

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DITINJAU DARI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN LOKASI DI KEDAI DAMONI KOPI KEDIRI 2021

David Chrisando¹, Bambang Agus Sumantri, S.IP., M.M.², Sigit Ratnanto, S.T.,M.M.³
Universitas Nusantara PGRI Kediri Fakultas Ekonomi dan Bisnis – Program Studi Manajemen
chrisandodavid@gmail.com

Abstract

Nowadays the increase in the coffee shop business is growing, this is due to the coffee culture in the community which is also developing which is becoming a connoisseur of manually brewed coffee, especially among young people. The purpose of this study was to analyze the significant effect of price, product quality, and location on consumer satisfaction at Kedai Damoni Kopi Kediri partially and simultaneously. The approach in this study uses quantitative methods using a sample of 40 respondents and analyze using multiple linear regression analysis. The result of the study obtained the equation $Y = -1.354 + 0,237X_1 + 0,384X_2 + 0,291X_3$. The conclusion of this study is that price, product quality and location partially have a significant positive effect and jointly have a significant effect on consumer satisfaction with a significant value of $0,00 < 0,05$

Keywords: Price, Product Quality, Location, and Consumer Satisfaction

Abstrak

Dewasa ini peningkatan bisnis kedai minuman kopi semakin berkembang, hal ini dikarenakan budaya ngopi dimasyarakat yang juga berkembang yang menjadi penikmat kopi seduh manual terutama pada kalangan anak muda. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh signifikan antara harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Kedai Damoni Kopi Kediri secara parsial dan simultan. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan memakai sampel 40 responden dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil Penelitian diperoleh persamaan $Y' = -1,354 + 0,237 X_1 + 0,384 X_2 + 0,291 X_3$. Kesimpulan dari penelitian ini adalah harga, kualitas produk dan lokasi secara parsial memiliki pengaruh secara positif signifikan dan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan dihasilkannya nilai signifikan $0,00 < 0,05$.

Keywords: Harga, Kualitas Produk, Lokasi, dan Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Persaingan pada era dunia bisnis semakin lama semakin meningkat, salah satunya dari sektor usaha kedai kopi seduh manual yang sekarang ini banyak digemari dan kedai kopi menjadi salah satu usaha yang diminati oleh sebagian masyarakat Indonesia. Mulai dari tempat ngopi yang ada di pinggir jalan, hingga menggunakan ruko sebagai domisilinya. Persaingan yang semakin meningkat dalam dunia bisnis perkopian mengharuskan pelaku bisnis kedai kopi untuk dapat memenuhi keinginan konsumen agar tetap bersaing serta memberi kepuasan menikmati kopi yang disenangi oleh para konsumen. Dari golongan remaja khususnya sampai orang dewasa, beberapa dari mereka menjadikan kopi sebagai kepuasannya, dan meningkatnya kebiasaan nongkrong sambil ngopi yang banyak dijumpai hampir disetiap kedai kopi hal tersebut bahkan sudah menjadi seperti budaya pada masyarakat sendiri. Hasil riset dari TOFFIN menunjukkan angka peningkatan dari seluruh kedai kopi di Indonesia yaitu Agustus 2019 terdapat lebih dari 2.950 gerai dan angka tersebut bertambah hampir tiga kali lipat dibanding tahun 2016 yang berada sekitar 1.000 gerai (Hariyanto, 2020). Para pelaku bisnis pada dasarnya mempunyai tujuan untuk mendapat keuntungan maksimal sehingga tetap dapat menghidupi usahanya ditengah

berbagai macam persaingan, dari berbagai macam persaingan yang ada pemilik usaha harus mampu memuaskan konsumen dari setiap hal yang ada dalam produknya sehingga dapat memicu kesan yang baik dan sebandingnya dari konsumen. Kepuasan konsumen itu sendiri dapat dimaknai sebagai rasa puas atau kecewa dari setiap orang, yang dihasilkan dari perbandingan performa produk dan ekspektasi. (Kotler, 2012, p. 30). Faktor yang berpengaruh pada kepuasan konsumen diantaranya adalah kualitas produk dan jasa, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya dan kemudahan (Daryanto and Ismanto, 2014).

Selain kepuasan konsumen adapun harga yang dicari oleh pembeli dimana harga dapat menjadi peran dalam keputusan pembeli dan rasa puas terhadap produk atau jasa yang digunakan. Harga memiliki kecenderungan berubah-ubah tergantung pada pemilik usaha, sehingga harga tersebut dapat dikatakan relatif karena bisa berubah-ubah. Pemilik usaha juga harus memperhatikan harga yang di para pesaingnya, agar harga yang dibuat nantinya tidak terlalu memberatkan konsumen yang membeli. Harga memiliki makna sebagai sejumlah uang yang ditanggungkan atas suatu produk dan jasa kepada konsumen karena telah memiliki atau membeli produk atau jasa yang diperjualbelikan (Kotler, 2012, p. 50). Pada penelitian yang dilakukan oleh Bentar dan Widowati (2018) mengatakan, harga mempunyai signifikansi positif terhadap kepuasan konsumen, namun berbeda dengan penelitian yang dihasilkan oleh Lonardo dan Soelasih (2017) yaitu penelitian tersebut menghasilkan bahwa harga tidak memiliki signifikansi terhadap kepuasan konsumen.

Bukan hanya harga yang harus diperhatikan oleh pemilik usaha, namun kualitas produk juga ikut mengambil bagian dalam kepuasan konsumen karena sering kali konsumen menjadikan kualitas produk sebagai acuan rasa puas, sehingga jika ingin menciptakan kepuasan konsumen maka diharapkan pemilik usaha menjual produk dengan kualitas baik dan sesuai dengan minat beli konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (2011:89) kualitas produk dimaknai sebagai totalitas fitur dan karakteristik produk atau layanan yang mempunyai fungsi untuk memuaskan penggunaannya. Penelitian sebelumnya yang mengatakan kualitas produk mempunyai signifikansi terhadap kepuasan konsumen (Efnita, 2017), namun ada juga penelitian menghasilkan bahwa kualitas produk tidak memiliki signifikansi terhadap kepuasan konsumen (Santoso, 2019).

Hal lain yang dapat diperhatikan adalah tempat atau lokasi yang dipakai untuk menyampaikan produk. Dalam usaha bisnis yang dibuka, diharapkan memiliki lokasi yang strategis agar nantinya dapat menjadi pendukung tumbuhnya usaha bisnis tersebut. Menurut Rusdiana (2014:248), lokasi adalah tempat bisnis dijalankan pada tempat yang sesuai untuk menghasilkan keuntungan maksimal. Pada penelitian dahulu menghasilkan bahwa lokasi memiliki signifikansi positif pada kepuasan konsumen (Jaya, Arifin and Slamet, 2019), akan tetapi penelitian ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian

yang menghasilkan lokasi tidak memiliki signifikansi pada kepuasan konsumen (Manampiring, Tumbuan and Wenas, 2016).

Umumnya tempat yang menjual produk kopi disebut *coffe shop*, namunadapun perbedaan antara *coffe shop* dan kedai kopi yaitu *coffe shop* pada prinsipnya hanya menjual produk minuman kopi sebagai menu utama, sedangkan kedai ialah tempat yang menjual minuman kopi beserta beberapa makanan ringan lainnya. Kedai damoni kopi merupakan salah satu kedai yang menghasilkan produk minuman kopi seduh manual yang berdiri mulai tahun 2017, adapun minuman kopi yang dijual dibuat dari dari biji kopi robusta dan arabika. Pada umumnya konsumen yang mmbeli minuman kopi bisa memperoleh rasa puasnya ditinjau dari segi harg, kualitas produk dan lokasi dinama produk dijual. Sehingga kedai damoni kopi Kediri diharapkan tahu mengenai data empiris tentang kepuasan konsumen yang ditinjau melalui harga, kualitas produk serta lokasi. Berdasarkan beberapa uraian diatas, peneliti mengambil judul analisis kepuasan konsumen ditinjau dari harga, kualitas produk dan lokasi di kedai Damoni Kopi Kediri.

Berdasarkan paparan latar belakang diatas, dapat diketahui tujuan dari penelitian ini yaitu:

- 1) Untuk mengkaji pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen di kedai damoni Kopi Kediri
- 2) Untuk mengkaji pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di kedai damoni kopi Kediri
- 3) Untuk mengkaji pengaruh antara lokasi terhadap kepuasan konsumen di kedai damoni kopi Kediri
- 4) Untuk mengkaji pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di kedai damoni kopi Kediri.

METODE

Pendekatan pada penelitian ini memakai metode kuantitatif dan mempunyai sifat kausal. Pengumpulan data didapatkan dengan membagikan kuisisioner dan telah lolos uji menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah berkunjung di kedai damoni kopi Kediri. Pengambilan sampel memakai teknik *accidental sampling*. Analisis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, dan juga penelitian ini memakai uji parsial dan uji simultan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

- 1) Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Prosentase
Laki-laki	24	60%
Perempuan	16	40%
Total	40	100%

Berdasarkan tabel 1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diketahui jenis kelamin laki-laki berjumlah 24 responden dengan prosentase 60%, dan perempuan berjumlah 16 responden dengan prosentase 40%.

- 2) Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 2. Karakteristik responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah	Prosentase
15-20 tahun	9	22,5%
21-25 tahun	16	40%
26-30 tahun	10	25%
31-35 tahun	5	12,5%
Total	40	100%

sumber: Data diolah 2021

Berdasarkan tabel 2 berdasarkan usia, maka dapat ditemukan usia 15-20 tahun dengan jumlah 9 responden memiliki prosentase sebesar 22,5%. Usia 21-25 tahun dengan jumlah 16 responden memiliki prosentase 40%. Usia 26-30 tahun dengan jumlah 10 responden memiliki prosentase 25%. Usia 31-35 tahun dengan jumlah 5 responden memiliki prosentase 12,5%.

- 3) Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 3 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Prosentase
SD	0	0%
SMP	4	10%

SMA	5	12,5%
Diploma atau Sarjana	31	77,5%
Total	40	100%

sumber: data diolah 2021

Berdasarkan tabel 3 karakteristik responden berdasarkan pendidikan, maka dapat ditemukan jenjang pendidikan SD berjumlah 0 responden yang memiliki prosentase 0%. Dari jenjang pendidikan SMP berjumlah 4 responden yang memiliki prosentase 10%. Dari jenjang pendidikan SMA berjumlah 5 responden memiliki prosentase 12,5%. Dari jenjang pendidikan diploma atau sarjana berjumlah 31 responden memiliki prosentase 77,5%.

4) Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Tabel 4 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Prosentase
PNS	3	7,5%
Wirausaha	14	35%
Pelajar	9	22,5%
Pegawai Swasta	14	35%
Jumlah	40	100%

sumber: data diolah 2021

Berdasarkan tabel 4 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, maka dapat ditemukan Jenis pekerjaan PNS berjumlah 3 responden, prosentase 7,5%. Jenis pekerjaan wirausaha berjumlah 14 responden, prosentase 35%. Jenis pekerjaan sebagai pelajar berjumlah 9 responden, prosentase 22,5%. Jenis pekerjaan pegawai swasta berjumlah 14 responden, prosentase 35%.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dipakai dalam menentukan besarnya pengaruh variabel harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen secara parsial. Berikut pada tabel 5 hasil analisis regresi linier berganda.

Tabel 5 Hasil analisis regresi linier berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1.354	2.820		-.480	.634
Harga	.237	.097	.305	2.447	.019
Kualitas Produk	.384	.170	.339	2.253	.030
Lokasi	.291	.122	.316	2.391	.022

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

sumber: data diolah 2021

Berdasarkan tabel 5 hasil analisis regresi linier berganda maka dapat dirumuskan persamaan $Y = -1,354 + 0,237 X_1 + 0,384 X_2 + 0,291 X_3 + e$. persamaan dapat diartikan sebagai berikut:

a. Konstanta= -1.354

Artinya jika Harga, Kualitas Produk serta Lokasi nilainya tidak ada kenaikan atau nilainya nol, maka Kepuasan Konsumen nilainya sebesar -1,354.

b. Koefisien $x_1 = 0,237$

Artinya jika Harga ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka Kepuasan Konsumen meningkat sebesar 0,237 satuan.

c. Koefisien $x_2 = 0,384$

Artinya jika Kualitas Produk ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka Kepuasan Konsumen meningkat sebesar 0,384 satuan.

d. Koefisien $x_3 = 0,291$

Artinya jika Lokasi ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka Kepuasan Konsumen meningkat sebesar 0,291 satuan.

e. Variabel paling dominan berpengaruh

Dari hasil regresi linier berganda, variabel yang dominan paling berpengaruh adalah kualitas produk yang punya nilai koefisien paling besar berjumlah 0,384.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 6 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.856 ^a	.732	.710

sumber: Data diolah 2021

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diketahui Adjusted R Square 0,71 yang memiliki arti variabel harga, kualitas produk, dan lokasi mampu menjelaskan kepuasan konsumen (variabel dependent) sebesar 71% dan sisanya 29% dijelaskan variabel lain diluar penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

a. Uji Parsial

Tabel 7 Hasil Uji Parsial

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1.354	2.820		-.480	.634
Harga	.237	.097	.305	2.447	.019
Kualitas Produk	.384	.170	.339	2.253	.030
Lokasi	.291	.122	.316	2.391	.022

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah 2021

Berdasarkan tabel 7 hasil uji t, dapat dijabarkan sebagai berikut:

1) Variabel Harga

Berdasarkan hasil pengujian di atas didapat nilai t hitung variabel Harga sebesar 2,447 serta nilai Sig sebesar 0,019 lebih kecil dari 0,05 maka dapat di simpulkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen.

2) Variabel Kualitas Produk

Nilai t hitung variabel Kualitas Produk sebesar 2,253 serta nilai Sig sebesar 0,030 lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan variabel kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.

3) Variabel Lokasi

Nilai t hitung variabel Lokasi sebesar 2,391 serta nilai Sig sebesar 0,022 lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen.

b. Uji Simultan

Tabel 8 Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	194.680	3	64.893	32.802	.000 ^b
Residual	71.220	36	1.978		
Total	265.900	39			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

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

sumber: Data diolah 2021

Dari hasil uji simultan pada tabel 4.14 diketahui F_{hitung} sebesar 32,802 bernilai signifikannya $0,000 < 0,05$. Dapat diartikan bahwa harga, kualitas produk serta lokasi secara simultan memiliki pengaruh signifikan pada kepuasan konsumen.

Pembahasan

a. Pengaruh Harga pada Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji t telah memperlihatkan H1 diterima sehingga ada signifikansi antara harga terhadap kepuasan konsumen. Nilai yang diperoleh mendapat signifikansi $0,019 < 0,05$. Dengan demikian harga memiliki efek yang signifikan pada kepuasan konsumen dan mempunyai peran dalam menentukan besar kecilnya kepuasan konsumen

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang menghasilkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Maramis, Sepang and Soegoto, 2018)

b. Pengaruh Kualitas Produk pada Kepuasan Konsumen

Dari hasil uji parsial telah memperlihatkan H2 diterima sehingga ada signifikansi antara harga pada kepuasan konsumen. Nilai yang diperoleh mendapat signifikansi $0,030 < 0,05$. Dengan demikian kualitas produk memiliki efek signifikansi pada kepuasan konsumen dan memiliki peran dalam menentukan besar kecilnya kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang menghasilkan Kualitas Produk memiliki signifikansi pada kepuasan konsumen (Y) (Rahman *et al.*, 2020).

c. Pengaruh Lokasi pada Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji parsial telah menunjukkan H3 diterima dengan mempunyai signifikansi $0,022 < 0,05$, sehingga bisa dikatakan lokasi memiliki efek signifikan terhadap kepuasan konsumen dan memiliki peran dalam menentukan besar kecilnya kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang menghasilkan bahwa tempat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Kanasha di Kota Langsa (Amilia, 2016).

d. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan dari hasil uji simultan memperlihatkan bahwa probabilitas variabel harga, kualitas produk dan lokasi lebih kecil dari nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat diperoleh variabel harga, kualitas produk dan lokasi secara simultan memiliki efek signifikansi pada kepuasan konsumen. Dengan nilai adjusted R square 0,710 berarti variabel harga, kualitas produk, dan lokasi mampu menjelaskan kepuasan konsumen sebesar 71% dan sisanya 29% dijelaskan variabel lain yang tidak ada di penelitian ini. Pada ketiga variabel independent yang diteliti, yang mempunyai nilai dominan pada kepuasan konsumen adalah variabel kualitas produk yang memiliki nilai 0,339.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa Lokasi, harga, dan kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Agestina and Susilowati, 2019).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan, (1) harga memiliki pengaruh signifikan pada kepuasan konsumen di kedai damoni kopi Kediri, sehingga memberi makna bahwa harga bisa mempengaruhi kepuasan konsumen. (2) Kualitas produk memiliki pengaruh signifikan pada kepuasan konsumen di kedai damoni kopi Kediri, sehingga memberi makna bahwa kualitas produk bisa mempengaruhi kepuasan konsumen. (3) Lokasi memiliki pengaruh signifikan pada kepuasan konsumen di kedai damoni kopi Kediri, sehingga memberi makna bahwa lokasi bisa mempengaruhi kepuasan konsumen. (4) Harga, kualitas produk dan lokasi secara simultan memiliki pengaruh pada kepuasan konsumen di kedai damoni kopi Kediri, sehingga memberi makna bahwa harga, kualitas produk dan lokasi bisa mempengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR RUJUKAN

Agestina, K. and Susilowati, I. (2019) 'Analisis Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Konsumen Hanna Kebab Di Kebumen', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 1(1), pp. 110–121. doi: 10.32639/jimmba.v1i1.395.

Amilia, S. (2016) 'Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Kanasha di Kota Langsa', 5(1), pp. 459–468.

Bentar and Widowati, M. (2018) 'PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP

KEPUASAN KOSUMEN (Studi Kasus Pada Waroeng Spesial Sambal / SS Lampersari Semarang)', *Fokus Ekonomi*, 13(1), pp. 62–79.

Daryanto and Ismanto (2014) *Konsumen dan pelayanan prima*. 6th edn. Jakarta: Erlangga.

Efnita, T. (2017) 'Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wedding Organizer', *AdBispreneur*, 2(2), pp. 107–115. doi: 10.24198/adbispreneur.v2i2.13162.

Hariyanto (2020) *Bisnis Kedai Kopi*, *INDUSTRY.CO.ID*. Available at: m.industry.co.id.

Jaya, W., Arifin, R. and Slamet, A. (2019) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Kafe Family Kopi Di Malang)', pp. 46–62.

Kotler (2012) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler and Armstrong (2011) *Marketing Manajemen*. 14th edn. New Jersey: Pearson Prentice Hall Inc.

Lonardo and Soelasih (2017) 'Analisis pengaruh kualitas produk, harga, dan lingkungan fisik perusahaan kue lapis legit XYZ terhadap kepuasan konsumen dalam membangun word mouth positif', *Manajemen*, 11.

Manampiring, Tumbuan and Wenas (2016) 'Analisis produk, harga, lokasi, promosi terhadap kepuasan konsumen pada kartu kredit PT. BANK MANDIRI TBK. MANADO', *riset ekonomi, manajem, bisnis dan akuntansi*, 2.

Maramis, F., Sepang, J. and Soegoto, A. S. (2018) 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado', *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(3), pp. 1658–1667. doi: 10.35794/emba.v6i3.20411.

Rahman, A. et al. (2020) 'Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor NMAX pada PT Yamaha A . Rivai Palembang', *Manajemen pemasaran*, 1(1), pp. 23–37. Available at: www. .

Rusdiana (2014) *Manajemen Operasi*. Edited by Santoso. Bandung: CV. Pustaka Setia.

Santoso (2019) 'Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen', *Akuntansi dan manajemen*, 01, pp. 127–146.