

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA KANG BAGONG CATERING
(Studi Pada Kang Bagong Catering Semarang)**



MANUSCIPT

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Menyelesaikan

Program Sarjana (S1)

Pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Semarang

Disusun oleh:

LUTFI HAKIM

E2A016070

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SEMARANG

2020

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KANG
BAGONG CATERING**

(Studi Pada Kang Bagong Catering Semarang)

Lutfi hakim

Lutfifernando9@gmail.com

Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah
Semarang

ABSTRACT

The culinary business continues to grow at this time, which causes competition in the culinary business world increasingly fierce. The main objective of this research is to find out whether there is an effect of product quality, price, and service quality on consumer satisfaction at Kang Bagong Catering. The population of this study is Kang Bagong Catering consumers, with a total sample of 68 respondents taken using a random sampling area technique. Data obtained through the distribution of questionnaires to then be analyzed using descriptive and inferential analysis methods using multiple linear regression analysis techniques.

The test results show (1) the quality of the product has a positive and significant effect on customer satisfaction with a significance value of $0,000 < 0.05$. (2) price has a positive and significant effect on consumer satisfaction with a significance value of $0.009 < 0.05$. (3) service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction with a significance value of $0,000 < 0.05$. (4) product quality, price, and service quality together have a significant effect on customer satisfaction with sig. at $0,000 < 0.005$.

The results of the analysis using the coefficient of determination (R^2) obtained a value of $= 0.564$. Indicates that the variables of product quality, price, and service quality affect the variable of customer satisfaction by 56.4%.

Keywords: Product Quality, Price, Service Quality, and Consumer Satisfaction.

ABSTRAK

Bisnis kuliner terus berkembang saat ini, yang menyebabkan persaingan di dunia usaha kuliner semakin ketat. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kang Bagong Catering. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen Kang Bagong Catering, dengan jumlah sampel sebanyak 68 responden yang diambil menggunakan teknik random sampling area. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner untuk kemudian dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif dan inferensial dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda.

Hasil pengujian menunjukkan (1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. (2) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi $0,009 < 0,05$. (3) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. (4) kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,005$.

Hasil analisis menggunakan koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai sebesar $= 0,564$. Menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 56,4 %.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Dalam era persaingan yang semakin ketat pelaku usaha dituntut harus mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar tetap mampu untuk bersaing. Salah satunya dalam bisnis usaha catering. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan banyaknya bisnis usaha yang menghasilkan produk dengan

jenis yang sama tetapi harga dan pelayanan beraneka ragam. Menawarkan produk atau jasa yang dibutuhkan konsumen dengan kualitas yang lebih baik dari produk lain dan juga berbeda dari produk lain, hal itu akan menjadi poin penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen atas penggunaan produk atau jasa yang ditawarkan. Saat ini banyak pelaku bisnis yang semakin memahami arti penting dari kepuasan konsumen dan menyusun strategi

untuk memberikan kepuasan bagi konsumennya. Sehingga konsumen mau dan rela kembali menikmati apa yang ditawarkan oleh perusahaan dan menjadi pelanggan setia bagi perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (dalam Septiani, 2018) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara harapan dan kenyataan tentang kinerja (hasil) produk. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu perasaan senang yang timbul karena produk yang dibeli sesuai dengan harapan. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan, (Setyobudi dan Bintoro, 2014).

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah sebagaimana yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Kang Bagong Catering?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Kang Bagong Catering?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan

konsumen pada Kang Bagong Catering?

4. Bagaimana pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada Kang Bagong Catering.

Tujuan Penelitian

Adapun penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Kang Bagong Catering.
2. Untuk menguji pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Kang Bagong Catering.
3. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kang Bagong Catering.
4. Untuk menguji pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada Kang Bagong Catering.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Ibrahim dan Thawil:2019) kualitas produk adalah kemampuan dari sebuah

produk dalam memenuhi fungsinya. Sedangkan menurut Marian (dalam Arifki dan Nurtjahjani:2018) produk yang berkualitas adalah produk yang sanggup unggul dalam bersaing untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Konsumen cenderung akan merasa puas apabila produk yang mereka beli berkualitas.

Dimensi Kualitas Makanan

Menurut Marsum (dalam Masharyanto dan Urwah:2016) terdapat enam dimensi kualitas produk yang fungsinya adalah untuk menilai mutu makanan. Antara lain sebagai berikut:

1. *Flavour* (rasa)
2. *Aromatic Appeal* (daya harum)
3. *Texture/Form* (tekstur/bentuk)
4. *Temperature* (suhu)
5. *Visual Appeal* (daya penarik lewat ketajaman mata)
6. *Consistency* (kemantapan/ketetapan)

Mutu hidangan atau menu yang disajikan harus dijaga supaya mantap atau tetap baik. Baik mutu, rasa, maupun aromanya.

Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Bilgies:2018) Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk yang berupa barang dan jasa atau jumlah dari seluruh nilai yang ditukar oleh

konsumen atau manfaat-manfaat karena telah memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga merupakan bagian dari pengorbanan total yang dikeluarkan oleh konsumen dalam suatu pertukaran (Swastha, 2011). Harga bukan hanya sekedar angka atau label, harga berasal dari banyak bentuk dan fungsi seperti sewa, biaya, ongkos, upah, komisi, dan cukai adalah harga yang harus dibayar untuk sebuah produk atau jasa (Manik, 2017).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa harga adalah suatu pengorbanan yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan atau mengkonsumsi barang atau jasa tersebut.

Indikator Penetapan Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Hermina dan Pauzi:2017) ada empat ukuran yang dapat mencirikan harga, yaitu:

1. Keterjangkauan Harga
2. Kesesuaian Harga Dengan Kualitas
3. Kesesuaian Harga Dengan Manfaat
4. Harga Sesuai Kemampuan Atau Daya Saing Harga

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono, Chandra & Adriana (dalam Astuti:2017) kualitas pelayanan adalah perbandingan antara tingkat layanan yang diberikan oleh perusahaan

dibandingkan ekspektasi pelanggan. Menurut Tjiptono (2014) Kualitas pelayanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta kecepatan penyampaianya dalam mengimbangi atau melampaui harapan konsumen.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut parasuraman (dalam Lupiyoadi:2011) Terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan, antara lain:

1. Keandalan
2. Daya Tanggap
3. Jaminan
4. Empati
5. Produk Fisik

Kepuasan Konsumen

Menurut Howard dan Shets (dalam Tjiptono:2014) kepuasan konsumen adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara hasil yang didapatkan dengan hasil yang diharapkan. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa untuk mendapatkan kepuasan konsumen berarti produk atau jasa yang disampaikan harus mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen serta sesuai dengan selera konsumen.

Pengukuran Kepuasan Konsumen

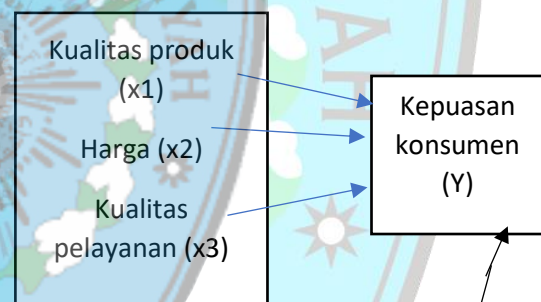
Menurut Tjiptono (2014) terdapat enam konsep inti dalam mengukur objek pengukuran kepuasan konsumen, yaitu:

1. Kepuasan Konsumen Keseluruhan
2. Dimensi Kepuasan Pelanggan
3. Kesesuaian Harapan
4. Minat Pembelian Ulang
5. Kesiediaan Merekomendasikan
6. Ketidakpuasan Konsumen

Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



Keterangan:

Panah warna biru: pengaruh secara parsial
 Panah warna hitam: pengaruh secara bersama-sama

Hipotesis

1. Hipotesis satu (H_1): kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Hipotesis dua (H_2): harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Hipotesis tiga (H_3): kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4. Hipotesis empat (H_4): kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Metode Penelitian

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah menggunakan jasa Kang Bagong Catering periode juni-september 2019 sebanyak 607 orang.

Sampel

Pengambilan sampel dalam penelitian ini, menggunakan metode pengambilan sampel *probability sampling* dengan teknik *cluster random sampling*. Menurut Sugiyono (2012) adalah cara yang digunakan untuk menentukan sampel apabila obyek yang akan diteliti sangat luas. Misalnya dari suatu propinsi atau kabupaten. Ada 2 langkah dalam menggunakan teknik *cluster random sampling*, yang pertama adalah menentukan daerah yang akan dijadikan

populasi, yang kedua memilih sampel secara acak.

Populasi dalam penelitian ini memfokuskan seluruh konsumen Kang Bagong Catering yang berada di wilayah Semarang karena konsumen lebih banyak dari wilayah tersebut dibandingkan wilayah lainnya sehingga dianggap mampu untuk mewakili. Dalam menentukan jumlah besarnya sampel yang akan diteliti, peneliti menggunakan rumus slovin. Dimana rumus persamaannya adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

dimana: n = ukuran sampel
N = ukuran populasi
e = kesalahan sampel yang ditolerir

Adapun sampel yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebesar:

$$N = 607$$

$$E = 0,1$$

Maka:

$$n = \frac{607}{1 + 607(0,1)^2}$$

$$n = \frac{607}{7,07}$$

$$n = 85,855 = 86 \text{ responden}$$

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam sebuah penelitian merupakan suatu hal yang sangat penting. Data merupakan suatu gambaran dari suatu variabel yang diteliti,

yang berfungsi untuk membentuk sebuah hipotesis penelitian. Sehingga benar atau tidaknya data akan sangat menentukan mutu dari sebuah penelitian. Adapun analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS . Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini antara lain: uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi.

Hasil dan Pembahasan

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4. 1

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	.129	1.127			.115	.909
X1	.223	.052	.350		4.297	.000
X2	.171	.064	.218		2.694	.009
X3	.268	.049	.429		5.484	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 4.17 diatas, perhitungan regresi linier berganda didapat persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0,129 + 0,223 X_1 + 0,171 X_2 + 0,268 X_3$$

Uji Hipotesis

Uji t (parsial)

Tabel 4. 2

Hasil Uji Hipotesis Parsial (uji t)

Variabel	Koefisien	T	Sig.	Keterangan
Constant	0,129	0,115	0,909	
Kualitas produk	0,223	4,297	0,000	Signifikan
Harga	0,171	2,694	0,009	Signifikan
Kualitas pelayanan	0,268	5,484	0,000	Signifikan

1. Diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel kualitas produk sebesar 0,000 < 0,005. Variabel kualitas produk mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 4,297 > t_{tabel} 1,663. Yang berarti variabel kualitas produk mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Sehingga dapat dibuktikan H_0 ditolak dan H_{a1} diterima, yang berarti bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Diketahui dari hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel harga sebesar 0,009 < 0,05. Variabel harga mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 2,694 > t_{tabel} sebesar 1,663. Yang berarti variabel harga mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap

variabel kepuasan konsumen. Sehingga dapat dibuktikan H_0 ditolak dan H_{a2} diterima, yang berarti bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Diketahui dari hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan sebesar $0,000 < 0,05$. Variabel kualitas produk mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $5,484 > t_{tabel}$ sebesar $1,663$. Yang berarti variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Sehingga dapat dibuktikan H_0 ditolak dan H_{a3} diterima, yang berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Uji F (simultan)

Tabel 4. 3

Hasil Uji F (Simultan)

	F	Sig.	keterangan
Regretion	35.380	0,000	Signifikan

Berdasarkan tabel 4.19 diatas, diperoleh nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$, dan nilai F_{hitung} sebesar $35.380 > F_{tabel}$ sebesar $2,72$. Maka dapat disimpulkan

bahwa H_0 ditolak dan H_4 diterima, yang berarti bahwa kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4. 4

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.751 ^a	.564	.548	1.593

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 4.21 diatas, menunjukkan besarnya koefisien determinasi (R Square) = $0,564$ menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar $56,4\%$. Sedangkan sisanya ($100\% - 56,4\% = 43,6\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil analisis pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menghasilkan pengaruh yang positif dan signifikan. Nilai koefisien

positif menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang searah dengan variabel kepuasan konsumen, yang artinya jika kualitas produk semakin tinggi, maka kepuasan konsumen akan meningkat.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil analisis pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen menghasilkan pengaruh yang positif dan signifikan. Nilai koefisien positif menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang searah dengan variabel kepuasan konsumen, yang artinya jika harga semakin kompetitif, maka kepuasan konsumen akan meningkat.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil analisis pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menghasilkan pengaruh yang positif dan signifikan. Nilai koefisien positif menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang searah dengan variabel kepuasan konsumen, yang artinya jika kualitas pelayanan semakin tinggi, maka kepuasan konsumen akan meningkat.

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Secara Bersama-Sama Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil analisis pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen menghasilkan pengaruh yang signifikan.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diketahui hasil pengujian secara parsial diperoleh nilai signifikansi variabel kualitas produk sebesar $0,000 < 0,005$. Variabel kualitas produk mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $4,297 > t_{tabel}$ 1,663. Yang berarti variabel kualitas produk mempunyai kontribusi terhadap variabel kepuasan konsumen. Sehingga dapat dibuktikan H_0 ditolak dan H_{a1} diterima, yang berarti bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Diketahui dari hasil pengujian secara parsial diperoleh nilai signifikansi variabel harga sebesar $0,009 < 0,05$. Variabel harga mempunyai nilai t_{hitung} sebesar

$2,694 > t_{tabel}$ sebesar 1,663. Yang berarti variabel harga mempunyai kontribusi terhadap variabel kepuasan konsumen. Sehingga dapat dibuktikan H_0 ditolak dan H_{a2} diterima, yang berarti bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Diketahui dari hasil pengujian secara parsial diperoleh nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan sebesar $0,000 < 0,05$. Variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $5,484 > t_{tabel}$ sebesar 1,663. Yang berarti variabel kualitas pelayanan mempunyai kontribusi terhadap variabel kepuasan konsumen. Sehingga dapat dibuktikan H_0 ditolak dan H_{a3} diterima, yang berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4. Diketahui dari hasil pengujian secara simultan diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$, dan nilai F_{hitung} sebesar $35,380 > F_{tabel}$ sebesar 2,72. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_4 diterima, yang berarti bahwa kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

5. Berdasarkan dari hasil analisis regresi berganda diperoleh hasil pengujian hipotesis dengan persamaan regresi:

$$Y = 0,129 + 0,223 X_1 + 0,171 X_2 + 0,268 X_3.$$

6. Dari hasil perhitungan menggunakan uji koefisien determinasi diperoleh nilai (R Square) sebesar 0,564 yang menunjukkan kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 56,4%.

Daftar Pustaka

Adi, A. F. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Lampersari Semarang)*. Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro: Semarang.

Amrullah. dkk. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 13, No. 2.

- Bilgies, A. F. (2016). Peran Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pelanggan Billagio Skincare Clinic Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, Vol.1, No. 1.
- Carolina, F. A. (2017). *Analisis Penerimaan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Dalam Perspektif Technology Acceptance Model (Studi Empiris Pada Perusahaan Distributor Alat Kesehatan di Semarang)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Unika Soegijapranata: Semarang.
- Diana, I. M. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Viola Ladies Boutique di Yogyakarta)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma: Yogyakarta.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Handoko, B. (2016). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol. 17, No.01.
- Hasrina. (2017). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Yaris Pada PT. Hadji Kalla Cabang Urip Sumoharjo di Kota Makassar*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar: Makassar.
- Hermina, Tinneke dan Iyan Pauzi. (2017). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Smartphone Sony Pada PT. Maju Jaya Cicahuem Bandung. *Jurnal Wacana Ekonomi*, Vol. 16, No. 02
- Ibrahim, Malik dan Sitti Marijam Thawil. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, Vol. 4, No. 1.
- Kamaru, Taufik dan Arni Kurniati. (2017). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Usaha Kecil Menengah Monster Shaker Cafe. *Jurnal Manajemen*, Vol. 5, No. 3.
- Kusuma, Y. (2018). *Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Kualitas*

- Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Concept Foto Studio Yogyakarta)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma: Yogyakarta.
- Lesmana, Rosa dan Ratnasari. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Rakedatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol. 2, No. 2.
- Lupiyoadi, Rambat; dan A. Hamdani. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Manik, C. D. (2017). Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Panel Listrik Pada PT. Cakra Raya Teknologi di Tangerang Kota. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol. 1, No.1.
- Masharyono dan Cita Urwah Hasanah. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Celdi Catering. *Tourism Scientific Journal*, Vol. 1, No. 2.
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi*, Vol. 7, No. 2.
- Maulidah, Iis, Joko widodo, Mukhamad Zulianto. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol. 13, No. 1.
- Montung, Pamela. Jantje Sepang dan Decky Adare. (2015). Pengaruh Kualitas produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Kawan Baru. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol. 15, No. 05.
- Pratama, B. N. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Terhadap Word Of Mouth (Studi Kasus Pada Warung Spesial Sambal Cabang Bintaro)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Syarif Hidayatullah: Jakarta.
- Primadiawan, I. A. (2018). *Pengaruh Kualitas pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus PO Eka*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma: Yogyakarta.

- Puri, M. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Provita Bandar Lampung*. Skripsi. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung: Bandar Lampung.
- Purnamasari, I. Y. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online di Singaraja Tahun 2015. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi*, Vol. 5, No. 1.
- Putri, Anindya Dwiana dan Sri Rahayu Tri Astuti. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Minat Daya Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Blends Pasta & Chocolate Cabang Unika Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, Vol. 6, No. 2.
- Rahmawati, K. N. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kedai Bangsawan Klaten*. Skripsi. Program Studi Pendidikan Teknik Boga Universitas Negeri Yogyakarta: Yogyakarta.
- Ratnasari, Ririn Tri dan Mastuti Aksa. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Safrizal. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ayam Penyet Pak Ulis di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol. 4, No. 2.
- Sari, S. A. (2017). *Persepsi Konsumen Pada Membership Card Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Distributor Tupperware PT. Tapis Eka Modern Bandar Lampung*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung: Bandar Lampung.
- Septiani, D. F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Waroeng Jeans Cabang Jalan P. Antasari Kota Samarinda. *e-Journal Administrasi Bisnis*, Vol. 6, No.1.
- Setyobudi, Daryanto dan Ismanto Bintoro. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Sintya. dkk. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Gojek

- Online Pada Mahasiswa FEB Unsrat Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 6, No. 3.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Administrasi, cetakan ke 20*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmawati, R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, Vol. 7, No. 2.
- Swastha, B. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Syahrial, Y. A. (2015). *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Aneka Karya Glass di Surakarta*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta: Surakarta.
- Taharuddin. (2015). Pengaruh Harga, Atribut Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Mio (Studi Kasus Pada CV. Tiara Motor Langsa). *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol.4, No.1.
- Tambunan, A. P. (2016). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PDAM Tirta Nchio Sidikalang). *Jurnal Ilmiah Methonomi*, Vol. 2, No. 2.
- Tanjaya, C. (2017). Perancangan Standart Operational Procedure Produksi Pada Perusahaan Coffein. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 2, No.1.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tuju Ralph Edfrans dan Sjendry Loindong. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Sepeda Motor Yamaha Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Hasjrat Abadi di Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 6, No. 3.
- Utami, Athira Tjahya dan Arlin Ferlina Moch. Trenggana. (2016). Pengaruh Kualita Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *e-Prooceding Of Management*, Vol. 3, No. 1.
- Utami, H. (2013). *Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap*

Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Dagang Ria Catering Pekanbaru. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau: Pekanbaru.

Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: STIM YKPN.

Yafie, Achmad Safrizal, Suharyono, Yusri Abdillah. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Food And Beverage 8 Oz Coffee Studio Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 35, No. 5.

Buku Panduan Penulisan Skripsi (2019). Semarang: Universitas Muhammadiyah Semarang

https://id.wikipedia.org/wiki/Sensus_Penduduk_Indonesia_2010, 20 Oktober 2019.

<http://telpon.info/katering/semarang/>, 20 Oktober 2019.