

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada MIXUE Ice Cream & Tea

¹*Putri Amanda

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia
putriaman95@gmail.com

²Natal Indra

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia
natal.nia@bsi.ac.id

Alamat: Jl. Kramat Raya No.98, RT.2/RW.9, Kwitang, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10450

Korespondensi penulis: putriaman95@gmail.com

Abstract: *This research aims to find out how much influence product quality and service quality have on customer satisfaction at Mixue Ice Cream & Tea. The research method used is a quantitative method approach with data collection techniques using non-probability sampling with a population of 100 respondents and samples taken using the Slovin formula, namely 50 respondents. Data collection used a questionnaire on a Likert scale. Data processing uses SPSS 26 software for instrument testing, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. Based on the research results, it is known that product quality and service quality have a partially significant influence on customer satisfaction. Apart from that, it is also known that product quality and service quality simultaneously have a significant effect on customer satisfaction.*

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Mixue Ice Cream & Tea. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan data menggunakan *non probability sampling* dengan populasi 100 responden dan diambil sampel menggunakan rumus Slovin, yaitu sebanyak 50 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dalam satuan skala Likert. Pengolahan data menggunakan software SPSS 26 untuk uji instrumen, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, diketahui juga bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

1. LATAR BELAKANG

Pada era sekarang ini, produk makanan dan minuman semakin beragam dan banyak digemari oleh masyarakat, salah satu jenis makanan dan minuman paling banyak dicari adalah minuman yang kekinian. Minuman kekinian seperti boba tea, es kopi susu, dan berbagai jenis smoothies sedang menjadi tren di kalangan masyarakat, terutama di kalangan muda. Cita rasa yang enak, tampilan yang menarik, dan inovasi yang terus-menerus dalam penyajiannya membuat minuman-minuman ini cepat populer dan diminati. Namun, itu juga mengarah pada persaingan yang ketat. Akibat meningkatnya popularitas di industri minuman, pelaku usaha semakin menghadapi tantangan dan ancaman. Setiap model bisnis minuman perlu menciptakan strategi yang efektif agar dapat

menang dalam persaingan. Mixue Ice Cream & Tea sebagai salah satu industri minuman kekinian juga turut meramaikan tren ini.

Menurut (Dahlia & Ahwal, 2021) kualitas suatu produk ditentukan oleh kapasitasnya untuk memberikan outcome atau kinerja yang melebihi harapan pelanggannya. Kualitas produk menjadi komponen utama yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggannya. Produk berkualitas tinggi dapat memenuhi harapan pelanggan, dan meningkatkan kepercayaan mereka terhadap perusahaan. Sebaliknya, jika menerima produk tidak memuaskan, pelanggan lebih cenderung merasa kecewa.

Menurut (Santoso, 2019) bahwa kualitas pelayanan ialah standar tingkatan dari keunggulan yang dapat diharapkan dan bagaimana tingkat standar tersebut dikelola untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Menurut (Muafatun et al., 2022) Kualitas pelayanan merupakan suatu keadaan dinamis yang berhubungan langsung dengan komoditas, jasa dan sumber daya manusia. Selain itu, proses dan lingkungan yang mampu memenuhi atau melebihi kualitas pelayanan yang dibutuhkan.

Menurut (Farizky et al., 2022) kepuasan pelanggan adalah perasaan puas atau tidak puas seseorang atas hasil perbandingan antara harapan dan perilakunya serta bagaimana mereka percaya produk untuk melakukan (hasil) dengan ekspektasi mereka. Menurut (Ahyani, 2022) kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai tingkat kebahagiaan atau ketidakpuasan mereka setelah perbandingan kinerja yang diharapkan produk dengan kinerja yang diharapkan. Salah satu cara efektif bagi perusahaan untuk memahami kebutuhan pelanggannya yaitu dengan meningkatkan jumlah pelanggan agar dapat dicapai secara efektif dengan menyediakan produk-produk dan juga layanan yang terbaik.

2. KAJIAN TEORITIS

Kualitas Produk

Kualitas produk didefinisikan oleh (Husnul Khotimah, 2020) sebagai kapasitas suatu produk dalam melakukan tujuan tertentu, yang dapat meliputi fitur-fitur seperti kesederhanaan penggunaan, kemampuan perbaikan, daya tahan, dan akurasi.. Menurut (Pratama & Prabowo, 2023) adalah situasi dinamis yang menggabungkan barang, tenaga kerja, orang, dan lingkungan untuk memenuhi kebutuhan setiap pelanggan. Saat ini, setiap produsen memahami pentingnya kualitas produk yang sangat baik dalam memenuhi harapan klien di semua kategori produk yang ditawarkan untuk dijual.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk ditentukan oleh keadaan fisik, fungsional, dan karakteristik suatu produk, apakah itu alat atau layanan, dan harus memenuhi standar kualitas yang diharapkan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan studi sebelumnya yang dilakukan oleh (Juwanto, 2020) yang juga menemukan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan kesimpulan tersebut maka diajukan hipotesis sebagai berikut :

H1: Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Mixue Ice Cream & Tea.

Kualitas Pelayanan

Menurut (Majid et al., 2021) kualitas pelayanan ialah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang mempunyai kemampuan memenuhi kebutuhan pelanggan serta memberikan kepuasan. sementara itu, (Wibowati, 2021) menyatakan bahwa pelayanan merupakan setiap tindakan atau aktivitas yang ditawarkan oleh satu pihak pada pihak lain yang intinya tidak berwujud dan tidak membentuk kepemilikan apapun.

Berdasarkan pendapat beberapa ahli tersebut, bisa disimpulkan bahwa kualitas pelayanan itu ditentukan oleh penilaian pelanggan terhadap adanya selisih antara ekspektasi dengan realita atas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa, entah itu secara sebagian maupun secara keseluruhan.

Dari hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Putri N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021) Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H2: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Mixue Ice Cream & Tea.

Kepuasan Pelanggan

Menurut (Nugraha & Sumadi, 2020) , bahwa kepuasan pelanggan berasal dari keadaan psikologis ketika emosi yang terkait dengan harapan konsumen tidak selaras dengan perasaan yang muncul dari penggunaan aktual produk atau layanan. Mereka mengklarifikasi bahwa reaksi emosional pelanggan terhadap pengalaman yang melibatkan barang atau jasa yang mereka beli dikenal sebagai kepuasan pelanggan. Menurut (Farizky et al., 2022) , kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai perasaan puas atau tidak puas yang

muncul dari perbandingan antara persepsi individu tentang kinerja produk (hasil) dengan harapan mereka.

Menurut para ahli, seseorang merasa puas ketika kebutuhan atau keinginan mereka terpenuhi dengan cara yang tepat atau konsisten, dan mereka merasakan kepuasan dari penggunaan barang atau jasa tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh (Safitri, A., Zahroh, F., Naufaliadi, R., Nugroho, R. T., Sofyan, M., Rahmawati, N. F., & Maulina, A. (2022)., menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan pengalaman pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sofyan Frozen.

H3: Kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Mixue Ice Cream & Tea.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan data menggunakan *non probability sampling* dengan populasi 100 responden dan diambil sampel menggunakan rumus Slovin, yaitu sebanyak 50 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dalam satuan skala Likert. Teknik analisis data meliputi uji instrumen, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Pengolahan data menggunakan software SPSS 26.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir Pertanyaan	R Hitung	R Tabel 5%	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	1	0,490	0,279	Valid
	2	0,525	0,279	Valid
	3	0,588	0,279	Valid
	4	0,660	0,279	Valid
	5	0,773	0,279	Valid
	6	0,519	0,279	Valid
	7	0,514	0,279	Valid
	8	0,772	0,279	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	1	0,539	0,279	Valid
	2	0,702	0,279	Valid
	3	0,737	0,279	Valid
	4	0,634	0,279	Valid
	5	0,706	0,279	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	1	0,465	0,279	Valid
	2	0,675	0,279	Valid
	3	0,504	0,279	Valid
	4	0,687	0,279	Valid
	5	0,712	0,279	Valid
	6	0,525	0,279	Valid
	7	0,784	0,279	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 pada tahun 2024

Berdasarkan hasil uji validitas, nilai r tabel yang digunakan adalah 0,279 dengan tingkat signifikansi 5%. Data dianggap valid karena nilai r hitung untuk setiap indikator pertanyaan pada setiap variabel lebih besar dari nilai r tabel, sesuai dengan kriteria yang dinyatakan (Sugiyono, 2017) dalam penelitian ini.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Reliabilitas
Kualitas Produk (X1)	0,753	8	Baik
Kualitas Pelayanan (X2)	0,685	5	Baik
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,692	7	Baik

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 pada tahun 2024

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA MIXUE ICE CREAM & TEA**

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, semua variabel dikategorikan baik atau reliabel, karena data dianggap valid jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6 (Nuzulia, 2019).

Uji Hipotesis Secara Parsial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,759	2,021		,375	,709
	Kualitas Produk	,592	,056	,720	10,573	,000
	Kualitas Pelayanan	,411	,085	,331	4,853	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 pada tahun 2024

Dari tabel diatas, kualitas produk diperoleh nilai t hitung 10,573 > nilai t tabel 2,011. dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, dengan ini hipotesis nol (H0) ditolak dan H1 diterima, menunjukkan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Mixue Ice Cream & Tea.

Dan kualitas pelayanan diperoleh nilai t hitung 4,853 > t tabel 2,011. dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, dengan ini hipotesis nol (H0) ditolak dan H2 diterima, menunjukkan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Mixue Ice Cream & Tea.

Uji Hipotesis Secara Simultan

**Tabel 3. Hasil Uji F
ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	419,420	2	209,710	104,212	,000 ^b
	Residual	94,580	47	2,012		
	Total	514,000	49			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 pada tahun 2024

Pada uji hipotesis secara simultan, diperoleh nilai F hitung $104,212 >$ nilai F tabel 3,20, serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, yang menunjukkan bahwa hipotesis (H3) diterima. Hal ini bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Mixue Ice Cream & Tea.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, temuan penelitian, dan diskusi sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan, sebagai berikut:

- a. Secara parsial, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Mixue Ice Cream & Tea.
- b. Secara parsial, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Mixue Ice Cream & Tea.
- c. Secara silmutan, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Mixue Ice Cream & Tea.

Saran

- a. Bagi Perusahaan

Untuk Mixue Ice Cream & Tea agar selalu menjaga kualitas produk yang ada dan terus meningkatkan kualitas pelayanan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Hal ini dapat memperkuat kepuasan pelanggan dan mempertahankan pangsa pasar.

- b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk menambahkan variabel-variabel lain dalam penelitian selanjutnya, mengingat masih banyak faktor lain yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di industri makanan dan minuman, seperti harga, lokasi gerai, promosi, dan preferensi individual pelanggan.

DAFTAR REFERENSI

- Agerfalk. (2019). Pengertian Kualitas Kualitas Pelayanan. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 8–29.
- Ahyani, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumenpada Dapuruma Di Masjid Raya Bintaro Jaya Tangerang Selatan. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(3), 694–701. <https://doi.org/10.37481/sjr.v5i3.523>

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA MIXUE ICE CREAM & TEA**

- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado the Influence of Brand Image, Promotion and Service Quality on Consumer Purchase Decisions on Tokopedia E-Commerce in Manado. *663 Jurnal EMBA*, 9(2), 663–674.
- Azizah, L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keberlangsungan Usaha. *Universitas Internasional Batam UIB Repository*, 2017, 5–24.
- Dahliani, Y., & Ahwal, R. H. (2021). Kajian Pengaruh Kualitas Produk Harga, Lokasi, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Gieselin Food Sukses Makmur di Jember. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(1), 181–189. <https://stp-mataram-e-journal.id/JIP/article/view/618>
- Deepublish. (2021). Teknik Pengambilan Sampel dalam Penelitian. *Penerbitbukudeepublish*, 40–54.
- Farizky, M. Ibnu, Thalib, S., & Hendratni, T. W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Kepuasan Pelanggan Di “What’S Good Coffee”. *JIMP : Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 2(2), 92–103. <https://doi.org/10.35814/jimp.v2i2.3514>
- Husnul Khotimah, D. P. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi kasus pelanggan shopee di PT. Biro klasifikasi Indonesia Jakarta Utara). *SI Manajemen*, 1–21.
- Imran, C. (2021). Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 24–36. <http://repository.stei.ac.id/>
- Indah Handaruwati. (2021). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kuliner Lokal Soto Mbok Geger Pedan Klaten. *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 16–33. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v3i2.45>
- Irawan. (2021). *PENGARUH NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus di Toko NN Garut) MOCH HADIYAN AL GIBRANI RAMAYANI YUSUF*. 3(1), 35–46. <http://jurnaltsm.id/index.php/EJMSTSM>
- Jurnal, B. P., Publikasi, D., Kurniawan, S., Chandra, R., Tinggi, S., Ekonomi, I., Jakarta, I., Kayu, J., & No, J. (2020). Jurnal Manajemen STEI Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan yang di Mediasi Citra Merek (Studi Kasus E-Wallet DANA di Pabrik Mie). *BPJP) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta*, 03(01), 14–28.
- Khusuma, D. T., & Utomo, H. (2021). Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Venice Pure Aesthetic Clinic Salatiga. *Among Makarti*, 13(2), 78–88. <https://doi.org/10.52353/ama.v13i2.199>
- Kualitas, A., Terhadap, P., Pelanggan, K., Metode, D., Quality, S., Cafe, P., Kakao, D., Andreyanto, Y., & Tanggap, D. (n.d.). *Yuyud Andreyanto , Maheni Ika Sari , SE . MM , Yohanes GW , SE . MM Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember Email : yuyudandre1@gmail.com.*

- Liana, T. U., Saputra, N., & Al Firah, A. F. (2023). Pengaruh Citra Merk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pt. Expravet Nasuba Medan. *Jurnal Bisnis Corporate*, 8(1), 100–110. <https://doi.org/10.46576/jbc.v8i1.3606>
- Majid, A., Fazal V, A., Oktavianti, A. E., Rista, M. A., & Santika, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken Cabang Lamongan). *Management, and Business Research*, 2(1), 214–226. www.jember.umla.ac.id
- Manurung, F. E., & Harahap, M. I. (2022). Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM). *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 1365–1371.
- Muafatun, Muhammad Syaifulloh, & Hendri Sucipto. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Dan Disiplin Kerja Terhadap Kepuasan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(3), 387–399. <https://doi.org/10.55606/jimak.v1i3.520>
- Nababan, T. M., & Alamanda, G. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Kepuasan Konsumen Kartu Telkomsel Terhadap Loyalitas Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Labuhanbatu. *Prosiding Seminar Nasional FEB UNIKAL*, 901–912.
- Nida Salma Fahriani, & Intan Rike Febriyanti. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan di Apotek Bunda Cikembar. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(3), 1–11. <https://doi.org/10.55606/optimal.v2i3.431>
- Nugraha, M., & Sumadi, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pasien di Rumah Sakit Type C Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 11(2), 97–102. <https://doi.org/10.36982/jiegmk.v11i2.1190>
- Nuzulia, A. (2019). Uji Reliabilitas - formula Cronbach Alpha. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
- Oktrichaendy, F. O., Pradhanawati, A., & Waloejo, H. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Lost In Coffee Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 452–460. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34971>
- Pratama, G. H., & Prabowo, R. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 160–170.
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 290–299. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Romadon, A. S., Pramusinto, M. A., & Kamelia, S. nur. (2023). Pengaruh kualitas produk, terhadap keputusan pembelian melalui Shopee. *Solusi*, 21(3), 672.
- Safitri, A., Zahroh, F., Naufaliadi, R., Nugroho, R. T., Sofyan, M., Rahmawati, N. F., & Maulina, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Customer

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA MIXUE ICE CREAM & TEA**

- Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Sofyan Frozen. *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management*, 2(2), 470–478. <https://doi.org/10.53363/buss.v2i2.99>
- Safitri, L., & Yuni, L. R. (2022). Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Umkm Di Kec. Pangkatan. *Prosiding Seminar Nasional Feb Unikal*, 571–580. <https://proceeding.unikal.ac.id/index.php/unc/article/view/1383>
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Saptutyningsih dan setyaningrum. (2019). Metode Penelitian. *Metoda Penelitian*, 1–9. [http://repository.stei.ac.id/1738/4/BAB III.pdf](http://repository.stei.ac.id/1738/4/BAB%20III.pdf)
- Sugiono. (2019). Bab iii metoda penelitian. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3, 1–9.
- Sugiyono. (2017). *Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Lokasi dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada JNE Cabang Matraman)*. 121–123.
- Sugiyono. (2018). Teori Rumus regresi. *Metode Penelitian*, 34–51.
- Suwarsa, T. (2021). Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018-2020. *Jurnal Akuntansi*, 51(1), 1–15.
- SYARI, F. (2022). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 32–41.
- Ume, G., Mandey, S. L., & Tawas, H. (2022). Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Penumpang Kapal Majestic Dan Kapal Saint Marry Di Pelabuhan Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 154. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.39980>
- Wibowati, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 15–31. <https://doi.org/10.36546/jm.v8i2.348>
- Widiarta, I. K., & Mayasari, N. M. D. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Zodiac Coffee & Co Cabang Karangasem. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 585–592. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.59132>
- Yusri, A. Z. dan D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Rahayu Demak Skripsi. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 809–820.