2024). Wawancara Dan Observasi. In *Pembangunan Dam* (Issue July)

Nugraha, Billy (2022). Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda Dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik. Pradina Pustaka

Nurchahyo, Bagus, and Riskayanto Riskayanto (2018). "Analisis Dampak Penciptaan Brand Image Dan Aktifitas Word Of Mouth (WOM) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion." *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis* 3.1

- Nurjanah, Siti, et al., (2021). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Padang Talago Biru Padasuka." *Journal Competency of Business* 5.02
- Pandiangan, Ferawita, and Puspita Chairun Nisa (2024). "The Effect Of Product Quality, Service Quality And Price Perception On Customer Satisfaction." *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 12.3
- Pinaraswati, Sandra Oktaviana, et al., (2022). "The Analysis Of Service Quality Impact On Customers'satisfaction (Case Study Of "Mas Alief" Automotive Workshop Bangkalan.)." *International Journal Of Economics, Business And Accounting Research (Ijebar)* 6.1
- Pulumbara Gracia Florentina, Fitriani Latif dan Bahrul Ulum Ilham (2023). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Minuman JR Tea". *Jurnal Manuver: Akuntansi Dan Manajemen* 1.1
- Putri, Dewi, dan Sri Yanthy Yosepha (2023). "Pengaruh Promosi Instagram Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Cepat Saji Burger King Di Jatiasih." *Jurnal Ilmiah M-Progress* 13.1
- Paramesthi, Kanigara Tarisananda, dan Leonita Kusumawardhani (2024). "Persepsi Konsumen Terhadap Brand Reputasi Kentucky Fried Chicken (KFC) Dalam Gerakan Boikot." *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3.4
- Rahardjo, Dedy Tri, and Anton Eko Yulianto (2022). "Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Setan Di Surabaya." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)* 11.8
- Ramadhan Muh, Suhardi M. Anwar dan Andi Rizkiyah Hasbi (2023), "Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan aroma malaja 7.2
- Rio Putra (2021). "Determinasi Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran)". *JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 2.4

- Riyanti, Dini, dan Fauzatul Laily Nisa (2024). "Dampak Aksi Boikot Produk Berafiliasi Israel Terhadap Pertumbuhan Produk Lokal Di Era Konflik Israel-Palestina." *Diponegoro Journal Of Islamic Economics And Business* 3.2
- Sa'adah, Lailatus (2020). "Kualitas Layanan, Harga, Citra Merk Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen". Lppm Universitas Kh. A. Wahab Hasbullah,
- Said Miranti Ar dan Marten Puyo (2025). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening: Studi Pada Toko Abadi Kecamatan Gadung Kabupaten Buol". *JISMA: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, dan Akuntansi* 3.4
- Sahir, Syafrida Hafni (2021). *Metodologi Penelitian*. Penerbit KBM Indonesia
- Salim, Andy Salsabila, and Zikrur Rahmat (2022). "Peran Guru Pendidikan Jasmani Terhadap Pembelajaran Kepramukaan Di Sman 1 Baitussalam Aceh Besar." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan* 3.1
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarsid, Sumarsid, dan Atik Budi Paryanti (2022). "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi)." *Jurnal Ilmiah M-Progress* 12.1
- SM, Tenri Syafira, Sudarman Sudarman, dan Noor Ellyawati (2024). "Pengaruh Harga Dan Promosi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Oentha." *Jurnal Prospek: Pendidikan Ilmu Sosial dan Ekonomi* 6.1
- Swarjana, I. Ketut, and MPH SKM (2022). *Populasi-Sampel, Teknik Sampling & Bias Dalam Penelitian*. Penerbit Andi.
- Triongko, Budi, Untung Widodo, dan Maduretno Widowati (2022). "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Aki Incoe PT Meka

- Adipratam Di Kota Semarang)." Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi (EMBA) 1.2
- Vivid Dekanawati et al., (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Diklat Kepabenen Terhadap Kepuasan Peserta Pelatihan.Jurnal Saintek Maritim, 161
- Winata, Priguna (2024). "Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Burger King di Palembang." Konsumen & Konsumsi: Jurnal Manajemen 3.2
- Yuliarahma, Afifah, dan Andri Nurtantiono (2022). "Analisis Pengaruh Brand Image, Price Discount, Package Bonuses Dan Kualitas Produk Terhadap Impulse Buying Pada Produk Oriflame." Juremi: Jurnal Riset Ekonomi 2.4
- Yulinda, Ade Tiara, Erwin Febriansyah, dan Fenti Sukma Riani (2021). "Pengaruh Store’S Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nick Coffee." Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis 9.1
- Zed, Etty Zuliawati, et al., (2024). "Pengaruh Penetapan Harga Kompetitif Dan Kualitas Produk Pada Peningkatan Penjualan Lazatto-Chicken & Burger Di Cikarang Utara." Economics And Digital Business Review 5.2
- Zuhro, Zafifatus, dan Budiyanto Budiyanto (2022). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ayam Goreng Crispy (Studi Pada Dynes Fried Chicken Cabang Kaliasin Surabaya)." Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM) 11.9.