

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, SERTA HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN THE CORNELIA'S AUTHENTIC FAMILY CUISINE

Rimba Fadha Sedy Perdana^{1*}, Emmywati²

^{1,2}Progam Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika, Surabaya
email: ¹⁾ rimbafadha@gmail.com, ²⁾ emmywati61@gmail.com

Article Info

Article history:

Received : 28 - 07, 2023

Revised : 28 - 08, 2023

Accepted : 30 - 08, 2023

Keywords:

Customer Satisfaction, Price,
Product Quality, Service
Quality.

ABSTRACT

In the backdrop of economic and technological advancements and the intense global competition in the business world, companies strive to outcompete their rivals by offering customers more satisfactory goods and services at competitive prices. This competition serves a dual purpose of attracting new customers and retaining existing ones. This study aims to investigate the relationship between pricing, product quality, service quality, and overall customer satisfaction. The participants in this study have willingly contributed their time and insights, specifically customers of The Cornelia's Authentic Family Cuisine. A purposive sampling method was employed to select fifty respondents based on specific criteria. In this research, the analytical approach used is multiple linear regression analysis. The research findings reveal that pricing, product quality, and service quality all have a significant and positive impact on the level of customer satisfaction at Cornelia's Authentic Family Cuisine. Consequently, this study establishes a direct correlation between customer satisfaction and the quality of both the product and the service, as well as pricing.

This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



*Corresponding Author:

Rimba Fadha Sedy Perdana

Progam Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika

Email: rimbafadha@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Perusahaan wajib menawarkan inovasi baru agar tetap kompetitif, baik dalam hal produk ataupun layanan yang lebih menarik ataupun dalam hal membuat hidup pelanggan mereka lebih mudah. Ini dilaksanakan untuk memperoleh pelanggan baru dan mempertahankan yang sudah ada. Sehingga pelanggan yang telah senang dengan barang ataupun jasa yang telah mereka beli dapat terus mengadakannya.

Semakin banyak bisnis yang bersaing satu sama lain di industri makanan ketika semakin banyak bisnis yang terlibat, baik online maupun offline, termasuk perusahaan pesan antar kafe dan restoran. Ini memaksa organisasi untuk perlu meningkatkan dan mengembangkan sifat layanan mereka untuk membangun kepuasan serta memenangkan hati pelanggan sehingga mereka mampu bertahan dalam persaingan bisnis. Layanan pesan antar makanan disediakan oleh perusahaan pesan antar kafe dan restoran dari tempat asal ke tempat tujuan.

Di Surabaya sendiri terdapat banyak perusahaan café and resto delivery order yang beroperasi. Café and resto delivery order di Surabaya yang sering mendominasi termasuk ada *bon ami*, *Pizza hut*, *Pizza Dimono*, *McDonald's*, *KFC*. Banyak peneliti yang tertarik untuk meneliti The Cornelia's Authentic Family Cuisine, salah satu penyedia jasa pesan antar makanan di Surabaya, mengingat persaingan industri yang sangat ketat.

Pelanggan memiliki banyak pilihan ketika wajib memilih kafe dan restoran untuk pesanan pengiriman di masa sekarang. Pelanggan membeli produk dan layanan yang menyertainya. Pelanggan akan puas apabila diperlakukan dengan sopan, penuh kasih sayang, penuh perhatian dan serius. Ini akan mendorong mereka untuk membeli produk dan layanan dan mempertahankan loyalitas merek. Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk jenis strategi promosi yang diaplikasikan, kualitas produk yang ditawarkan, dan kualitas layanan perusahaan.

Alexander (2007) mempromosikan koordinasi upaya penjual untuk menciptakan berbagai saluran informasi serta persuasi dalam konteks menjual produk ataupun jasa ataupun memperkenalkan konsep. Manajemen strategis ialah suatu bentuk perencanaan yang akan dilaksanakan oleh organisasi. Kepuasan pelanggan dan strategi promosi yang dijalankan dengan baik dipengaruhi secara positif oleh penggunaan produk berkualitas tinggi. Dari perspektif Kotler & Armstrong (2018), produk ialah segala sesuatu yang bisa dijual dalam memenuhi permintaan ataupun kebutuhan pasar. Produk ialah segala sesuatu yang bisa dijual ke pasar dalam memenuhi permintaan ataupun kebutuhan. Apabila sebuah perusahaan yang menjual barang ataupun jasa memiliki kualitas layanan yang luar biasa di berbagai departemen namun tidak dapat menjaga kualitas produknya, itu akan sia-sia, terutama untuk restoran yang tidak mempergunakan bahan segar dan berkualitas tinggi.

Dalam penelitian ini, tujuan utama adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam pesanan pesan antar di The Cornelia's Authentic Family Cuisine Surabaya. Tujuan ini mencakup tiga aspek utama: pertama, untuk menentukan hubungan antara kualitas layanan dan tingkat kepuasan pelanggan; kedua, untuk mengevaluasi pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dalam layanan pesan antar; dan ketiga, untuk menganalisis pengaruh harga terhadap tingkat kepuasan pelanggan dalam pesanan pesan antar Cornelia's Original Family Cuisine. Dengan mencapai tujuan ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dan membantu meningkatkan kualitas layanan dan produk dalam konteks pesan antar restoran.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Harga

Harga ialah sebuah nominal yang ditetapkan untuk bisa mengadakan proses transaksi yang berhubungan dengan beberapa manfaat suatu barang. Dalam mengadakan transaksi tersebut ada suatu harga yang menentukan, mengkaitkan ataupun mengkolaborasikan antara barang yang di perjual belikan kepada konsumen. Terbentuk pelayanan tersebut dapat berupa dengan barang ataupun jasa yang menawarkan.

Harga secara umum dikaitkan adanya suatu strategi marketing manajer dalam mengadakan ataupun meningkatkan penjualan. Kewajiban / strategi dalam menentukan harga salah satu langkah yang sangatlah penting, karena adanya kewajiban tersebut harga sangatlah menentukan kenaikan ataupun penurunan minat beli konsumen (Fitriani et al., 2020).

Karena pekerjaan Tjiptono (2017) pada sejumlah dimensi harga strategis, harga ialah salah satu bagian dari bauran pemasaran yang perlu dipertimbangkan dengan cermat, yaitu:

- a. Harga termasuk aspek nilai suatu produk (*a statement of value*).
- b. Harga termasuk aspek yang terlihat jelas bagi para konsumen ataupun konsumen.
- c. Harga ialah penentu permintaan utama.
- d. Harga yang berkaitan langsung dengan omzet dan laba yang diinginkan.
- e. Harga bersifat variabel.
- f. Harga mempengaruhi citra dan kelayakan suatu produk.
- g. Harga ialah masalah yang nomor satu dihadapi para manajer.

2.2. Kualitas Pelayanan

Kotler menguraikan dalam Azhar et al. (2021) bahwa persepsi pelanggan wajib menjadi titik awal kualitas pelayanan. Pernyataan ini menunjukkan bahwa persepsi kualitas oleh konsumen lebih penting daripada persepsi kualitas layanan. Kualitas produk ialah karakteristik produk ataupun jasa yang bergantung pada kemampuan yang dinyatakan ataupun tersirat untuk memuaskan konsumen (Kotler & Armstrong, 2016). Dengan kata lain, karakteristik suatu produk ataupun layanan ialah kualitasnya.

Dari perspektif Kotler (2005), sebagaimana dikutip dalam Fardiani (2013), kualitas administrasi ialah setiap kegiatan ataupun gerakan yang bisa ditunjukkan dengan melibatkan pihak lain, secara teoritis fundamental, dan tidak melahirkan kepemilikan. Berbeda dengan Tjiptono (2017), (Mariansyah & Syarif, 2020) mendefinisikan kualitas layanan sebagai pemahaman tentang kualitas layanan itu sendiri sebelum memperluasnya untuk mencakup kesesuaian penggunaan dan kesesuaian dengan persyaratan.

2.3. Kualitas Produk

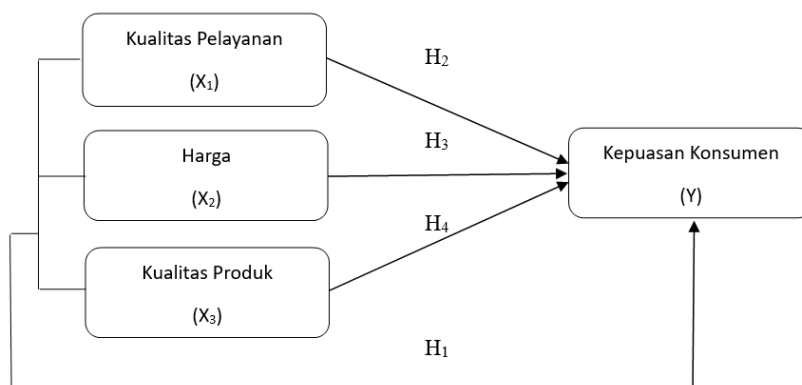
Dari perspektif Kotler & Armstrong (2018), produk ialah segala sesuatu yang bisa dijual ke pasar untuk memuaskan keinginan ataupun kebutuhan. Produk mencakup barang berwujud, layanan, pengalaman, acara, orang, lokasi, aset, organisasi, data, dan konsep. Konsekuensinya, produk dapat berwujud, seperti layanan, ataupun berwujud, seperti garmen, makanan, dll. Semua produk dirancang dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Pelanggan membeli produk tidak hanya dalam memenuhi kebutuhan mereka, namun juga keinginan mereka.

Mullins Jhon et al. (2005) Untuk mempertahankan keunggulan pasarnya, sebuah bisnis wajib memahami dimensi yang diaplikasikan konsumen untuk membedakan produknya dari para pesaingnya. Dimensi kualitas produk ialah sebagai berikut: fitur, daya tahan, khasiat, dan kepatuhan terhadap spesifikasi.

2.4. Kepuasan Pelanggan

Dari perspektif Kotler & Armstrong (2018), produk ialah segala sesuatu yang bisa dijual ke pasar untuk memuaskan keinginan ataupun kebutuhan. Produk mencakup barang berwujud, layanan, pengalaman, acara, orang, lokasi, aset, organisasi, data, dan konsep. Konsekuensinya, produk dapat berwujud, seperti layanan, ataupun berwujud, seperti garmen, makanan, dll. Semua produk dirancang dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Pelanggan membeli produk tidak hanya dalam memenuhi kebutuhan mereka, namun juga keinginan mereka. Mullins Jhon et al. (2005) Untuk mempertahankan keunggulan pasarnya, sebuah bisnis wajib memahami dimensi yang diaplikasikan konsumen untuk membedakan produknya dari para pesaingnya. Dimensi kualitas produk ialah sebagai berikut: fitur, daya tahan, khasiat, dan kepatuhan terhadap spesifikasi.

2.5. Kerangka Konsep Penelitian



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis :

- Adanya pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen The Cornelia's Authentic Family Cuisine.
- Adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen The Cornelia's Authentic Family Cuisine.
- Adanya pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen The Cornelia's Authentic Family Cuisine.
- Adanya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen The Cornelia's Authentic Family Cuisine.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ialah cara yang diaplikasikan seorang peneliti untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan jenis penelitian, cara pengumpulan data, wilayah penelitian, sumber data yang akan teliti, dan metode yang diaplikasikan. analisis data.

3.1. Metode Penelitian

Metode yang dilaksanakan dalam penelitian ini ialah metode kualitatif. Memahami peristiwa yang dialami objek secara keseluruhan dalam kaitannya dengan perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll. Metode deskriptif mengikuti metode alami. Studi ini akan memberikan gambaran tentang analisis kepuasan pelanggan.

3.2. Teknik Pengumpulan Data

- a. Wawancara
Penulis datang ke kantor The Cornelia's Authentic Family Cuisine Sarana untuk mengadakan kajian dan mengadakan wawancara dengan beberapa pelanggan yang telah menjadi pelanggan dengan tujuan untuk memperoleh data primer kualitatif melalui penggunaan metode wawancara dalam penelitian ini.
- b. Studi Pustaka
Penelitian ini didukung oleh data sekunder yang penulis peroleh dari buku, jurnal, dan sejumlah sumber referensi.

3.3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Jl. Wisma Permai Tengah I blok. EE no. 46, Surabaya, dengan brand perusahaan "The Cornelia's Authentic Family Cuisine".

3.4. Sumber Data

Data penelitian diperoleh langsung dari hasil riset langsung ke konsumen data ini berasal dari referensi artikel, buku, ataupun referensi dari lainnya. Dan data tersebut diperoleh dari hasil observasi The Cornelia's Authentic Family Cuisine terkait penelitian yang dilaksanakan. Dari data tersebut banyak yang kami kumpulkan dan kami riset untuk selanjutnya menganalisis kepuasan pelanggan The Cornelia's Authentic Family Cuisine.

3.5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis penelitian kualitatif mencakup berbagai langkah yang dilaksanakan dalam rangka mengelola data, mengklasifikasikan data dari berbagai sumber yang dikelola, melakukan interpretasi, serta menyusun hasil penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan aspek yang dianggap penting untuk diselidiki dan diputuskan, sehingga informasi yang ditemukan dapat dibagikan kepada pihak lain, termasuk konsumen.

Setelah proses pengumpulan data, dilakukan analisis mendalam, penelitian, dan tinjauan cermat terhadap data yang relevan yang berkaitan dengan The Cornelia's Authentic Family Cuisine. Langkah selanjutnya, setelah analisis ini selesai, peneliti akan merangkum temuan dari tingkat masalah yang lebih umum hingga masalah yang lebih khusus.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Banyak konsumen The Cornelia's Authentic Family Cuisine yang beranggapan bahwasanya harga jual produk the cornelias lebih mahal dibandingkan dengan harga jual di tempat lainya, namun the cornelias memiliki cita rasa yang khas di pasaran pada umumnya dengan packing ataupun produksi kami yang inovatif dan kreatif membuat produk kami berani bersaing dengan lainnya. Sehingga konsumen membeli produk kami untuk ingin merasakan cita rasa dari produk the cornelias itu sendiri dan juga produk hampers khususnya yang dimiliki the cornelias ini banyak diminati dari berbagai kalangan ataupun usia. Maka dari itu the cornelias membuat ataupun menetapkan standart pelayanan, produk serta harga jual kami sesuai dengan pasaran dan juga sesuai dengan cita rasa yang kami saapabilan untuk konsumen agar konsumen merasa puas dan nyaman apabila memesan di The Cornelia's Authentic Family Cuisine.

Berikut hasil wawancara dengan konsumen The Cornelia's Authentic Family Cuisine mengenai kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan :

- a. Tanggapan customer kalangan menengah keatas : *"harga memang dibilang mahal masuk di kalangan menengah keatas, tapi dengan harga tersebut saya tidak merasa kemahalan karna worth it dari perspektif saya dengan cita rasa yang khas dimiliki The Cornelia's Authentic Family Cuisine miliki, packing yang menarik, pengiriman juga cepat dan aman sampai tujuan, ya walaupun untuk ongkir masih mahal tapi tidak masalah bagi saya. jadi sangat worth it semua itu saya memperoleh pelayanan dan kualitas produk yang bagus"*.
- b. Tanggapan customer kalangan perusahaan, PT, CV, ataupunpun BANK : *"saya sebagai perwakilan perusahaan sangat nyaman dan puas apabila memesan hampers buat nasabah, klien, ataupunpun patner kerja karna produk The Cornelia's Authentic Family Cuisine terkenal enak dengan rasa yang autentik tidak bisa ditemukan di tempat tempat lain, selain itu juga packing produk ataupun hampers nya pun cantik dan mewah jadi sangat sangat cocok untuk kita ngasih ke orang yang special, untuk pelayanan juga bener bener sangat luar biasa sangat Amanah mulai dari produk jadi siap dikirim*

dan produk sudah terkirim kami memperoleh bukti berupa foto produk dan foto penerima beserta nama penerima nya jadi perusahaan nyaman untuk memesan di The Cornelia's Authentic Family Cuisine”.

- c. *Tanggapan customer kalangan mahasiswa : “untuk kalangan mahasiswa seperti saya sebenarnya untuk harga bisa dibilang mahal, tapi saya sangat senang, nyaman dan sangat puas dengan pelayanan dan kualitas produk The Cornelia's Authentic Family Cuisine, saya mendapat pelayanan yang sangat luar biasa bagus dengan budget saya sebagai mahasiswa saya diarahkan ke produk hampers yang sesuai dan cocok dengan budget saya, dan saya lihat untuk packing nya juga tidak kalah cantik dan menarik dengan harga yang diatas nya dan sudah cocok untuk saya kasih ke dosen saya. Saya juga pesan untuk diri saya sendiri untuk rasa benar benar enak cocok di semua kalangan, dengan begitu saya merasa senang ngasih ke orang dengan packing yang cantik dan rasa yang enak. Untuk pengiriman juga tepat waktu dan aman sampai tempat”.*
- d. *Tanggapan customer lainnya : “untuk produk sudah tidak diragukan lagi The Cornelia's Authentic Family Cuisine rasa nya enak, rempah rempah kerasa, dan juga kualitas produk nya bersih untuk packing nya, untuk harga segitu udah standart tidak begitu mahal, untuk pelayanan saya memperoleh pelayanan yang sangat baik, saya diarahkan ke menu menu yang cocok dengan keperluan saya, apalagi di The Cornelia's Authentic Family Cuisine sangat memperhatikan request customernya sehingga pemesan ataupun penerima produk dari The Cornelia's Authentic Family Cuisine sangat puas dan senang, karna pesannya sesuai dengan apa yang diinginkan nya”.*
- e. *Tanggapan customer lainnya : “saya tidak pernah kecewa dengan produk The Cornelia's Authentic Family Cuisine begitupun dengan pelayanan yang sudah diberikan The Cornelia's Authentic Family Cuisine kepada customer nya sangat baik. Saya sebagai pemesan merasa puas dan nyaman dengan adanya follow up dari The Cornelia's Authentic Family Cuisine karna dengan begitu saya sebagai pemesan bisa menyampaikan pendapatnya mengenai produk dan pelayanannya, saya juga sangat merasa nyaman karena dari pihak pengiriman akan mengkonfirmasi penerima sebelum barang berangkat terkirim dan apabila waktu mau dikirim penerima tidak ada dirumah akan diaturkan ulang pengirimannya agar produk bisa diterima oleh penerima dan konfirmasi ke pemesan dengan kejadian tersebut, jadi customer merasa senang dan puas apabila pesan di The Cornelia's Authentic Family Cuisine dan tidak takut apabila barang nya tidak sampai di tempat tujuan karena customer juga akan diberikan bukti pengiriman berupa foto dan nama penerima”..*

4.2. Pembahasan

4.2.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menguraikan bahwasanya kepuasan pelanggan The Cornelia's Authentic Family Cuisine secara signifikan dan positif dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Pernyataan ini menguraikan bahwasanya kepuasan pelanggan meningkat secara proporsional dengan kualitas layanan. Diharapkan manajemen The Cornelia's Authentic Family Cuisine dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanannya. Temuan penelitian ini mendukung temuan Saragih & Sembiring (2019) menguraikan bahwasanya kepuasan pelanggan secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas layanan. Temuan ini sejalan dengan temuan penelitian Moha & Loindong (2016) yang menemukan bahwasanya kepuasan pelanggan secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas.

4.2.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menguraikan bahwasanya kepuasan pelanggan The Cornelia's Authentic Family Cuisine secara signifikan dan positif dipengaruhi oleh kualitas produk. Pernyataan ini menguraikan bahwasanya kepuasan pelanggan meningkat berbanding lurus dengan kualitas produk. Diharapkan manajemen The Cornelia's Authentic Family Cuisine mampu meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan dengan meningkatkan kualitas produk. Temuan penelitian ini menguatkan temuan Prandita & Iriani (2013), yang menemukan bahwasanya variabel dependen kepuasan pelanggan sebagian dipengaruhi oleh emosionalitas, kualitas layanan, dan kualitas produk.

4.2.3. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari perspektif temuan penelitian ini, kepuasan pelanggan di The Cornelia's Authentic Family Cuisine tidak dipengaruhi oleh harga. Namun, kepuasan pelanggan akan meningkat apabila kita memberikan penawaran harga dan mengarahkan pelanggan ke harga yang sesuai dengan anggaran mereka. Diharapkan pihak pengelola The Cornelia's Authentic Family Cuisine dapat menetapkan strategi penetapan harga yang lebih tepat, yang berujung pada peningkatan kepuasan pelanggan.

5. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa kualitas layanan di The Cornelia's Authentic Family Cuisine memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan terhadap pesanan produk. Artinya, pelanggan yang merasakan pelayanan yang unggul cenderung lebih puas. Selain itu, kualitas produk yang ditawarkan oleh Authentic Family Cuisine Cornelia juga memiliki dampak positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan. Peningkatan kualitas produk berkontribusi pada peningkatan tingkat kepuasan pelanggan. Meskipun demikian, temuan ini tidak menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara harga dan kepuasan pelanggan di The Cornelia's Authentic Family Cuisine. Harga tidak menjadi faktor utama dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, manajemen restoran harus fokus pada peningkatan kualitas layanan dan produk mereka untuk memastikan pengalaman pelanggan yang lebih baik.

Berdasarkan hasil penelitian ini, kami merekomendasikan manajemen The Cornelia's Authentic Family Cuisine untuk meningkatkan kualitas layanan dengan memastikan pesanan sesuai dengan preferensi pelanggan, menjaga kebersihan staf, memberikan pelayanan yang lebih responsif dan efisien, serta merespons dengan baik terhadap keluhan pelanggan. Selain itu, perhatian lebih lanjut harus diberikan pada peningkatan kualitas produk, termasuk perancangan kemasan yang menarik dan pemahaman yang mendalam tentang preferensi pelanggan terhadap produk. Meskipun harga bukan faktor utama dalam kepuasan pelanggan, manajemen perlu mempertimbangkan strategi harga dan pengiriman untuk tetap kompetitif dan mempertahankan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, M. (2007). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Ramdina Prakarsa.
- Azhar, M., Sutiono, H. T., & Wisnalmawati, W. (2021). The Effect Of Digital Marketing And Electronic Word Of Mouth On Purchase Decisions And Customer Satisfaction. *Seminar Nasional Informatika (SEMNASIF)*, 1(1), 289–305.
- Fardiani, A. N. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Dyriana Bakery Dan Cafe Pandanaran. *Universitas Diponegoro Semarang*.
- Fitriani, I. D., Zulkarnaen, W., Sadarman, B., & Yuningsih, N. (2020). Evaluasi Kinerja Distribusi Logistik KPU Jawa Barat Sebagai Parameter Sukses Pilkada Serentak 2018. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(2), 244–264.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*, 15th Pearson Education Limited.
- Priansa, Donni Juni, (2017) *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition*. Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing Seventeenth Edition*. Pearson Education Limited.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen cafe kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134–146.
- Moha, S., & Loindong, S. (2016). Analisis kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1).
- Mullins Jhon, W., Orville, C., Larreche, J.-C., & Boyd, H. W. W. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Prandita, L., & Iriani, S. S. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan SOGO Departemen Store. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 6(1), 19–31.
- Saragih, A. E., & Sembiring, Y. C. B. (2019). Pengaruh Corporate Governance, Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 139–164.
- Tjiptono, F. (2017). *Service, quality, dan satisfaction*.