



**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

Analysis of the Effect of Product and Service Quality on Consumer Satisfaction

Hasan Abdullah

Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi

Email: hasan.abdullah@untag-banyuwangi.ac.id

Abstract

This research aims to find out how much influence product quality and service quality have on consumer satisfaction. The population in this study were customers of Cv.GenArt Advertising Banyuwangi with a sample size of 100 respondents and the technique used was nonprobability sampling. Data collection uses questionnaires that have been filled in by consumers. And data analysis techniques use validity tests, reliability tests, multiple linear regression analysis, hypothesis testing via the f test and t test, as well as the coefficient of determination (R^2). Data processing in this research uses SPSS Statistics 25. The results of this research show that partially there is a positive and significant influence between product quality and consumer satisfaction as shown by the t count of 6.236. There is a positive and significant influence between service quality on consumer satisfaction as shown by the t count of 6.726. There is a significant influence between product quality and service quality simultaneously on consumer satisfaction, this is shown by the calculated F value of 36.591. Based on the coefficient of determination (R^2), it shows that the contribution of product quality and service quality has an effect on consumer satisfaction of 0.410, which means that 41% of consumer satisfaction can be explained by independent variables consisting of: product quality and service quality, and the remaining 59% is explained by variables others not included in this study.

Keywords: consumers, services, products

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Cv.GenArt Advertising Banyuwangi dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden dan teknik yang digunakan adalah nonprobability sampling. Pengumpulan data menggunakan kuisioner yang telah di isi oleh konsumen. Dan teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis melalui uji f dan uji t , serta koefisien determinasi (R^2). Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan SPSS Statistic 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yang ditunjukkan dari hasil t hitung sebesar 6,236. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang ditunjukkan dari hasil t hitung sebesar 6,726. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan kualitas layanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen, hal ini ditunjukkan oleh nilai F hitung sebesar 36,591. Berdasarkan koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa kontribusi kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,410, yang berarti bahwa 41% kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel independen yang terdiri dari: kualitas produk dan kualitas layanan, dan sisanya 59% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *konsumen, layanan, produk*

PENDAHULUAN

Pada era industri 4.0 saat ini menjadikan peluang pasar yang sangat luas bagi para pelaku bisnis untuk mengembangkan bisnisnya dengan memanfaatkan teknologi guna mengikuti *trand* pemasaran. Semakin banyaknya pelaku bisnis periklanan di kota Banyuwangi, tentunya menimbulkan banyak persaingan di bidang periklanan itu sendiri. CV GenArt Advertising & Digital Printing, merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang advertising dan merupakan perusahaan berkembang di Banyuwangi yang didirikan pada tahun 2011 hingga sekarang. Perusahaan ini buka setiap hari kecuali hari minggu, buka mulai jam 09.00 sampai jam 21.00 WIB. Alamat Jl. Kepiting No. 42 Sobo, kota Banyuwangi. Perusahaan ini menyediakan berbagai produk pembuatan spanduk, baliho, backdrop, billboard, oneway vision, x-banner, sticker dan neon box. Selama 11 tahun beroperasi di kota Banyuwangi tentunya tidaklah mudah bagi CV.GenArt Advertising untuk tetap mempertahankan eksistensinya, produk dan layanan yang kurang memuaskan tentunya menjadikan salah satu masalah yang besar bagi jasa periklanan tersebut, ketika banyaknya pelanggan yang datang di hari yang sama, membuat pelanggan yang lain harus menunggu tidak langsung di tangani dengan cepat. Maka dari itu, perusahaan merubah sistem pelayanan dengan cara konsumen bisa memesan produk melalui media *online* tanpa harus datang dan menunggu.

Advertising merupakan sarana komunikasi untuk memberikan informasi kepada pembaca, beberapa tujuan dari advertaising adalah membujuk pembaca agar tertarik membeli suatu produk, memberikan penawaran atau promosi dari sebuah perusahaan serta pengenalan diri pada publik. Menurut Purnama (2001: 156) menyatakan bahwa: “Periklanan merupakan suatu bentuk presentasi nonpersonal atau massal dan promosi ide, barang, dan jasa dalam media massa yang dibayar oleh suatu sponsor tertentu”.

Bagi konsumen advertising, mendapatkan kualitas produksi cetakan yang baik dan desain yang di buat bagus dan menarik merupakan kepuasan terhadap konsumen. Menurut Kotler (2005:42), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Sedangkan menurut Menurut Adi (2012:6), kepuasan konsumen dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas konsumen kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan.

Apabila terjadi cetakan rusak dan desain yang tidak bagus dan menarik maka akan mengurangi kepercayaan konsumen pada perusahaan tersebut. Banyaknya konsumen dalam pesanan banner dalam skala besar maupun kecil tentu menuntut agar perusahaan memberikan layanan desain yang bagus dan berpengalaman sesuai bidangnya. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan puas. Sebuah perusahaan harus memiliki strategi dalam memasarkan produknya, agar konsumen dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian kembali. Dalam memberikan kepuasan terhadap konsumen, perusahaan harus dapat menjual barang dan jasa dengan kualitas yang paling baik dengan harga yang layak sesuai dengan apa yang didapatkan. Perusahaan juga melakukan strategi-strategi untuk membentuk kepuasan konsumen dengan memberikan produk

dan pelayanan yang berkualitas. Dengan kualitas yang baik mendorong konsumen untuk menjalin hubungan baik dengan perusahaan.

CV.GenArt Advertising Banyuwangi dalam hal kualitas produk memiliki kualitas yang baik seperti menyediakan berbagai jenis bahan yang dapat di pilih oleh konsumen sesuai dengan keperluan yang di butuhkan. Dari hasil wawancara ada beberapa konsumen CV.GenArt Advertising Banyuwangi yang merasa puas dengan barang yang mereka pesan sudah sesuai dengan apa yang di harapkan, hal ini di buktikan dengan informasi - informasi wawancara peneliti terhadap informan yang bernama Bpk. Nyoto yang mengatakan bahwa kualitas produk barang yang ia pesan sudah sesuai dengan apa yang di harapkan mengenai kecerahan warna maupun desain yang di inginkan. Menurut Purnama (2006:11), kualitas produk adalah kesesuaian antara kebutuhan dan keinginan atas produk ke dalam spesifikasi produk yang dihasilkan. Sedangkan menurut Tjiptono (2006:51), kualitas produk adalah sesuatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Selain kualitas produk, kualitas layanan yang di berikan CV.GenArt Advertising Banyuwangi juga sangat baik terhadap konsumen. Peneliti juga mendapat informasi lagi terhadap informan yang bernama Fateh selaku pengurus organisasi di salah satu universitas yang ada di kota banyuwangi mengatakan bahwa layanan yang di berikan cepat merespon apa yang di ingin dan sesuai dengan yang di harapkan, hal ini di tegaskan lagi informasi kepada saudara Angga selaku pengusaha muda yang ada di banyuwangi bahwa pelayanan yang di berikan sangat memuaskan, karyawannya baik, sopan, cepat merespon dan memiliki ide-ide kreatif dalam mendesain. Menurut Tjiptono (2000:59), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan Menurut Tjiptono (2002:59) menyatakan bahwa “*service quality* adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan”.

Berdasarkan informasi hal yang terjadi bahwa konsumen sudah sepenuhnya puas dengan hasil desain yang bagus serta hasil produksi yang memuaskan serta pelayanan yang sangat baik terhadap konsumen.

METODE

Menurut Arikunto (2006:130), menyatakan populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi yang dimaksud dalam suatu penelitian adalah sekelompok objek yang dapat dijadikan sumber penelitian, dapat berupa benda-benda, manusia, gejala, peristiwa, atau hal-hal lain yang memiliki karakteristik tertentu untuk memperjelas masalah penelitian. Populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen CV.GenArt Advertising Banyuwangi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik sampling *non probability sampling*, dengan penentuan sampel menggunakan *purposive sampling*. Menurut Sugiono (2011:84) menjelaskan bahwa *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel yang digunakan memiliki ketentuan yaitu: a) Konsumen CV.GenArt Advertising Banyuwangi; b) Bersedia untuk dijadikan responden. Sehingga dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel dari beberapa populasi yaitu 100 orang yang merupakan konsumen CV.GenArt Advertising Banyuwangi.

Definisi operasional variabel menggambarkan tentang variabel yang digunakan dalam penelitian ini, adapun operasional variabel penelitian ini adalah: a) Kualitas Produk (X1) adalah kemampuan suatu produk dalam memuaskan kebutuhan atau keinginan dari konsumen. Peneliti fokus menekankan indikator yakni Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan, Keandalan, Kesesuaian dengan Spesifikasi, Daya Tahan, Estetika; b) Kualitas Layanan (X2) adalah sesuatu yang harus dikerjakan oleh penyedia jasa dengan baik. Peneliti memfokuskan pada indikator: Bukti fisik, Keandalan, Daya tanggap, Jaminan dan Kepedulian; c) Kepuasan Konsumen (Y) merupakan evaluasi konsumen atas hasil kinerja dari sebuah produk atau jasa dan dapat melebihi harapan konsumen atas produk tersebut. Peneliti memfokuskan pada indikator: Kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan, Tingkat kepuasan apabila dibandingkan dengan yang sejenis, Tidak ada pengaduan atau komplain yang dilayangkan. Pada variabel kualitas produk, kualitas layanan dan kepuasan konsumen pengukuran yang dilakukan menggunakan skala linkert dengan penilaian skor 1-5.

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen dinyatakan valid apabila instrumen tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur dengan instrumen tersebut. Menurut Arikunto (2006:178), reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Menurut Riduwan (2004:152), analisis regresi linier berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat.

Secara simultan, pengujian hipotesis dilakukan dengan uji F-test . Menurut Ghozali (2011:98) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Secara parsial, pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t-test. Menurut Ghozali (2011:98) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Menurut Ghozali (2011:97) koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model menerangkan variasi variabel independen. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas, sebaliknya nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Untuk mendapatkan model regresi yang baik harus terbebas dari penyimpangan data yang terdiri dari normalitas dan multikolonieritas. Cara yang digunakan untuk menguji penyimpangan asumsi klasik adalah sebagai berikut. (Ghozali, 2005: 57-74). Uji multikolonieritas artinya antara variabel independen yang satu dengan variabel independen yang lain dalam model regresi saling berhubungan secara sempurna atau mendekati sempurna, Algifari (2000:84). Menurut Ghozali (2006:125-126) untuk medeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat Grafik Plot dalam SPSS antara nilai prediksi variabel terikat, yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Layanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada CV.GenArt Advertising Banyuwangi.

Hasil penelitian mengenai kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pada konsumen CV. GenArt Advertising Banyuwangi membuktikan bahwa kualitas produk dan layanan menjadi salah satu daya tarik kepuasan tersendiri bagi konsumen. Tingkat desain produk yang menarik dan juga respon cepat yang diberikan perusahaan menjadikan kepuasan konsumen meningkat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Tias Windarti dan Mariaty Ibrahim, (2017) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu (Studi Pada Konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang–Pekanbaru)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan pertimbangan kontribusi kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 48,6%. Sedangkan sisanya 51,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini

Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada CV.GenArt Advertising Banyuwangi.

Hasil penelitian mengenai kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pada konsumen CV. GenArt Advertising Banyuwangi membuktikan bahwa kualitas produk yang sesuai dengan kebutuhan dan tingkat kesesuaian barang menimbulkan kepuasan tersendiri bagi konsumen. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ndaru Prasastodon dan Sri Yulianto Fajar Pradapa, (2012), dengan judul “Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Kentucky Fried Chicken* Semarang Candi. Penelitian ini dilakukan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *Kentucky Fried Chicken* Semarang Candi. Hasil analisis data menunjukkan bahwa secara parsial produk berpengaruh terhadap kualitas kepuasan pelanggan dengan koefisien beta terstandarisasi sebesar 0.631

Pengaruh Kualitas Layanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada CV.GenArt Advertising Banyuwangi.

Hasil penelitian mengenai kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pada konsumen CV. GenArt Advertising Banyuwangi membuktikan bahwa kualitas layanan yang sesuai dengan indikator seperti bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan kepedulian, maka akan terciptanya kepuasan bagi konsumen. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili yuliaty, (2016), dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung”. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan kepuasan pelanggan baik secara bersama-sama ataupun sebagian pada JNE Cabang Bandung. Berdasarkan hasil dari penelitian ini bahwa kualitas layanan (X) yang terdiri dari kehandalan, kepastian, kenyataan, empati, dan daya tanggap, memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Variabel Paling Dominan Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada CV.GenArt Advertising Banyuwangi

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) mempunyai pengaruh yang paling dominan dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) dengan hasil $t_{hitung} (8,042) > t_{tabel} (1,984)$, artinya kualitas produk yang baik dapat menimbulkan kepuasan lebih terhadap konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan Uji t Variabel kualitas produk (X1) diperoleh hasil yaitu $t_{hitung} > t_{tabel} (8,042 > 1,984)$ maka H_0 ditolak. Maka dapat diartikan bahwa variabel kualitas produk (X1) berpengaruh secara parsial terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Variabel kualitas layanan (X2) diperoleh hasil yaitu $t_{hitung} > t_{tabel} (7,854 > 1,984)$ maka H_0 ditolak. Maka dapat diartikan bahwa variabel kualitas layanan (X2) berpengaruh secara parsial terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Variabel paling dominan yaitu variabel kualitas produk (X1) di peroleh hasil $t_{hitung} > t_{tabel} (8,042 > 1,984)$, artinya variabel kualitas produk (X1) berpengaruh paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen (Y). Nilai koefisien determinasi ditunjukkan dengan nilai Adjustes R Square sebesar 0,486, yang berarti bahwa 48,6% kepuasan konsumen CV.GenArt Advertising Banyuwangi dapat dijelaskan oleh variabel independen yang terdiri dari: kualitas produk dan kualitas layanan, dan sisanya 51,4% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Saran yang perlu peneliti perlu berikan adalah sebagai berikut. Bagi perusahaan, dalam dunia advertising kualitas produk dan kualitas layanan harus diutamakan, tiap tahunnya pasti ada pesaing baru dalam dunia advertaising yang akan datang, oleh sebab itu CV.GenArt Advertising Banyuwangi harus mampu mempertahankan atau bila perlu meningkatkan kualitas, terutama kualitas produk, karena mempunyai pengaruh yang paling dominan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Bagi para akademisi, diharapkan mampu memperluas bidang bacaannya supaya nanti disaat penelitian skripsi tidak kesulitan mencari referensi sumber bacaan atau teori. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini masih belum sempurna, karena untuk mengukur kepuasan konsumen sebaiknya perlu menambahkan variabel lain yang berhubungan dengan kepuasan konsumen, sehingga dapat menambah referensi tentang faktor lain yang dapat menambah kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Rostya, Ferry, Albertus. 2012 Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Lampersari Semarang). *Skripsi*. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Algifari. 2000. *Statistik Induktif*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Alma, Buchari. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi 3*. Semarang: BP. Undip.
- _____. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi 4*.



- emarang: BP. Undip.
- _____. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- _____. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. (Trans: Application of Multivariate Analysis using SPSS). Badan Penerbit UNDIP. Semarang.
- Handoko. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Badan penerbit IPWI. Jakarta.
- Irawan, Handi. 2009. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kotler dan Armstrong. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Indeks: Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- _____. 2005. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol. Jilid 1*, Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philips dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas Jilid 1. Jakarta: Indeks.
- _____. 2008. *Principles Of Marketing. Twelfth Edition*. Pearson Education. New Jersey.
- _____. 2009, *Manajemen Pemasaran*, PT. Indeks, Jakarta.
- Lupiyadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nasution, S. 2003. *Berbagai Pendekatan Dalam Proses Belajar Mengajar*. Jakarta: Bumi Askara.
- Nugraha, Yuda Cahya. 2016. Pengaruh Kualitas produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan (Studi pada Konsumen Circle K). *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol.3, No.1.
- Pradina, Sheila dan Nunik Kusnilawati. 2012. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Kabupaten Demak. *Jurnal Ilmiah USM*, 1 (2), 91-102.
- Prasastono, Ndaru dan Pradapa S.Y.F. 2012. Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Frie Chicken Semarang Candi. *Jurnal Dinamika Kepariwisata* Vol.11, No.2.
- Purnama, Lingga. 2001. *Strategic Marketing Plan*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Purnama, Nursya'bani. 2006. *Manajemen Kualitas*. Edisi Pertama. Cetaka Pertama : Ekonisia. Yogyakarta : Perspektif Global.
- Purwardani, Dita. 2013. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen serta Sikap Loyalitas Konsumen". *Jurnal Ilmiah USM2* (6):17-32.
- Riduwan. 2004. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Cetakan Pertama. Bandung: Alfabeta.
- Sitinjak. (2008). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.



- Sutopo, H.B. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surakarta: UNS Press.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- _____. 2001. *Dimensi dan Prinsip Kualitas Layanan*. Yogyakarta. Penerbit Andi Offset.
- _____. 2002. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- _____. 2005. *Pemasaran Jasa*. Bayumedia Publising. Malang.
- _____. 2006. *Manajemen Jasa, Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi.
- _____. 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- _____. 2009. *Service Marketing: Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Marknesis.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra (2012). *Pemasaran Strategik*. Edisi 2. Yogyakarta.
- Montung, Pamela, Sepang J. dan Adari D. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Kawan Baru. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* Vol.15, No.5.
- Windarti, Tias dan Ibrahim, Mariaty (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu (Studi Pada Konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang-Pekanbaru). *Jurnal Jom FISIP* Volume 4 No.2 Oktober 2017.
- Yuliarmi, Ni Nyoman & Putu Riyasa (2007). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PDAM kota Denpasar, 12 (1), 9-28.

