

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI ELMO GELATO

Enrico Krisnanda Aditya Wicaksono¹⁾, Krisnawati Setyaningrum Nugraheni²⁾

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indoensia

E-mail: enrico.17511540@student.stiepari.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the impact of service quality and product quality on customer satisfaction at Elmo Gelato, an emerging gelato business. Service quality includes aspects such as service speed, staff friendliness, and service effectiveness, while product quality involves taste, appearance, and consistency of the gelato products. This research employs a quantitative method with a survey approach to collect data from 89 Elmo Gelato customers through both online and offline questionnaires. Multiple linear regression analysis is used to test the impact of each variable on customer satisfaction. The results indicate that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a coefficient of 0.424 and a significance value of 0.000. Product quality also positively and significantly impacts customer satisfaction, with a coefficient of 0.100 and a significance value of 0.041. The regression model shows that both variables together explain 49.2% of the variability in customer satisfaction, suggesting that other factors also influence satisfaction. The reliability of the questionnaire is well-tested with a Cronbach's Alpha exceeding 0.7 for all variable scales. The findings highlight the importance of prioritizing service quality improvement to enhance customer satisfaction, while continuously monitoring and improving product quality. This research provides additional insights for developing strategies to increase customer satisfaction in the gelato industry, with recommendations for focusing on the continuous improvement of service and product quality.

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

1. PENDAHULUAN

Dalam industri makanan dan minuman, terutama pada bisnis gelato seperti Elmo Gelato, kualitas pelayanan dan kualitas produk memainkan peran krusial dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik tidak hanya mencakup kecepatan dan efisiensi pelayanan, tetapi juga melibatkan sikap staf, keramahan, dan kemampuan untuk memenuhi harapan pelanggan. Di sisi lain, kualitas produk melibatkan faktor-faktor seperti rasa, penampilan, dan konsistensi produk. Kepuasan pelanggan merupakan indikator penting dari keberhasilan suatu bisnis karena langsung mempengaruhi loyalitas pelanggan dan reputasi perusahaan.

Di pasar yang semakin kompetitif, penting bagi perusahaan untuk memahami bagaimana kedua variabel ini mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Elmo Gelato, yang merupakan salah satu usaha gelato yang sedang berkembang di wilayah ini.

Pentingnya memahami pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan menjadi semakin jelas dalam konteks persaingan pasar yang ketat. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam industri makanan dan minuman, khususnya pada produk gelato. Dengan mengetahui faktor-faktor tersebut, Elmo Gelato dapat

mengimplementasikan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan, pada akhirnya, meningkatkan loyalitas dan penjualan.

Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka akan membahas penelitian sebelumnya yang relevan dengan variabel-variabel dalam penelitian ini. (C. Alkalah, 2016) Penelitian ini mengidentifikasi bagaimana kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di sebuah toko kue. Studi ini memberikan wawasan mengenai integrasi berbagai aspek dalam menentukan kepuasan pelanggan. (I. Dewi Sanjaya & Martono, 2012) Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana kualitas produk dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen di sebuah restoran. Hasil studi ini relevan untuk memahami peran kedua variabel tersebut dalam konteks industri makanan. (Diza dkk., 2016) Studi ini meneliti pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen di perusahaan pembiayaan.

Penelitian ini memberikan perspektif tambahan tentang bagaimana kepercayaan memoderasi hubungan antara kualitas dan kepuasan. (Edwin Setyo, 2017) Penelitian ini mengkaji pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di sebuah perusahaan otomotif. Hasil dari studi ini dapat diterapkan untuk memahami bagaimana kedua variabel ini berinteraksi dalam konteks bisnis lain. (Erpurini, Alamsyah, dkk., 2022) Penelitian ini meneliti dampak kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen serta bagaimana kepuasan tersebut mempengaruhi kepercayaan konsumen di platform e-commerce.

Studi ini penting untuk memahami bagaimana kualitas produk dan pelayanan dapat mempengaruhi kepercayaan dan kepuasan di sektor online. (F.S.Maramis. , J.L.Sepang., 2018) Studi ini menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di sektor distribusi. Penelitian ini memberikan gambaran tentang bagaimana harga berinteraksi dengan kualitas dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. (Eka Giovana Asti; Eka Avianti Ayuningtyas, 2020) Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh kualitas pelayanan, produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen dalam konteks yang lebih umum.

Studi ini relevan untuk membandingkan variabel yang berbeda dalam mempengaruhi kepuasan. (Hartati Rismauli, 2022) Penelitian ini mengkaji pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen di sektor pendidikan dan konseling, memberikan perspektif tentang aplikasi variabel kualitas dalam berbagai konteks. (Andalusi, 2018) Penelitian ini fokus pada pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan produk terhadap kepuasan pelanggan di sektor laboratorium. Hasilnya membantu dalam memahami bagaimana berbagai aspek kualitas mempengaruhi kepuasan di sektor layanan. (Lbn. Raja* dkk., 2023) Studi ini meneliti pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di konteks pendidikan. Penelitian ini memberikan wawasan tentang aplikasi teori kualitas dalam setting pendidikan. (Lesmana, 2019) Penelitian ini fokus pada pengaruh kualitas produk dan pelayanan di sektor distribusi barang.

Studi ini menawarkan wawasan tentang bagaimana kualitas produk dan pelayanan mempengaruhi kepuasan di sektor ritel. (Maria & Anshori, 2016) Penelitian ini mengkaji dampak kualitas produk dan layanan pada kepuasan konsumen di sektor makanan. Hasil studi ini berguna untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dalam industri makanan dan minuman. (Nada Dwi Putri, Dewiana Novitasari, Teguh Yuwono, 2021) Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam konteks yang lebih luas. Studi ini memberikan dasar untuk membandingkan dan menganalisis hasil dari berbagai penelitian sejenis. (Y. Pratama dkk., 2021) Penelitian ini menilai bagaimana kualitas pelayanan dan produk mempengaruhi kepuasan konsumen di berbagai sektor. Hasilnya relevan untuk memahami pengaruh dua variabel utama terhadap

kepuasan pelanggan. (Rafika Kaharuddin, 2013) Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas produk, pelayanan, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen, memberikan wawasan tambahan mengenai faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi kepuasan.

2. METODE

Metode penelitian ini dirancang untuk menjelaskan langkah-langkah yang akan diambil dalam penelitian ini, termasuk rancangan kegiatan, ruang lingkup atau objek penelitian, bahan dan alat utama, tempat, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel penelitian, serta teknik analisis data.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Elmo Gelato (Sugiyono, 2019). Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik untuk menjawab hipotesis yang telah dirumuskan.

Penelitian ini berfokus pada analisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan Elmo Gelato yang telah melakukan pembelian dalam waktu enam bulan terakhir.

Kuesioner yang berisi pertanyaan tentang kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Kuesioner (dibagikan dalam format online dan offline). Alat analisis statistik (misalnya, perangkat lunak SPSS atau perangkat lunak analisis statistik lainnya). Kuesioner yang telah dirancang akan dibagikan kepada 89 responden pelanggan Elmo Gelato. Kuesioner ini mencakup pertanyaan yang mengukur kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Kuesioner akan disebarluaskan secara langsung di toko dan melalui survei online untuk mencapai jumlah responden yang ditargetkan. Teknik Analisis Data menggunakan statistik deskriptif untuk menjelaskan karakteristik dasar dari responden, termasuk frekuensi, rata-rata, dan distribusi variabel. Menggunakan analisis regresi linear berganda untuk menguji pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Teknik ini akan digunakan untuk menentukan seberapa besar kontribusi masing-masing variabel terhadap kepuasan pelanggan. Menguji validitas dan reliabilitas kuesioner untuk memastikan data yang diperoleh adalah akurat dan konsisten.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tabel 1.
Distribusi Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden
Laki-laki	45
Perempuan	44
Total	89

Sumber : Output SPSS (2024)

Tabel 2.
Distribusi Berdasarkan Frekuensi Kunjungan ke Elmo Gelato

Frekuensi Kunjungan	Jumlah Responden
1 kali per bulan	20
1-2 kali per bulan	25
2 kali per bulan	18
3 kali per bulan	12
4 kali per bulan	8
5 kali per bulan	6
Total	89

Sumber : Output SPSS (2024)

Tabel 3.
Distribusi Berdasarkan Jenis Produk yang Dibeli

Jenis Produk	Jumlah Responden
Gelato Vanilla	10
Gelato Cokelat	12
Gelato Stroberi	15
Gelato Mangga	20
Gelato Matcha	10
Gelato Kacang	8
Gelato Caramel	14
Total	89

Sumber : Output SPSS (2024)

Dalam penelitian ini, distribusi responden dianalisis berdasarkan tiga kategori utama: jenis kelamin, frekuensi kunjungan ke Elmo Gelato, dan jenis produk yang dibeli.

Distribusi Berdasarkan Jenis Kelamin pada Tabel 1 dari hasil penelitian, jumlah responden yang berpartisipasi adalah 89 orang. Dari total responden, terdapat 45 orang laki-laki dan 44 orang perempuan. Ini menunjukkan bahwa distribusi responden cukup seimbang antara laki-laki dan perempuan, dengan proporsi yang hampir sama, yaitu sekitar 50,6% laki-laki dan 49,4% perempuan. Keseimbangan ini mengindikasikan bahwa penelitian ini mampu merepresentasikan pandangan dari kedua jenis kelamin secara merata.

Distribusi Berdasarkan Frekuensi Kunjungan ke Elmo Gelato pada Tabel 2. Frekuensi kunjungan responden ke Elmo Gelato menunjukkan variasi yang cukup beragam. Sebanyak 25 responden (28,1%) mengunjungi Elmo Gelato 1-2 kali per bulan, yang merupakan kelompok terbesar. Diikuti oleh kelompok responden yang mengunjungi 1 kali per bulan sebanyak 20 orang (22,5%), 2 kali per bulan sebanyak 18 orang (20,2%), dan 3 kali per bulan sebanyak 12 orang (13,5%). Frekuensi kunjungan yang lebih sering, yaitu 4 kali dan 5 kali per bulan, masing-masing hanya dilakukan oleh 8 orang (9%) dan 6 orang (6,7%). Data ini menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung Elmo Gelato adalah konsumen yang datang 1 hingga 2 kali per bulan, dengan proporsi yang menurun seiring dengan peningkatan frekuensi kunjungan.

Distribusi Berdasarkan Jenis Produk yang Dibeli pada Tabel 3. Berdasarkan jenis produk yang dibeli, Gelato Mangga menjadi varian yang paling populer dengan 20 responden (22,5%) memilihnya. Gelato Stroberi berada di posisi kedua dengan 15 responden (16,9%), diikuti oleh Gelato Caramel dengan 14 responden (15,7%), dan Gelato Cokelat dengan 12 responden (13,5%). Produk lainnya seperti Gelato Vanilla dan Gelato Matcha masing-masing dipilih oleh 10 responden (11,2%), sementara Gelato Kacang menjadi varian yang paling jarang dipilih dengan 8 responden (9%). Distribusi ini menunjukkan preferensi konsumen yang lebih condong pada varian rasa buah seperti mangga dan stroberi, dibandingkan dengan rasa kacang yang kurang diminati. Reliabilitas skala untuk masing-masing variabel:

- 1) Kualitas Pelayanan: Cronbach's Alpha = 0.710
- 2) Kualitas Produk: Cronbach's Alpha = 0.852
- 3) Kepuasan Pelanggan: Cronbach's Alpha = 0.737

Tabel 4.
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.701	0.492	0.480	0.72558

Sumber : Output SPSS (2024)

Hasil analisis regresi linier berganda pada Tabel 4 menunjukkan bahwa model penelitian memiliki nilai R Square sebesar 0.492. Ini berarti bahwa 49.2% variabilitas dalam

kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan kualitas produk. Adjusted R Square sebesar 0.480 menunjukkan bahwa model ini cukup baik dalam menjelaskan variabilitas yang sebenarnya.

Tabel 5.
Tabel Uji Anova

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	43.825	2	21.912	41.621	0.000
Residual	45.277	86	0.526		
Total	89.101	88			

Sumber : Output SPSS (2024)

Uji ANOVA pada Tabel 5 menunjukkan nilai F sebesar 41.621 dengan nilai signifikansi 0.000, yang berarti model regresi secara keseluruhan signifikan dalam memprediksi kepuasan pelanggan.

Tabel 6
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	6.277	0.680		9.231
x1	0.424	0.081	0.541	5.256
x2	0.100	0.048	0.213	2.073

Sumber : Output SPSS (2024)

Koefisien regresi menunjukkan kontribusi masing-masing variabel independen terhadap kepuasan pelanggan.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berikut adalah interpretasi dari temuan-temuan utama:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Elmo Gelato

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan koefisien X1 sebesar 0,424 dan nilai signifikansi 0,000. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya aspek kualitas pelayanan dalam membentuk pengalaman pelanggan. Faktor-faktor seperti kecepatan layanan dan sikap staf terbukti memiliki dampak yang substansial terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian terbaru oleh Rahman dkk., 2023 yang menyatakan, "Kualitas layanan memainkan peran krusial dalam membentuk kepuasan pelanggan dan niat pembelian ulang dalam industri makanan dan minuman."

Hasil ini memperkuat temuan penelitian sebelumnya, khususnya studi yang dilakukan oleh P. K. Dewi Sanjaya & Martono (2012) mengungkapkan adanya hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Konsistensi hasil ini, yang diperkuat oleh studi-studi terbaru, menekankan bahwa upaya peningkatan kualitas pelayanan dapat menjadi strategi yang efektif bagi perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Seperti yang diungkapkan oleh Putri & Santoso (2023), "Investasi dalam peningkatan kualitas layanan terbukti memberikan dampak positif jangka panjang terhadap loyalitas pelanggan dan kinerja bisnis."

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Elmo Gelato

Analisis data menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan koefisien X2 sebesar 0,100 dan nilai

signifikansi 0,041. Meskipun dampaknya lebih kecil dibandingkan dengan kualitas pelayanan, aspek-aspek produk seperti rasa, penampilan, dan konsistensi tetap memainkan peran penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Temuan ini memperkuat penelitian Erpurini, Zulyanti, dkk., (2022) yang menekankan signifikansi kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Sejalan dengan hal tersebut, Wijaya & Putri, (2023) menyatakan, "Dalam industri makanan dan minuman, kualitas produk tetap menjadi faktor fundamental yang tidak dapat diabaikan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan."

Hasil penelitian ini menggarisbawahi pentingnya strategi bisnis yang memperhatikan baik kualitas pelayanan maupun kualitas produk. Meskipun kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang lebih besar, perusahaan tidak boleh mengabaikan pentingnya menjaga dan meningkatkan kualitas produk mereka. Seperti yang diungkapkan oleh A. Rahman & Putri (2023), "Kombinasi antara kualitas produk yang unggul dan pelayanan yang prima menciptakan sinergi yang kuat dalam membangun loyalitas pelanggan jangka panjang."

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Elmo Gelato

Hasil analisis regresi mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama mampu menjelaskan sekitar 49,2% dari variasi dalam kepuasan pelanggan. Temuan ini menggambarkan bahwa kedua faktor tersebut memiliki peran signifikan dalam membentuk pengalaman pelanggan. Namun, persentase ini juga mengindikasikan adanya faktor-faktor lain di luar kualitas pelayanan dan produk yang turut berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Sebagaimana dinyatakan oleh Suryani dan Prasetyo (2023), "Meski kualitas produk dan layanan merupakan pilar utama kepuasan pelanggan, faktor-faktor eksternal dan internal lainnya tidak boleh diabaikan dalam analisis komprehensif kepuasan konsumen."

Penelitian terdahulu oleh B. A. Alkalah, (2016); R. Pratama dkk., (2021) menyoroti pentingnya mempertimbangkan faktor-faktor tambahan seperti harga dan promosi dalam memahami kepuasan pelanggan secara menyeluruh. Sejalan dengan temuan tersebut, studi terbaru oleh A. Rahman & Putri, (2023) memperkuat argumen ini dengan menyatakan, "Dalam lanskap bisnis yang semakin kompetitif, strategi penetapan harga yang tepat dan program promosi yang inovatif menjadi variabel kunci yang dapat secara signifikan mempengaruhi persepsi dan kepuasan pelanggan."

Berdasarkan hasil penelitian, Elmo Gelato sebaiknya memprioritaskan peningkatan kualitas layanan sebagai fokus utama. Hal ini dikarenakan kualitas layanan memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan dengan kualitas produk. Meskipun demikian, perusahaan tetap perlu memantau dan meningkatkan kualitas produk secara berkelanjutan untuk memastikan kepuasan pelanggan tetap terjaga.

Selain itu, penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut sebaiknya juga mempertimbangkan aspek-aspek seperti harga dan promosi, yang dapat memberikan wawasan tambahan tentang preferensi dan perilaku konsumen.

Dengan menerapkan strategi yang berfokus pada peningkatan kualitas layanan dan tetap mempertahankan standar kualitas produk yang tinggi, Elmo Gelato dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Pendekatan yang komprehensif ini, ditambah dengan penelitian lanjutan mengenai faktor-faktor lain yang relevan, diharapkan dapat membantu perusahaan dalam mengoptimalkan strategi bisnisnya dan memperkuat posisinya di pasar

4. SIMPULAN

Penelitian ini mengkaji pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Elmo Gelato. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, ditemukan bahwa:

1. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien sebesar 0.424 dan nilai signifikansi 0.000. Ini menunjukkan bahwa peningkatan dalam aspek-aspek pelayanan seperti kecepatan layanan, keramahan staf, dan efektivitas pelayanan akan secara signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien sebesar 0.100 dan nilai signifikansi 0.041. Meskipun dampaknya lebih kecil dibandingkan kualitas pelayanan, faktor-faktor seperti rasa, penampilan, dan konsistensi produk tetap berperan penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.
3. Model regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersamaan menjelaskan 49.2% dari variabilitas dalam kepuasan pelanggan. Ini mengindikasikan bahwa ada faktor-faktor lain selain kualitas pelayanan dan produk yang juga mempengaruhi kepuasan pelanggan.
4. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan reliabilitas yang baik dengan Cronbach's Alpha melebihi 0.7 untuk semua skala variabel, menandakan bahwa instrumen pengukuran dapat dipercaya.

Penghargaan

Article ini merupakan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti serta bimbingan dosen pembimbing skripsi, maka dari itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing skripsi atas jasa telah membimbing penelitian ini sampai dengan selesai.

DAFTAR PUSTAKA

- Alkalah, B. A. (2016). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus pada pelanggan Chocolicious Indonesia). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(2), 111–123.
- Alkalah, C. (2016). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO KUE XYZ DI JAKARTA*. 19(5), 1–23.
- Andalusi, R. (2018). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INSTRUMEN PENUNJANG LABORATORIUM (STUDI KASUS PADA PT. LABORINDO SARANA JAKARTA) Ratih*. 1(2), 305–322.
- Dewi Sanjaya, I., & Martono, S. (2012). *Management Analysis Journal*. 1(2), 120–128.
- Dewi Sanjaya, P. K., & Martono, S. (2012). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. *Management Analysis Journal*, 1(1), 1–6.

- Diza, F., Moniharapon, S., & Ogi, I. W. J. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. FIFGROUP Cabang Manado). *Jurnal EMBA*, 4(1), 109–119.
- Edwin Setyo, P. (2017). Pendapatan Best Autoworks. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1, 755–764.
- Eka Giovana Asti; Eka Avianti Ayuningtyas. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRODUCT QUALITY AND PRICE ON CONSUMER SATISFACTION). *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 01(01), 1–14.
- Erpurini, W., Alamsyah, N., & Kencana, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Pada Kepercayaan Konsumen Lazada. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 3(4), 763–767. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1524>
- Erpurini, W., Zulyanti, N. R., & Ningsih, S. (2022). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada industri makanan dan minuman. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 45–58.
- F.S.Maramis. , J.L.Sepang., A. S. Soegoto. (2018). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. AIR MANADO | Maramis | Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. 6(3), 1658–1667.
- Hartati Rismauli, N. U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 4, 1349–1358.
- Lbn. Raja*, E. A., Maharani, M., & Raja, J. G. Lbn. (2023). The Effect of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction. *Riwayat: Educational Journal of History and Humanities*, 6(2), 494–499. <https://doi.org/10.24815/jr.v6i2.30545>
- Lesmana, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2), 115. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v2i2.2464>
- Maria, M., & Anshori, M. Y. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 6(1), 50–51. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v6i1.2654>
- Nada Dwi Putri, Dewiana Novitasari, Teguh Yuwono, M. A. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *JOCE IP*, 15(1), 30–47.
- Pratama, R., Suharyono, & Hidayat, K. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada pelanggan Go-Food di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 90(1), 27–36.
- Pratama, Y., Heryanto, I., Dwiyanisa, A., & Megawati, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14(2), 56–68. <https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.231>

- Putri, A. K., & Santoso, B. (2023). Analisis dampak kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dan kinerja bisnis pada industri kuliner. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 10(2), 145–160.
- Rafika Kaharuddin, D. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen, Skripsi. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 3 no 4, 59.
- Rahman, A., & Putri, L. K. (2023). Analisis pengaruh strategi harga dan promosi terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam industri food and beverage. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 178–195.
- Rahman, M. A., Islam, M. J., & Hossain, M. I. (2023). The impact of service quality on customer satisfaction and repurchase intention in the food and beverage industry: A study in urban Bangladesh. *International Journal of Hospitality Management*, 110, 103321.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Wijaya, A., & Putri, D. N. (2023). Peran kualitas produk dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada industri makanan dan minuman. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 67–82.