

# **Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen**

## **(Studi Kasus pada UMKM Baso Aci Ena Yogyakarta)**

AGUS DWI CAHYA<sup>1</sup>; AINI MARTHASARI<sup>2</sup>; PRAMUDHITA ANNISA  
RAMADHANI<sup>3</sup>; RETNO WULANDARI<sup>4</sup>

Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa  
Jl. Batikan UH3/1043 Tahunan Umbulharjo Yogyakarta 55167  
Telp. (0274) 562265 Fax. 547042  
E-mail : humas@ustjogja.ac.id

**Abstract:** The purpose of this study was to determine the effect of product quality and service quality on consumer satisfaction at MSME Baso Aci Ena Yogyakarta. This type of research is a descriptive study with a quantitative approach. Research subjects are consumers who buy Baso Aci Ena Yogyakarta products. Primary data obtained from a questionnaire with 50 respondents with purposive sampling. Then the data will be analyzed using multiple linear regression analysis. The results of the research on the t test show that the Product Quality variable (X1) has a positive and significant effect on the Customer Satisfaction variable (Y) with a value of 0,00 and the Service Quality variable (X2) has a positive and significant effect on Customer Satisfaction (Y) with a value of 0,03. In the results of the F test, Product Quality and Service Quality simultaneously affect Customer Satisfaction which is indicated by a significance value of 0,00.

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

---

Pada saat ini usaha di bidang kuliner semakin berkembang. Banyak pengusaha baru yang membuka usaha kuliner. Hal tersebut juga didukung oleh banyaknya makanan – makanan baru yang sebelumnya belum ada dan merupakan inovasi dari makanan lama. Inovasi makanan tersebut banyak beredar di aplikasi media sosial seperti instagram yang disebarluaskan oleh para pengguna instagram yang memang mereka memiliki *background* memasak ataupun mereka yang hanya memiliki hobi memasak dan kemudian melakukan inovasi makanan.

Munculnya pengusaha kuliner baru ini juga didorong oleh tekad berwirausaha dan berinovasi di bidang makanan. Mereka melakukan inovasi produk makanan untuk dapat terlihat lebih menarik dan memiliki nilai lebih di mata para calon konsumennya. Selain itu terdapat motif lain seperti ingin memperkenalkan produk makanan dari daerah tertentu yang belum tentu ada di daerah lain, sehingga banyak orang yang mengambil peluang untuk

berwirausaha. Seperti contohnya adalah Baso Aci yang merupakan makanan khas Garut, Jawa Barat yang masih langka keberadaannya di daerah luar Jawa Barat, salah satunya adalah Yogyakarta.

Pada saat ini terdapat banyak usaha kuliner Baso Aci di daerah Yogyakarta, karena memang bisnis kuliner ini dinilai menjanjikan. Dengan munculnya banyak usaha kuliner Baso Aci tersebut menyebabkan adanya persaingan yang ketat antar pengusaha Baso Aci di Yogyakarta. Bukan hanya di Yogyakarta, mereka juga bersaing dengan pengusaha Baso Aci yang berada di luar kota Yogyakarta, karena mengingat sekarang ini banyak juga yang menjual Baso Aci dengan cara *frozen food* yang kemudian dijual secara *online*. Mereka berlomba – lomba untuk mendapatkan banyak konsumen. Setelah mendapatkan banyak konsumen, mereka berlomba – lomba mencari cara untuk mempertahankan dan membuat para

konsumennya merasa puas dengan produk yang ditawarkannya.

Kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2011) adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Apabila perusahaan tidak dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan sesuai ekspektasi konsumen maka konsumen akan merasa tidak puas, begitupun sebaliknya. Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan sesuai ekspektasi konsumen, perusahaan dapat melakukan berbagai cara, salah satunya adalah dengan melakukan peningkatan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan konsumen (Kotler, 2012). Produk yang berkualitas adalah produk yang mampu memberikan manfaat sesuai apa yang diekspektasikan oleh konsumen. Produk makanan yang berkualitas merupakan makanan yang mampu memberikan cita rasa yang baik yang sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi konsumennya.

Selain kualitas produk, kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan juga menjadi faktor konsumen untuk merasa puas. Kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen dan dapat meningkatkan kredibilitas suatu perusahaan serta menciptakan *image* yang positif terhadap perusahaan. Wijaya (2011) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kemudian menurut F. Tjiptono (2014) kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk menyeimbangkan harapan pelanggan.

Banyak produsen yang mampu menciptakan suatu produk yang baik dan

memberikan pelayanan yang baik kepada konsumennya, namun tidak semua penjual mampu mempertahankan konsumennya dan membuat konsumen puas dengan produk dan pelayanan yang diberikan.

## METODE

Metode dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif yaitu dengan melakukan perhitungan dari sampel yang sudah didapatkan melalui pertanyaan – pertanyaan dari responden. Penelitian ini menggunakan sumber data primer yang diperoleh secara langsung dari responden melalui kuesioner. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menyebar angket atau kuesioner. Teknik pengumpulan data menggunakan skala pengukuran Likert lima point yaitu:

- 1) Skor 5 untuk jawaban yang Sangat Setuju (SS)
- 2) Skor 4 untuk jawaban Setuju (S)
- 3) Skor 3 untuk jawaban Netral (N)
- 4) Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
- 5) Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier berganda dengan program IBMSPSS versi 22.

- 1) Uji validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kendala atau kesalahan suatu alat ukur (Arikunto, 2010). Kriteria pengujian menggunakan tingkat signifikansi  $\alpha=0,5$ . Suatu item dikatakan valid jika nilai  $r$ -hitung  $>$   $r$ -tabel, dengan ketentuan apabila koefisien korelasi sama dengan 0,5 atau lebih maka butir instrumen dikatakan valid (Sari, 2016). Pada signifikansi 5% pada distribusi nilai  $r$ -tabel statistik maka diperoleh nilai  $r$ -tabel 0,294. Dengan nilai signifikansi  $<0,05$  valid, dan  $<0,05$  tidak valid.

- 2) Uji Reliabilitas

Menggunakan rumus *alpha cronbach* dengan ketentuan *alpha cronbach*  $>$  0,6 (Joesyiana, 2018).

### 3) Uji Asumsi klasik

#### a. Uji Multikolinieritas

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Uji multikolinieritas dapat dilihat melalui nilai *Variance influence Factor* (VIF) dan nilai dari *tolerance* pada model regresi. Jika  $VIF < 10$  dan *tolerance*  $> 0,1$  maka model regresi bebas dari multikolinieritas. Apabila terjadi multikolinieritas maka salah satu variabel independen dapat dihilangkan (Supangkat, 2017).

#### b. Uji heteroskedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Ketentuannya adalah apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas. jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka telah terjadi heteroskedastisitas. jika titik - titiknya membentuk pola tertentu yang teratur maka diindikasikan terdapat masalah heteroskedastisitas. Jika tidak terdapat pola yang jelas, serta titik - titiknya menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka diindikasikan tidak terdapat heteroskedastisitas.

#### c. Uji Normalitas

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sari (2016), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Hipotesis diterima jika p value (sig) $> 0,05$  dan ditolak jika p value (sig) $< 0,05$ .

#### 4) Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam analisis regresi linier berganda variabel tergantung dipengaruhi oleh dua atau lebih variabel bebas, di samping juga terdapat pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti (Suliyanto, 2011).

#### 5) Uji Statistik t

Jika  $\text{sig } t > 0,05$  maka tidak berpengaruh signifikan, jika  $\text{sig } t < 0,05$  maka berpengaruh signifikan.

#### 6) Uji Statistik F

Jika nilai  $F > 0,05$  maka model yang digunakan dalam penelitian tidak layak. Jika

$F < 0,05$  maka model yang digunakan dalam penelitian layak dan dapat digunakan analisis berikutnya. (3,21)

#### 7) Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase pengaruh antar variabel.

## HASIL

### Profil dan Sejarah UMKM Baso Aci Ena Yogyakarta

Baso Aci Enak adalah UMKM yang bergerak di bidang kuliner yang berada di Kota Yogyakarta, didirikan oleh seorang pengusaha muda yaitu Robby Djauhari yang dulunya adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada. Baso Aci Ena mulai berdiri pada tahun 2018 yang pada awalnya hanya sebuah warung Baso Aci kecil yang pada akhirnya berkembang dan semakin maju seperti sekarang ini.. Motivasi awal beliau dalam memulai usaha ini adalah hanya coba – coba karena pada waktu itu Baso Aci belum ada di Yogyakarta. Selain itu beliau juga berniat untuk memperkenalkan makanan khas dari daerah asalnya yaitu Garut ke Yogyakarta. Berkat usaha dan ketekunannya dalam menjalankan bisnisnya, beliau kini sudah memiliki 3 *outlet* Baso Aci di Yogyakarta dan sudah memiliki karyawan sebanyak 30 orang serta sudah memiliki ijin usaha.

### Deskripsi Responden

Responden yang berjenis kelamin laki – laki dengan nilai presentase sebesar 24,4%, sedangkan 34 responden yang berjenis kelamin perempuan dengan nilai presentase 75,6%. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa responden terbanyak adalah perempuan.

Responden yang berumur 18-20 tahun dengan nilai prosentase 48,9%, ada 21 responden yang berumur 21-25 tahun dengan nilai prosentase 46,47%, dan 2 responden berumur 25-30 tahun dengan nilai prosentase 4,4%. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa responden terbanyak adalah responden yang berumur 18-20

tahun.

Responden sebanyak 43 yang bekerja sebagai mahasiswa dengan nilai prosentase yaitu 95,6%, terdapat 1 responden yang bekerja sebagai guru dengan nilai prosentase 2,2%, dan terdapat 1 responden yang bekerja sebagai pekerja dengan nilai prosentase 2,2%. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa responden terbanyak adalah mahasiswa.

Hasil Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Kualitas Produk			
No	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	0,812	0,294	Valid
2	0,674	0,294	Valid
3	0,737	0,294	Valid
4	0,709	0,294	Valid
5	0,660	0,294	Valid
6	0,780	0,294	Valid
7	0,729	0,294	Valid
8	0,678	0,294	Valid
9	0,825	0,294	Valid
10	0,551	0,294	Valid
11	0,829	0,294	Valid

Sumber: SPSS Versi 22

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan			
No	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	0,805	0,294	Valid
2	0,775	0,294	Valid
3	0,864	0,294	Valid
4	0,851	0,294	Valid
5	0,674	0,294	Valid
6	0,788	0,294	Valid
7	0,894	0,294	Valid
8	0,826	0,294	Valid
9	0,887	0,294	Valid
10	0,87	0,294	Valid

Sumber: SPSS Versi 22

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen

Kepuasan Konsumen			
No	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	0,865	0,294	Valid
2	0,895	0,294	Valid
3	0,893	0,294	Valid
4	0,763	0,294	Valid
5	0,857	0,294	Valid
6	0,795	0,294	Valid
7	0,876	0,294	Valid
8	0,858	0,294	Valid
9	0,898	0,294	Valid

Sumber: SPSS Versi 22

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 1, 2, dan 3, keseluruhan *item* pernyataan pada kuesioner dinyatakan *valid*. Seluruh *item* pernyataan mempunyai nilai koefisien korelasi yang lebih besar dibandingkan r-tabel dengan N=45 yaitu 0,294. Artinya seluruh *item* pernyataan pada kuesioner dapat digunakan dalam penelitian.

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>alpha cronbach</i>	
		Hitung	Standar
1	Kualitas Produk	0,907	0,6
2	Kualitas Pelayanan	0,946	0,6
3	Kepuasan Konsumen	0,954	0,6

Sumber: SPSS Versi 22

Uji reliabilitas dihitung dengan ketentuan *alpha cronbach* > 0,6. Berdasarkan Tabel 7 semua variabel dalam penelitian ini yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen adalah reliabel. Artinya semua variabel tersebut dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya karena dapat diandalkan.

## Uji Multikolinieritas

Gambar 2. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.964	3.414		.282	.779		
	Kualitas Produk	.531	.140	.567	3.800	.000	.270	3.708
	Kualitas Pelayanan	.304	.138	.329	2.209	.033	.270	3.708

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

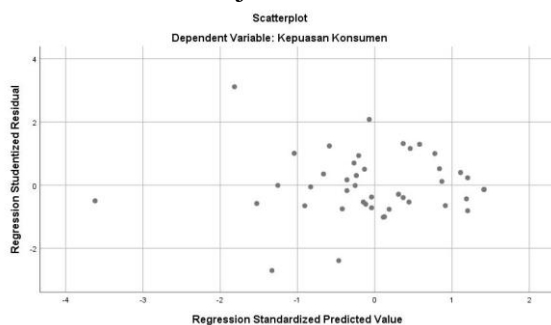
Sumber: SPSS Versi 22

Ketentuan dalam uji multikolinieritas adalah  $vif < 10$  dan  $Tolerance > 0,1$ . Apabila perhitungan memenuhi ketentuan, maka model regresi terbebas dari multikolinieritas.

Berdasarkan gambar 2 nilai *Tolerance* dari setiap variabel adalah  $> 0,1$  dan nilai  $VIF < 10$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antara variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan, sehingga variabel tersebut dapat digunakan untuk penelitian.

## Hasil Uji Heteroskedastisitas

Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Grafik Scatterplot SPSS Versi 22

Berdasarkan gambar 3 dapat dilihat bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini karena titik – titik dalam grafik scatterplot menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y) berdasarkan masukan variabel Strategi Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2).

Gambar 4. Hasil Uji Normalitas

## One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.90556929
Most Extreme Differences	Absolute	.122
	Positive	.104
	Negative	-.122
Test Statistic		.122
Asymp. Sig. (2-tailed)		.090 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: SPSS Versi 22

Berdasarkan gambar 4 dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal karena besarnya nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar  $0,90 > 0,05$ . Artinya data tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

## Uji t

Gambar 5. Hasil Uji t

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.964	3.414		.282	.779
	Kualitas Produk (x1)	.531	.140	.567	3.800	.000
	Kualitas Pelayanan (x2)	.304	.138	.329	2.209	.033

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (y)

Sumber: SPSS Versi 22

Berdasarkan hasil uji t di atas terdapat pengaruh yang signifikan antar variabel dependen dan independen, yaitu dengan nilai signifikan  $0,00 < 0,05$  dan t hitung  $3,800 > 2,018$  sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y. Kemudian nilai signifikansi pada variabel X2 yaitu  $0,03 < 0,05$  dan t hitung  $2,209 > 2,018$  sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh X2 terhadap Y.

## Uji F

Gambar 6. Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1104.182	2	552.091	62.423	.000 <sup>b</sup>
	Residual	371.463	42	8.844		
	Total	1475.644	44			

- a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (y)
- b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (x2), Kualitas Produk (x1)

Sumber: SPSS Versi 22

Berdasarkan gambar di atas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar  $0,00 < 0,05$  dan nilai F hitung  $62,423 > F$  tabel 3,21 sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y.

#### Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 4. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.865 <sup>a</sup>	.748	.736	2.97394

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (x2), Kualitas Produk (x1)

Sumber: SPSS Versi 22

Berdasarkan gambar di atas diketahui nilai R Square sebesar 0,748 hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X1 dan X2 secara simultan terhadap variabel Y adalah sebesar 74,8%. Variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan menunjukkan kontribusi yang besar terhadap kepuasan konsumen UMKM Baso Aci Ena Yogyakarta, sedangkan sisanya 25,2% dikontribusi oleh faktor lain.

#### PEMBAHASAN

##### Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji t, kualitas produk memiliki pengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen secara parsial. Hal itu dapat dilihat dari tingkat signifikansi  $0,00$  yang lebih kecil dari  $0,05$  yang artinya hubungan antar kedua variabel memiliki pengaruh signifikan positif. Berdasarkan hasil pengujian t tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin baik kualitas produk yang ditawarkan oleh UMKM Baso Aci Ena Yogyakarta maka akan meningkatkan kepuasan konsumen Baso Aci Ena Yogyakarta.

##### Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji t, kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen secara

parsial. Hal itu dapat dilihat dari tingkat signifikansi  $0,03$  yang lebih kecil dari  $0,05$  yang artinya hubungan antara kedua variabel memiliki pengaruh yang signifikan. Berdasarkan hasil pengujian t tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen Baso Aci Ena Yogyakarta.

##### Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji F, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Konsumen secara simultan. Hal itu dapat dilihat dari tingkat signifikansi  $0,00$  yang lebih kecil dari  $0,05$  yang artinya variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Konsumen. Berdasarkan hasil pengujian F tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin baik kualitas produk dan kualitas pelayanan di Baso Aci Ena Yogyakarta maka kepuasan konsumen juga akan meningkat.

#### SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti tentang Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di UMKM Baso Aci Ena Yogyakarta, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Kualitas Produk berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Konsumen UMKM Baso Aci Ena Yogyakarta. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Konsumen UMKM Baso Aci Ena Yogyakarta. Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan positif secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen UMKM Baso Aci Ena Yogyakarta.

## DAFTAR RUJUKAN

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktik. (Edisi Revisi)*. Rineka Cipta.
- Joesyiana, K. (2018). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru ( Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau )*. 4(1).
- Kotler, P and G, A. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. erlangga.
- Kotler, P. and G. A. (2012). *Principles Of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Krisdianti, D. L., & Sunarti. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada restoran pizza hut malang town square. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 70(1), 36–44. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2812>
- Santoso, I. (2016). Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 15(1), 94–109. <http://journal.sbm.itb.ac.id>
- Sari, F. P. (2016). *Pengaruh Harga Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. 5.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Andi Offset.
- Supangkat, A. H. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Di Intako*. 6(September), 1–19.
- Tjiptono, F. dan G. C. (2011). *Service Quality & Satisfaction Edisi ketiga*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Service Manajemen, Mewujudkan Layanan Prima*. CV Andi Offset.
- Wijaya, T. (2011). *Manajemen kualitas Jasa: Desain Servqual, QFD, dan Kano disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian*. PT. Indeks.