

Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Sebagai Penggerak Kepuasan Di Toko Kue Medan Par Par

Rara Astili Siregar

Prodi Manajemen Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera Utara, Indonesia
rarasiregar.rara@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to examine the impact of service quality, price, and location on customer satisfaction. The study employs a quantitative approach, utilizing questionnaires for data collection. The independent variables are service quality, price, and location, while the dependent variable is customer satisfaction at Medan Par Par Cake Shop. According to the test results, all instruments were validated as reliable, normal, and accurate. The findings reveal that service quality significantly influences customer satisfaction, accounting for 40.3% of the effect, meaning that for each one-point improvement in service quality, customer satisfaction increases by 0.403. Price also has a significant impact on customer satisfaction, contributing 43.3%, indicating that a one-point increase in price leads to a 0.433 increase in customer satisfaction. Conversely, location shows no significant effect on customer satisfaction, with an influence of just 3.6%, suggesting that a strategic location does not necessarily enhance customer satisfaction at Medan Par Par Cake Shop.

Keywords: *Service Quality, Price, Location, Customer Satisfaction, Medan Par Par Cake Shop.*

Perusahaan yang bergerak di bidang jasa ataupun kuliner juga harus pandai dalam memilih lokasi sebagai tempat perusahaan tersebut melakukan seluruh kegiatannya, karena dengan lokasi yang strategis dan nyaman akan lebih menguntungkan perusahaan. Memilih lokasi yang terletak dikeramaian atau mudah dijangkau oleh calon konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha. Seseorang maupun sekelompok orang cenderung memilih Toko Kue yang berlokasi dekat dengan aktivitasnya. Komponen yang menyangkut lokasi meliputi: pemilihan lokasi yang strategis (mudah dijangkau), di daerah sekitar pusat perbelanjaan, dekat pemukiman penduduk, aman dan nyaman bagi pelanggan, adanya fasilitas yang mendukung, seperti adanya lahan parkir, serta faktor-faktor yang lainnya.

Lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola pembelian konsumen. Mood dan respon pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh lokasi, desain dan tata letak fasilitas jasa. Maka mood dan respon inilah yang nantinya bisa memunculkan kepuasan atau ketidakpuasan konsumen. Ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan dengan harapan sebelumnya.

Tabel 1. Daftar Pesaing Toko Kue Medan Par Paryang berada disekitar Jl. Wahid Hasyim, Medan

No	Nama Pesaing
1	Toko Kue Napoleon
2	Toko Kue Menara
3	Toko Kue Lapis Durian
4	Toko Kue Bolu Toba

Sumber: Observasi awal peneliti

Berdasarkan tabel di atas terlihat adanya persaingan bisnis Toko Kue di sekitar Medan Par Par. Untuk mempertahankan agar pangsa pasar Toko Kue Medan Par Par terus meningkat, pihak pengelola Toko Kue Medan Par Par harus menerapkan strategi yang tepat dalam menjalankan bisnis ini. Pengelola harus mulai berfikir seperti konsumen, agar dapat mengetahui apa

kebutuhan konsumen, sehingga konsumen akan terpuaskan oleh produknya. Memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan, Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali kemudian hari.

Masalah yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah adanya persaingan dari usaha toko kue lain di sekitar lokasi. Tingkat kepuasan konsumen yang belum optimal juga berkontribusi terhadap penurunan jumlah pengunjung yang cenderung menurun setiap bulannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Toko Kue Medan Par Par, Medan.

Penelitian (Dwi Pratiwi, Dimiyati, and Supeni 2024) menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Gephok Pak Giek, Jember. Metode yang digunakan meliputi uji instrumen data, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji koefisien determinasi r^2 , dan uji hipotesis. Hasilnya menunjukkan bahwa secara parsial, hanya harga yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan kualitas produk, pelayanan, dan lokasi tidak. Namun, secara simultan, semua variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Sementara itu, penelitian (Kurniadi et al. 2020) meneliti pengaruh kualitas pelayanan, harga, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Bebek Sinjay Bancaran, Bangkalan, menggunakan regresi berganda dengan SPSS 23. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sementara harga dan fasilitas tidak. Secara simultan, semua variabel berpengaruh signifikan dengan nilai sig. 0,002.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian empiris yang datanya berbentuk angka-angka. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang menghasilkan penemuan- penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari informan penelitian melalui kuesioner yang langsung ditujukan pada konsumen di Toko Kue Medan Par Par. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan langsung yang diperoleh dari objek penelitian. Alat yang digunakan untuk mengumpulkan data yang akan diolah adalah angket. Untuk mendukung hasil penelitian, data penelitian yang diperoleh akan dianalisis dengan alat statistik melalui bantuan program SPSS. Adapun pengujian- pengujian akan dilakukan adalah: Uji Kesahihan Angket, Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini yang menjadi sampel atau responden adalah konsumen Toko Kue Medan Par Par, sampel dalam penelitian ini berjumlah 99 orang yang berkunjung ke Medan Par Par dengan identifikasi sebagai berikut;

Tabel 2. Identitas Responden Berdasarkan Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
>30	58	58,6	58,6	62,6
23-29	37	37,4	37,4	100,0
Valid				
16-22	4	4,0	4,0	4,0
Total	99	100,0	100,0	

Berdasarkan pada tabel 2 di atas diketahui bahwa dari 99 responden sebanyak 58,6% atau sebanyak 58 orang responden berusia >30 tahun, kemudian 37,4% atau sebanyak 37 orang responden berusia 23-29 tahun dan 4,0% atau 4 orang responden berusia 16-22. diketahui bahwa jumlah laki-laki yang menjadi responden penelitian ini adalah 25 orang atau sebesar 25,3% sedangkan responden perempuan adalah sebanyak 74 orang atau sebesar 74,7%. Ini menunjukkan bahwa yang menjadi responden pada penelitian ini yang paling banyak adalah perempuan.

Deskripsi Variabel Penelitian

- a. Penyajian data jawaban responden berdasarkan variabel Kualitas Pelayanan yang merupakan variabel bebas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

Tabel 3. Jawaban Responden Mengenai Kualitas Pelayanan (X₁)

No	Sangat Setuju (SS)		Setuju (S)		Kurang Setuju (KS)		Tidak setuju (TS)		Sangat Tidak Setuju (STS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	32	32.3	57	57.6	10	10.1	0	0	0	0	99	100
2	31	31.3	51	51.5	17	17.2	0	0	0	0	99	100
3	19	19.2	56	56.6	23	23.2	1	1.0	0	0	99	100
4	14	14.1	51	51.5	32	32.3	2	2.0	0	0	99	100
5	16	16.2	60	60.6	19	19.2	4	4.0	0	0	99	100
6	17	17.2	45	45.5	31	31.3	6	6.1	0	0	99	100
7	17	17.2	55	55.6	24	24.2	3	3.0	0	0	99	100

Dari tabel di atas, dapat dijelaskan beberapa pernyataan sebagai berikut:

1. Untuk item 1, sebanyak 32 orang (32.3%) menjawab sangat setuju, 57 orang (57.6%) menjawab setuju dan 10 orang (10.1%) menjawab kurang setuju.
2. Untuk item 2, sebanyak 31 orang (31.3%) menjawab sangat setuju, 51 orang (51.5%) menjawab setuju dan 17 orang (17.2%) menjawab kurang setuju.
3. Untuk item 3, sebanyak 19 orang (19.2%) menjawab sangat setuju, 56 orang (56.6%) menjawab setuju, 23 orang (23.2%) menjawab kurang setuju dan 1 orang (1.0%) menjawab tidak setuju.
4. Untuk item 4, sebanyak 14 orang (14.1%) menjawab sangat setuju, 51 orang

- (51.5%) menjawab setuju, 32 orang (32.3%) menjawab kurang setuju dan 2 orang (2.0%) menjawab tidak setuju.
5. Untuk item 5, sebanyak 16 orang (16.2%) menjawab sangat setuju, 60 orang (60.6%) menjawab setuju, 19 orang (19.2%) menjawab kurang setuju dan 4 orang (4.0%) menjawab tidak setuju.
 6. Untuk item 6, sebanyak 17 orang (17.2%) menjawab sangat setuju, 45 orang (45.5%) menjawab setuju, 31 orang (31.3%) menjawab kurang setuju dan 6 orang (6.1%) menjawab tidak setuju.
 7. Untuk item 7, sebanyak 17 orang (17.2%) menjawab sangat setuju, 45 orang (45.5%) menjawab setuju, 31 orang (31.3%) menjawab kurang setuju dan 3 orang (3.0%) menjawab tidak setuju.
- b. Penyajian data jawaban responden berdasarkan variabel Harga yang merupakan variabel bebas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

Tabel 4. Jawaban Responden Mengenai Harga (X₂)

	Sangat Setuju (SS)		Setuju (S)		Kurang Setuju (KS)		Tidak setuju (TS)		Sangat Tidak Setuju (STS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	29	29.3	56	56.6	14	14.1	0	0	0	0	99	100
2	22	22.2	56	56.6	20	20.2	1	1.0	0	0	99	100
3	22	22.2	45	45.5	31	31.3	1	1.0	0	0	99	100
4	30	30.3	46	46.5	20	20.2	3	3.0	0	0	99	100
5	23	23.2	54	54.5	18	18.2	2	2.0	2	2.0	99	100
6	14	14.1	49	49.5	30	30.3	4	4.0	2	2.0	99	100

Dari tabel di atas, dapat dijelaskan beberapa pernyataan sebagai berikut:

1. Untuk item 1, sebanyak 29 orang (29.3%) menjawab sangat setuju, 56 orang (56.6%) menjawab setuju dan 14 orang (14.1%) menjawab kurang setuju.
2. Untuk item 2, sebanyak 22 orang (22.2%) menjawab sangat setuju, 56 orang (56.6%) menjawab setuju, 20 orang (20.2%) menjawab kurang setuju dan 1 orang (1.0%) menjawab tidak setuju.
3. Untuk item 3, sebanyak 22 orang (22.2%) menjawab sangat setuju, 45 orang (45.5%) menjawab setuju, 31 orang (31.3%) menjawab kurang setuju dan 1 orang (1.0%) menjawab tidak setuju.
4. Untuk item 4, sebanyak 30 orang (30.3%) menjawab sangat setuju, 46 orang (46.5%) menjawab setuju, 20 orang (20.2%) menjawab kurang setuju dan 3 orang (3.0%) menjawab tidak setuju..
5. Untuk item 5, sebanyak 23 orang (23.2%) menjawab sangat setuju, 54 orang (54.5%) menjawab setuju dan 18 orang (18.2%) menjawab kurang setuju, 2 orang (2.0%) menjawab tidak setuju dan 2 orang (2.0%) menjawab sangat tidak setuju.
6. Untuk item 6, sebanyak 14 orang (14.1%) menjawab sangat setuju, 49 orang (49.5%) menjawab setuju, 30 orang (30.3%) menjawab kurang setuju, 4 orang (4.0%) menjawab tidak setuju dan 2 orang (2.0%) menjawab sangat tidak setuju.

- c. Penyajian data jawaban responden berdasarkan variabel Lokasi yang merupakan variabel bebas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

Tabel 5 Jawaban Responden Mengenai Lokasi (X₃)

No	Sangat Setuju (SS)		Setuju (S)		Kurang Setuju (KS)		Tidak setuju (TS)		Sangat Tidak Setuju (STS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	23	23.2	54	54.5	21	21.2	1	1.0	0	0	99	100
2	21	21.2	45	45.5	33	33.3	0	0	0	0	99	100
3	22	22.2	44	44.4	24	24.2	9	9.1	0	0	99	100
4	23	23.2	43	43.4	29	29.3	4	4.0	0	0	99	100
5	19	19.2	46	46.5	28	28.3	5	5.1	1	1.0	99	100
6	17	17.2	46	46.5	33	33.3	2	2.0	1	1.0	99	100
7	14	14.1	55	55.6	21	21.2	9	9.1	0	0	99	100
8	21	21.2	44	44.4	30	30.3	1	1.0	3	3.0	99	100
9	20	20.2	49	49.5	27	27.3	3	3.0	0	0	99	100

Dari tabel di atas, dapat dijelaskan beberapa pernyataan sebagai berikut:

1. Untuk item 1, sebanyak 23 orang (23.2%) menjawab sangat setuju, 54 orang (54.5%) menjawab setuju, 21 orang (21.2%) menjawab kurang setuju dan 1 orang (1.0%) menjawab tidak setuju.
2. Untuk item 2, sebanyak 21 orang (21.2%) menjawab sangat setuju, 45 orang (45.5%) menjawab setuju dan 33 orang (33.3%) menjawab kurang setuju.
3. Untuk item 3, sebanyak 22 orang (22.2%) menjawab sangat setuju, 44 orang (44.4%) menjawab setuju, 24 orang (24.2%) menjawab kurang setuju dan 9 orang (9.0%) menjawab tidak setuju.
4. Untuk item 4, sebanyak 23 orang (23.3%) menjawab sangat setuju, 43 orang (43.4%) menjawab setuju, 29 orang (29.3%) menjawab kurang setuju dan 4 orang (4.0%) menjawab tidak setuju.
5. Untuk item 5, sebanyak 19 orang (19.2%) menjawab sangat setuju, 46 orang (46.5%) menjawab setuju, 28 orang (28.3%) menjawab kurang setuju, 5 orang (5.1%) menjawab tidak setuju dan 1 orang (1.0%) menjawab sangat tidak setuju.
6. Untuk item 6, sebanyak 17 orang (17.2%) menjawab sangat setuju, 46 orang (46.5%) menjawab setuju, 33 orang (33.3%) menjawab kurang setuju 2 orang (2.0%) menjawab tidak setuju dan 1 orang (1.0%) menjawab sangat tidak setuju.
7. Untuk item 7, sebanyak 14 orang (14.1%) menjawab sangat setuju, 55 orang (55.6%) menjawab setuju, 21 orang (21.2%) menjawab kurang setuju dan 9 orang (9.1%) menjawab tidak setuju.
8. Untuk item 8, sebanyak 21 orang (21.2%) menjawab sangat setuju, 44 orang (44.4%) menjawab setuju, 30 orang (30.3%) menjawab kurang setuju 1 orang (1.0%) menjawab tidak setuju dan 3 orang (3.0%) menjawab sangat tidak setuju.

9. Untuk item 9, sebanyak 20 orang (20.2%) menjawab sangat setuju, 49 orang (49.5%) menjawab setuju, 27 orang (27.3%) menjawab kurang setuju dan 3 orang (3.0%) menjawab tidak setuju.
- d. Penyajian data jawaban responden berdasarkan variabel Kepuasan Konsumen yang merupakan variabel terikat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

Tabel 6. Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Konsumen (Y)

No	Sangat Setuju (SS)		S Setuju (S)		Kurang Setuju (KS)		Tidak setuju (TS)		Sangat Tidak Setuju (STS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
	1	38	38.4	49	49.5	12	12.1	0	0	0	0	99
2	27	27.3	57	57.6	15	15.2	0	0	0	0	99	100
3	28	28.3	52	52.5	19	19.2	0	0	0	0	99	100
4	21	21.2	55	55.6	22	22.2	1	1.0	0	0	99	100
5	23	23.2	59	59.6	15	15.2	2	2.0	0	0	99	100
6	25	25.3	54	54.5	20	20.2	0	0	0	0	99	100
7	26	26.3	53	53.5	20	20.2	0	0	0	0	99	100
8	21	21.2	59	59.6	18	18.2	1	1.0	0	0	99	100
9	18	18.2	57	57.6	22	22.2	2	2.0	0	0	99	100

Dari tabel di atas, dapat dijelaskan beberapa pernyataan sebagai berikut:

1. Untuk item 1, sebanyak 38 orang (38.4%) menjawab sangat setuju, 49 orang (49.5%) menjawab setuju dan 12 orang (12.1%) menjawab kurangsetuju.
2. Untuk item 2, sebanyak 27 orang (27.3%) menjawab sangat setuju, 57 orang (57.6%) menjawab setuju dan 15 orang (15.2%) menjawab kurangsetuju.
3. Untuk item 3, sebanyak 28 orang (28.3%) menjawab sangat setuju, 52 orang (52.5%) menjawab setuju dan 19 orang (19.2%) menjawab kurangsetuju.
4. Untuk item 4, sebanyak 21 orang (21.2%) menjawab sangat setuju, 55 orang (55.6%) menjawab setuju, 22 orang (22.2%) menjawab kurang setuju dan 1 orang (1.0%) menjawab tidaksetuju.
5. Untuk item 5, sebanyak 23 orang (23.2%) menjawab sangat setuju, 59 orang (59.6%) menjawab setuju, 15 orang (15.2%) menjawab kurang setuju dan 2 orang (2.0%) menjawab tidaksetuju.
6. Untuk item 6, sebanyak 25 orang (25.3%) menjawab sangat setuju, 54 orang (54.5%) menjawab setuju dan 20 orang (20.2%) menjawab kurangsetuju.
7. Untuk item 7, sebanyak 26 orang (26.3%) menjawab sangat setuju, 53 orang (53.5%) menjawab setuju dan 20 orang (20.2%) menjawab kurangsetuju.
8. Untuk item 8, sebanyak 21 orang (21.2%) menjawab sangat setuju, 59 orang (59.6%) menjawab setuju, 18 orang (18.2%) menjawab kurang setuju dan 1 orang (1.0%) menjawab tidaksetuju.
9. Untuk item 9, sebanyak 18 orang (18.2%) menjawab sangat setuju, 57 orang (57.6%) menjawab setuju, 22 orang (22.2%) menjawab kurang setuju dan 2 orang (2.0%) menjawab tidak setuju.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat kestabilan dan konsistensi dari responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pertanyaan yang disusun dalam suatu bentuk angket. Hasil uji ini akan mencerminkan dapat atau tidaknya suatu instrumen penelitian dipercaya, berdasarkan tingkat ketepatan dan kemantapan suatu alat ukur. Standar yang digunakan dalam menentukan reliabel atau tidak reliabelnya suatu instrumen penelitian. Salah satunya dengan melihat perbandingan antara nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%). Jika pengujian dilakukan dengan metode *Alpha Cronbach* maka r_{hitung} akan diwakili oleh nilai *Alpha*.

Dari hasil output *reliability statistic* diperoleh nilai *alpha cronbach* sebesar 0,754 dengan jumlah pertanyaan 9 item. Nilai r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%) dengan jumlah responden $N=99$ dan $df= N - 2= 99 - 2 = 97$ adalah 0,1975. Dengan demikian, nilai *alpha cronbach* $0,754 > 0,1975$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket reliabel. Reliabilitas ini juga ditunjukkan dengan nilai *alpha cronbach* sebesar 0,60 – 0,80 sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur penelitian reliabel.

Berdasarkan hasil uji regresi berganda, diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Kue Medan Par Par. Sedangkan variabel Lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Kue Medan Par Par.

Untuk melihat pengaruh secara simultan ini dapat dilihat dari hasil uji F. Caranya yaitu dengan membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} . Caranya yaitu dengan menentukan nilai derajat bebas (df) untuk pembilang (df1) dengan rumus $df1= k - 1$. Kemudian menentukan derajat bebas/ *degree of freedom* (df) untuk penyebut atau df2 dengan rumus $df2= n - k$. Dimana k adalah jumlah variable.

Sedangkan untuk hasil uji koefisien determinan (R^2) diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,472 atau 47,2%. Besarnya nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi mampu menjelaskan variabel terikat, yaitu Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 47,2%, sedangkan sisanya 52,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Besarnya nilai koefisien determinasi yang hanya sebesar 47,2% menunjukkan bahwa variabel-variabel dalam model penelitian ini hanya mampu menjelaskan variabel terikat dalam nilai yang cukup besar. Nilai yang cukup tinggi ini menunjukkan bahwa faktor lain yang tidak dimasukkan menjadi variabel dalam penelitian ini memiliki kemampuan yang lebih kecil dalam menjelaskan Kepuasan Konsumen pada Toko Kue Medan Par Par.

PENUTUP

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Kue Medan Par Par Medan, besarnya pengaruh kualitas pelayanan tersebut adalah sebesar 40,3%, artinya bahwa setiap kenaikan tingkat Kualitas Pelayanan sebesar satu poin maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,403. Begitu juga sebaliknya, Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Kue Medan Par Par Medan, besarnya pengaruh harga tersebut adalah sebesar 43,3%, artinya bahwa setiap kenaikan tingkat harga sebesar satu poin maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,433. 3. Lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah Toko Kue Medan Par Par, yang ditunjukkan nilai sebesar 3,6%, artinya lokasi yang strategis tidak selamanya membuat kepuasan konsumen pada Toko Kue Medan Par Par Medan meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Br Marbun, Maulina, Hapzi Ali, and Fransiskus Dwikoco. 2022. Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial* 3(2):716–27. doi: 10.38035/jmpis.v3i2.1134.
- Dwi Pratiwi, Novalisa, Muhaimin Dimiyati, and Nely Supeni. 2024. “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Ayam Gepok Pak Giek Jember.” *Riemba - Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 2(1):272–84. doi: 10.31967/riemba.v2i1.1056.
- Kurniadi et al., Y. U. 2020. *Nusantara (Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial) JEPANG.*” *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 7(2): 408–20.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu 85(1):0.
- Tjiptono, Fandi. 2001. *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: Bayumedia, 2011 Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*.
- Tjiptono, Fandy, and Anastasia Diana. 2022. *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. Penerbit Andi.
- Tri Nuryani, Fajar, Nurkesuma Nurkesuma, and Baruna Hadibrata. 2022. “Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran).” *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 3(4):452–62. doi: 10.31933/jemsi.v3i4.977.