

Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di De Classe Gelato and Coffee Kota Blitar

Cema Fani Kine Bimasyah¹

Redy Khoirianto²

Universitas Islam Balitar Blitar

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:
Diterima : Desember 2022
Diperbaiki: Desember 2022
Disetujui : Desember 2022

Keywords:

Karyawan, kinerja, konflik

Abstract

This research aims to determine the effect of product quality on consumer satisfaction, the effect of price on consumer satisfaction and the effect of service quality on consumer satisfaction. The method in this study is a quantitative method. The population of this study were consumers of De Classe Gelato and Coffee in Blitar City and obtained a sample of 222 respondents using a simple random sampling technique using the slovin formula. The process of collecting data using a questionnaire with answers measured by a Likert scale. While the data analysis used multiple linear regression analysis. The test instrument used to test the research instrument is in the form of validity test, reliability test, classical assumption test. Furthermore, hypothesis testing is carried out using the t test and F test and Coefficient of determination test.. The results of this study indicate that product quality, price and service quality each have an effect on consumer satisfaction at De Classe Gelato and Coffee in Blitar City.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Metode dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah konsumen *De Classe Gelato and Coffee* Kota Blitar dan mendapatkan sampel sebanyak 222 responden dengan menggunakan teknik *simple random sampling* menggunakan rumus slovin. Proses pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan jawaban yang diukur dengan skala *likert*. Sedangkan analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Alat uji yang digunakan untuk menguji instrument penelitian ini berupa uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik. Selanjutnya uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t dan uji F dan uji Koefisien determinasi. hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan masing-masing berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di *De Classe Gelato and Coffee* Kota Blitar.

✉Penulis Korespondensi*
Redy Khoirianto,S.E.,MM

Email:
redykhairianto@gmail.com

ISSN: 2502-4639

DOI : 10.21107/ee.v8i2.17833

Citation : *Bimasyah, Cema Fani Kine& Redy Khoirianto (2022), Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di De Classe Gelato and Coffee Kota Blitar, 1 (1), hlm. 72–82*

PENDAHULUAN

Pengembangan usaha merupakan jumlah seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka. Pada perkembangan zaman seperti sekarang ini banyak pelaku usaha baru yang bermunculan. Persaingan dunia bisnis pada era globalisasi saat ini semakin ketat. Hal ini membuat setiap para pelaku usaha diwajibkan untuk memaksimalkan kinerja usahanya agar dapat bersaing dengan para pesaingnya.

Para pelaku usaha harus mampu memahami dan mengerti kebutuhan dan keinginan konsumennya. Oleh karena itu, para pelaku bisnis diwajibkan mempunyai strategi pemasaran yang tepat agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis dan menciptakan kepuasan bagi konsumennya. Dimana dengan banyaknya pelaku usaha baru maka persaingan bisnis akan lebih meningkat. Multi tema disini maksudnya adalah setiap sudut ruangnya menggambarkan suasana yang berbeda sehingga memiliki karakteristik tersendiri, tempatnya yang nyaman dan banyak dekorasi yang menjadi hiasan menjadikan kafe ini memiliki banyak spot untuk dijadikan tempat berfoto. Selain dari tempat yang di desain senyaman mungkin tersebut, fasilitas penunjang yang disediakan juga cukup lengkap, diantaranya toilet, tempat parkir kendaraan yang cukup luas serta terdapat mushola lengkap dengan sarung dan Mukena untuk beribadah umat muslim yang sedang berkunjung. Untuk menjaga kenyamanan para pelanggan yang datang, juga terdapat Sebagian tempat duduk yang memisahkan antara pelanggan yang merokok dengan bebas asap rokok.

Hal ini menunjukkan bahwa setiap kafe akan memiliki daya tariknya masing-masing yang bertujuan untuk menarik pelanggan. Tingkat kreatifitas dan nilai jual diperlukan dalam menciptakan perbedaan dengan para pesaing. Harga produk yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan serta harga yang diberikan cukup bervariasi sehingga semua kalangan dapat menikmati menu-menu di De Classe Gelato and Coffee sesuai dengan budget yang mereka punya. Kualitas Pelayanan yang diberikan pegawai De Classe Gelato and Coffee sendiri juga memiliki daya Tarik tersendiri bagi para konsumen, pelayanan yang cukup ramah dengan menawarkan menu-menu unggulan di Gelato serta memberikan penjelasan ketika konsumen memberikan pertanyaan seputar menu yang kurang dipahami serta selalu tanggap dengan kebutuhan konsumen.

Berdasarkan dari uraian diatas maka penulis memilih judul penelitian "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di *De Classe Gelato and Coffee* Kota Blitar"

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode-metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini diukur sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur-prosedur statistic (Crewell,2012:5).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen di De Classe Gelato and Coffee Kota Blitar dalam waktu 10 hari sebanyak 500 orang. Apabila dibulatkan maka besar sampel minimal dari 500 populasi pada margin of error 5% adalah sebesar 222.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini pertama kuesioner dibagikan kepada responden secara langsung kepada pengunjung De Classe Gelato and Coffee Kota Blitar yang nantinya setelah dikumpulkan dilakukan tabulasi data.

Kedua studi pustaka dengan melakukan analisis terhadap karya ilmiah, jurnal dan *website* yang berkaitan dengan penelitian yang dijadikan referensi, Ketiga dokumentasi dalam penelitian ini adalah berupa sumber informasi seperti media elektronik, tulisan ataupun karangan orang lain yang akan digunakan untuk mengetahui dan menambah referensi peneliti.

Tabel 1. Variabel Penelitian

Variabel	Indikator
Kualitas Produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja 2. Ciri atau keistimewaan 3. Keandalan 4. Kesesuaian dengan spesifikasi 5. Kualitas yang dipersepsikan
Harga	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan Harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Potongan Harga 5. Kesesuaian harga dengan manfaat produk
Kualitas Pelayanan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tangibles (Bukti Fisik) 2. Realibility (keandalan) 3. Responsive (Daya Tanggap) 4. Assurance (Jaminan) 5. Emphaty (Perhatian)
Kepuasan Konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persepsi Kinerja 2. Kesesuaian Harapan 3. Penilaian Konsumen

Teknik Analisa data dalam penelitian ini melalui beberapa tahap. Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak dari hasil kuesioner yang telah di tabulasi data. Kedua uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Ketiga uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas yang dilakukan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Keempat uji Analisis Regresi Berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Kelima pengujian hipotesis dalam penelitian ini uji parsial, uji simultan, dan uji koefisiensi determinasi (R^2) dilakukan untuk memberikan kerangka dalam penyusunan kesimpulan yang akan dihasilkan dan membuktikan apakah hipotesis diterima atau ditolak.

PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini peneliti melakukan analisis terhadap variabel Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan ketiga variabel bebas ini berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dimana kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh De Classe Gelato and Coffee Kota Blitar telah memenuhi keinginan konsumen. Dimana kualitas produk yang ditawarkan memenuhi keinginan konsumen sebanding dengan harga dan kualitas pelayanan yang diberikan. Dengan demikian maka kualitas pelayanan disini sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

karena dengan adanya pelayanan yang baik, maka terciptalah kepuasan konsumen. Setelah konsumen merasa puas dengan produk dan jasa yang diterima, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen benar-benar merasa puas, konsumen akan melakukan pembelian ulang. Maka dari itu, perusahaan dari sekarang harus memikirkan dengan matang betapa pentingnya pelayanan kepada konsumen melalui kualitas pelayanan. Karena kini semakin disadari bahwa pelayanan merupakan aspek penting dalam bertahan di dunia Bisnis dan memenangkan persaingan Dimana satu variabel dengan variabel lain saling berhubungan maka antar variabel harus tetap seimbang yaitu dengan memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan dan memberikan kualitas pelayanan yang baik terhadap semua konsumen. Maka disini kualitas pelayanan merupakan aspek dengan nilai yang paling tinggi, karena pada dasarnya kepuasan pertama didapatkan dari hal kesesuaian pelayanan dengan ekspektasi dari pembeli.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Runtuwuu, Oroh dan Taroreh bahwa variabel Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen, hal ini dibuktikan dengan Uji F. Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan merupakan hal penting bagi kepuasan konsumen. Dimana konsumen yang merasa puas dengan produk yang dibeli akan kembali membeli produk yang ditawarkan. Konsumen yang merasa puas akan cenderung membeli kembali produk dan juga akan memberikan penilaian yang baik tentang pelayanan kepada orang lain atau bisa dikatakan Word Of Mouth (WOM).

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,697	0,1317	Valid
		X1.2	0,721	0,1317	Valid
		X1.3	0,648	0,1317	Valid
		X1.4	0,735	0,1317	Valid
		X1.5	0,687	0,1317	Valid
		X1.6	0,746	0,1317	Valid
		X1.7	0,798	0,1317	Valid
		X1.8	0,714	0,1317	Valid
		X1.9	0,799	0,1317	Valid
		X1.10	0,709	0,1317	Valid
2.	Harga (X2)	X2.1	0,845	0,1317	Valid
		X2.2	0,730	0,1317	Valid
		X2.3	0,805	0,1317	Valid
		X2.4	0,733	0,1317	Valid
		X2.5	0,678	0,1317	Valid
3.	Kualitas Pelayanan	X3.1	0,829	0,1317	Valid
		X3.2	0,788	0,1317	Valid
		X3.3	0,821	0,1317	Valid
		X3.4	0,805	0,1317	Valid
		X3.5	0,821	0,1317	Valid
		X3.6	0,871	0,1317	Valid
		X3.7	0,843	0,1317	Valid
		X3.8	0,854	0,1317	Valid
		X3.9	0,747	0,1317	Valid
		X3.10	0,689	0,1317	Valid
3.	Kepuasan	Y.1	0,814	0,1317	Valid

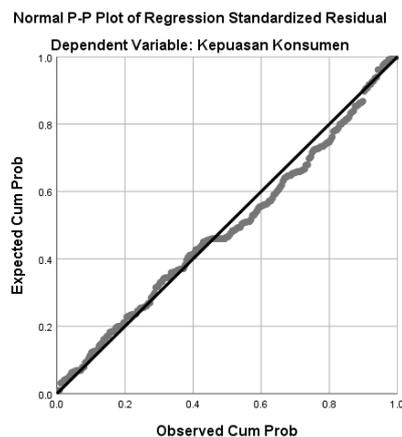
No.	Variabel	Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
	Konsumen (Y)	Y.2	0,827	0,1317	Valid
		Y.3	0,814	0,1317	Valid
		Y.4	0,767	0,1317	Valid
		Y.5	0,741	0,1317	Valid
		Y.6	0,797	0,1317	Valid
		Y.7	0,832	0,1317	Valid
		Y.8	0,845	0,1317	Valid
		Y.9	0,816	0,1317	Valid
		Y.10	0,806	0,1317	Valid

Pada tabel 2 diatas, menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai korelasi yang lebih besar dari r_{tabel} , artinya masing-masing variabel yang meliputi kualitas produk, harga kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dinyatakan **valid**.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Produk	0,898	0,60	Reliabel
Harga	0,813	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,940	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,940	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai Cronbach Alpha (α) untuk semua variabel yakni Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kualitas Layanan (X3) serta Kepuasan Konsumen (Y) lebih dari 0,6. Maka seluruh variabel yang digunakan tersebut dinyatakan reliabel dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas P-Plot

Berdasarkan gambar diatas dapat dijelaskan bahwa bahwa titik-titik plotting berada didekat atau mengikuti garis diagonalnya, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual dalam gambar P-Plot diatas berdistribusi normal. Sehingga model regresi layak digunakan dalam penelitian ini karena sudah memenuhi asumsi uji normalitas.

**Tabel 4. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		222
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.12761135
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.063
	Negative	-.029
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.034 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel 4 diatas telah ditemukan bahwa nilai signifikansi monte carlo sebesar 0,337 lebih besar dari 0,05. Artinya data berdistribusi normal sehingga asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Produk	0,344	2,905	Tidak terjadi multikolinearitas
Harga	0,508	1,967	Tidak terjadi multikolinearitas
Kualitas Pelayanan	0,455	2,196	Tidak terjadi multikolinearitas

Berdasarkan tabel diatas dimana nilai *tolerance* pada variabel independen lebih besar dari pada nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada terjadinya gejala Multikolinearitas dalam model regresi tersebut.

**Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Correlations**

		X1	X2	X3	Unstandardized Residual	
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1.000	.679**	.695**	.067
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.319
		N	222	222	222	222
	X2	Correlation Coefficient	.679**	1.000	.540**	.051
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.452
		N	222	222	222	222
	X3	Correlation Coefficient	.695**	.540**	1.000	.044
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.512
		N	222	222	222	222
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.067	.051	.044	1.000	

	Sig. (2-tailed)	.319	.452	.512	.
	N	222	222	222	222

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel diatas dimana nilai signifikansi atau sig. (2-tailed) pada variabel independen lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai sebagai prediksi.

Tabel 7. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.301	1.602		.812	.418
	Kualitas Produk	.275	.062	.257	4.432	.000
	Harga	.370	.086	.205	4.298	.000
	Kualitas Layanan	.521	.052	.509	10.108	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil persamaan dari Analisis Regresi Linier Berganda adalah dimana :

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + \varepsilon$$

$$Y = 1,301 + 0,275 X_1 + 0,370 X_2 + 0,521 X_3$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 1,301 dapat diketahui apabila variabel independent yang terdiri atas kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan dianggap nol, maka besarnya kepuasan konsumen adalah 1,301
2. Nilai koefisien regresi (beta) pada variabel kualitas produk sebesar 0,275 artinya, setiap peningkatan variabel kualitas produk maka kepuasan konsumen meningkat, dengan asumsi variabel lain adalah tetap. Sebaliknya penurunan pada variabel kualitas produk akan menurunkan kepuasan.
3. Nilai koefisien regresi (beta) pada variabel harga sebesar 0,370 artinya, setiap peningkatan harga maka kepuasan konsumen meningkat, dengan asumsi variabel yang lain adalah tetap. Sebaliknya penurunan pada variabel harga akan menurunkan kepuasan konsumen.
4. Nilai koefisien regresi (beta) pada variabel kualitas pelayanan sebesar 0,521 artinya, setiap peningkatan variabel kualitas pelayanan maka kepuasan konsumen meningkat, dengan asumsi variabel yang lain adalah tetap. Sebaliknya penurunan pada variabel kualitas pelayanan akan menurunkan kepuasan konsumen.

Tabel 8. Hasil Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.301	1.602		.812	.418
	Kualitas Produk	.275	.062	.257	4.432	.000
	Harga	.370	.086	.205	4.298	.000

Kualitas Layanan	.521	.052	.509	10.108	.000
------------------	------	------	------	--------	------

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Diketahui untuk mencari T_{tabel} dapat dihitung dengan rumus :

$$T_{tabel} = t(a/2 ; n - k - 1 \text{ atau df residual})$$

$$a = 5\% \text{ atau } 0,05$$

$$t = 0,05/2 ; 222 - 3 - 1$$

$$t = 0,025 ; 218$$

$$t = 1,970$$

Jadi, nilai t_{tabel} pada uji T_{test} ini adalah sebesar 1,970

Berdasarkan pada tabel diatas, akan dijelaskan pengujian uji T_{-test} dari masing-masing variabel sebagai berikut :

1. Variabel Kualitas Produk (X1) memiliki signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil 0,05. Kemudian, dilihat pada nilai t_{hitung} sebesar 4,432 terdapat nilai lebih besar dari t_{tabel} yakni sebesar 1,970. Maka dapat disimpulkan bahwa H_1 atau hipotesis pertama diterima. Artinya terdapat pengaruh secara parsial Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)
2. Variabel Harga (X2) memiliki signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil 0,05. Kemudian, dilihat pada nilai t_{hitung} sebesar 4,298 terdapat nilai lebih besar dari t_{tabel} yakni sebesar 1,970. Maka dapat disimpulkan bahwa H_1 atau hipotesis kedua diterima. Artinya terdapat pengaruh secara parsial Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)
3. Variabel Kualitas Pelayanan (X3) memiliki signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil 0,05. Kemudian, dilihat pada nilai t_{hitung} sebesar 10,108 terdapat nilai lebih besar dari t_{tabel} yakni sebesar 1,970. Maka dapat disimpulkan bahwa H_1 atau hipotesis ketiga diterima. Artinya terdapat pengaruh secara parsial Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 9. Hasil Uji Simultan (Uji F)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6440.062	3	2146.687	216.475	.000 ^b
	Residual	2161.812	218	9.917		
	Total	8601.874	221			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Harga, Kualitas Produk

Berdasarkan pada tabel Anova diatas, diketahui terdapat nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut menunjukkan bahwa 0,000 lebih kecil daripada 0,05. Sedangkan nilai dari f_{hitung} memiliki nilai 216,475 dimana nilai tersebut lebih besar dari f_{tabel} yaitu 3,037. Maka dapat disimpulkan bahwa H_4 atau hipotesis keempat diterima. Artinya terdapat pengaruh secara simultan variabel

Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

Tabel 10. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.865 ^a	.749	.745	3.149

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Harga, Kualitas Produk

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa, nilai korelasi determinasi (R) sebesar 0,865 menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara Kualitas produk, Harga, Kualitas Pelayanan adalah kuat. Sedangkan nilai R *square* atau Koefisien Determinasi dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$K_d = R^2 \times 100\%$$

$$K_d = 0,749 \times 100\% = 74,9\%$$

Hal ini berarti 74,9% variasi dari Kepuasan konsumen bisa dipengaruhi oleh variasi dari Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan. Sedangkan sisanya (100% - 74,9% = 25,1%) dipengaruhi variabel lain selain model yang diteliti.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sesuai perumusan masalah sebagai berikut : Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di *De Classe Gelato and Coffee* Kota Blitar. Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di *De Classe Gelato and Coffee* Kota Blitar. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di *De Classe Gelato and Coffee* Kota Blitar. Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di *De Classe Gelato and Coffee* Kota Blitar.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, N. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Produk Indomie (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Bekasi). *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 3(2).
- Bailia, J. F., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. R. (2014). Pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan lamongan di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Gunawan, W. T. (2013). Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Texas Chicken Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 61-72.
- Haryanto, R. A. (2013). Strategi promosi, kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada restoran McDonald's manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).

- Imron, I. (2019). Analisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19-28.
- Kotler, Keller.(2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Keller.(2016). *Marketing Management 15e Global Edition*. England. Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong. (2014). *Principle Of Markeing*. 15th edition new. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Ed, 13 Jilid 2, Jakarta: Erlangga.
- Lasander, C. (2013). Citra merek, kualitas produk, dan promosi pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen pada makanan tradisional. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Lumintang, G., & Rotinsulu, J. J. (2015). Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Holland Bakery Boulevard Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(1).
- Masloman, M., Lumanauw, B., & Trang, I. (2015). Kualitas Pelayanan Dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kentucky Fried Chicken Multimart Ranotana Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(4).
- Nasution, S. M. A., & Nasution, A. E. (2021, October). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional, Biaya Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Jasa Gojek Di Medan. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 2, No. 1, pp. 142-155).
- Prasetio, A. (2012). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. *Management Analysis Journal*, 1(1).
- Putri, Y. M., Utomo, H., & Mar'ati, F. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga Dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Di Grand Wahid Hotel Salatiga. *Among Makarti*, 14(1).
- Ramadhan, D., & Mahargiono, P. B. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Tepi Barat Rumah Kopi Rungkut Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(6).
- Runtuuwu, J. G., Oroh, S., & Taroreh, R. (2014). Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna café dan resto Cabana Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).

Sugiyono. (2016). *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta

Windarti, T., & Ibrahim, M. (2017). *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen produk donat madu (studi pada konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang–Pekanbaru)* (Doctoral dissertation, Riau University).