

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Meubel  
Lucia Baru Furniture Bandar Lampung

**JURNAL**



Ditulis oleh :

Nama : Atik Lusia

Nomor Mahasiswa : 12311031

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI  
YOGYAKARTA  
2016**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN MEUBEL LUCIA BARU FURNITURE  
BANDAR LAMPUNG**

**Atik Lusia**

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

Atik.lusia@gmail.com

**ABSTRAK**

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Meubel Lucia Baru Furniture Bandar Lampung”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan statistik. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan kuesioner. Responden dalam penelitian ini adalah 96 orang. Teknik *non-probability sampling* yang digunakan adalah *sampling insidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Metode pengujian statistik menggunakan analisis regresi linier berganda dengan taraf signifikan 5%, dalam mengambil keputusan dilakukan dengan menggunakan uji f dan uji t parsial, uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi berganda, uji korelasi dan uji koefisien determinasi parsial.

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Serta kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

**ABSTRACT**

This study entitled "Effect of Product Quality and Service Quality Customer Satisfaction Lucia Furniture New Furniture Bandar Lampung". The purpose of this study was to determine the effect of product quality and service quality to customer satisfaction. This research uses descriptive and statistical methods. Data collection method used were a questionnaire. Respondents in this study were 96 people. Non-probability sampling technique used is incidental sampling is sampling technique based on chance. Statistical testing method using multiple linear regression analysis with significance level of 5%, in decision-making is done by using the F test and t test partial, classic assumption test, test the coefficient of multiple determination, correlation test and partial coefficient determination.

The results of this study showed that there was a positive and significant effect of the variable quality of product and service quality to consumer satisfaction. As well as the quality of service is the most dominant variables on customer satisfaction

Keywords : Product quality, Service quality, customer satisfaction

**A. PENDAHULUAN**

Persaingan usaha menyebabkan suatu perusahaan ingin selalu untuk memperluas daerah penjualan atau membuka cabang baru, sehingga perusahaan tentunya harus memperhatikan aspek-aspek yang berkaitan dengan produk yang akan dijualnya. Jika hal

tersebut sudah dipenuhi oleh suatu produk maka selanjutnya konsumen akan membeli produk tersebut dengan puas. Suatu perusahaan tentunya menginginkan konsumen puas terhadap produk yang dihasilkannya. Oleh sebab itu perusahaan harus memperhatikan aspek-aspek tersebut agar dalam membeli produk konsumen merasa puas.

Saat ini persaingan di berbagai bidang bisnis pun semakin meningkat sehingga setiap perusahaan sangat kompetitif dalam memenangkan persaingan. Salah satu bisnis dengan perkembangan yang sangat cepat yaitu bisnis di bidang furniture atau meubel jati. Perkembangan bisnis meubel jati beberapa tahun terakhir ini sangatlah ketat terutama di daerah Tanjung Karang, Bandar Lampung, banyak bermunculan usaha yang sejenis sehingga persaingan usaha antar meubel jati di daerah tersebut terus meningkat. Dengan banyaknya perusahaan yang memproduksi produk yang sejenis memungkinkan konsumen untuk menjadi lebih selektif karena banyaknya varian yang ditawarkan oleh masing-masing perusahaan, dimana setiap perusahaan pasti memiliki ciri tersendiri pada setiap produk yang dihasilkannya.

Perusahaan yang bergerak di bidang furniture Bandar Lampung salah satunya yaitu Meubel Lucia Baru Furniture mengalami persaingan bisnis tersebut. Untuk memenangkan persaingan tersebut Meubel Lucia Baru Furniture tidak hanya memberikan kualitas terhadap produk yang dihasilkannya, namun meningkatkan kualitas pelayanannya, sehingga konsumen yang membeli produk akan merasa puas.

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi pelayanan (Supranto, 2011).

Lima dimensi pelayanan tersebut adalah bukti langsung (*tangibles*) yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan, dan sarana komunikasi, keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan, daya tanggap (*responsiveness*) yaitu kemampuan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dengan baik, jaminan (*assurance*) yaitu pengetahuan, kesopanan petugas serta sifatnya yang dapat dipercaya sehingga pelanggan terbebas dari resiko, dan empati (*emphaty*) yaitu rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, serta kemudahan untuk dihubungi (Tjiptono, 2007)

Kepuasan pelanggan, selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, juga ditentukan oleh kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat (Rangkuti, 2008). Menurut Kotler dan Amstrong (2001:354) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya.

Hubungan antara kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen inilah yang mendorong penulis untuk melakukan penelitian tentang pengaruh variabel-variabel tersebut yakni pada Meubel Lucia Baru Furniture Bandar Lampung. Adapun rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Meubel Lucia Baru Furniture Bandar Lampung ?
2. Variabel mana yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Meubel Lucia Baru Furniture Bandar Lampung ?

## **B. LANDASAN TEORI**

### **a. Kepuasan Konsumen**

Menurut Supranto (2011) kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi jasa. Kepuasan pelanggan, selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, juga ditentukan oleh kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa menurut (Zeinthal dan Bitner, 1996 dalam lupiyoadi 2001).

### **b. Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Amstrong (2001:354) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Menurut Tjiptono (2006:25) kualitas produk adalah totalitas dari karakteristik produk yang meliputi kinerja produk, fungsi produk, keandalan produk, dan sebagainya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen yang diharapkan. Dimensi kualitas produk menurut David Gravin dikutip dalam

Tjiptono (2006:25) mengemukakan, bahwa kualitas produk memiliki beberapa dimensi yaitu : Kinerja (*Performance*), Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*Features*), Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Specification*), Keandalan (*Reliability*), Daya tahan (*Durability*), Estetika (*Esthetica*), Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*), Dimensi kemudahan perbaikan (*Serviceability*).

### **c. Hubungan antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen**

Bei dan Chiao (2001) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap kepuasan konsumen. Menurut Yesenia dan Siregar (2014) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut juga diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Retna dan Sulistiono (2013) mengatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, berdasarkan penjelasan diatas maka hipotesis yang digunakan adalah :

**H1** : kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

### **d. Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono (2006) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Menurut Rangkuti (2008), tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang penilaian pelanggan. Karena itu, dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, perusahaan harus berorientasi kepada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan komponen kualitas pelayanan.

Terdapat lima dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu : *Responsiveness* (ketanggapan), yaitu kemampuan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dengan baik. *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. *Empathy* (empati), yaitu rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, serta kemudahan untuk dihubungi. *Assurance* (jaminan), yaitu pengetahuan, kesopanan petugas serta sifatnya yang dapat dipercaya sehingga pelanggan terbebas dari resiko. *Tangibles* (bukti

langsung), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan, dan sarana komunikasi (Parasuraman, Zeithaml, dan Bitner dikutip dalam Tjiptono, F & Chandra, G. (2007).

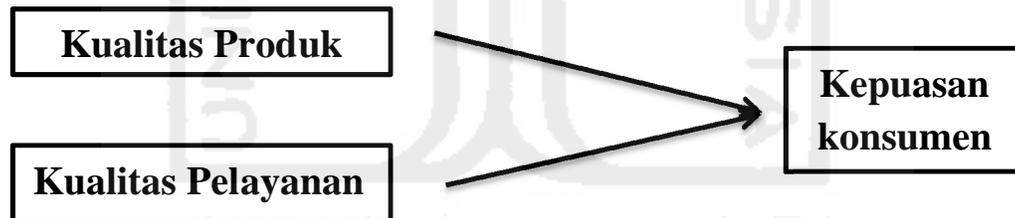
**e. Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen**

Penelitian yang dilakukan oleh Kurniasih (2012) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh sangat kuat terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut diperkuat oleh penelitian Faizah, Suryoko dan Saryadi (2013) yang mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menurut Irawan (2003) kepuasan konsumen adalah hasil dari penilaian dari konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Oleh karena itu, berdasarkan penjelasan diatas maka hipotesis yang digunakan adalah :

**H2** : kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

**f. Kerangka Penelitian**

Hubungan dari masing-masing variabel penelitian dapat digambarkan sebagai berikut :



**Gambar 1 : Kerangka Penelitian**

## C. METODE PENELITIAN

### a. Definisi Operasional Variabel

**b. Tabel 1. Definisi operasional variabel**

No	Variabel	Indikator	Skala Pengukuran	Sumber
1	Kualitas Produk	<p>a. Kinerja (<i>Performance</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemudahan penggunaan</li> <li>• Kenyamanan saat digunakan</li> </ul> <p>b. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (<i>Features</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Keunikan produk</li> <li>• Variasi produk atau desain</li> </ul> <p>c. Keandalan (<i>Reliability</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Produk tidak mudah rusak</li> <li>• Bahan baku berkualitas</li> </ul> <p>d. Daya tahan (<i>Durability</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Produk tahan lama atau awet</li> <li>• Bahan baku berkualitas</li> </ul> <p>e. Dimensi kemudahan perbaikan (<i>Serviceability</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Produk mudah diperbaiki</li> <li>• Cepat dalam menangani service produk</li> </ul>	4-1 Sangat setuju – Sangat tidak setuju	Kotler dan Amstrong (2001)
2	Kualitas Pelayanan	<p>a. <i>Responsiveness</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Karyawan mampu menawarkan apa yang dibutuhkan konsumen</li> <li>• Karyawan memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen</li> <li>• Karyawan mampu melayani konsumen dengan baik</li> </ul> <p>b. <i>Reliability</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Karyawan melayani konsumen dengan cepat</li> <li>• Karyawan memberikan informasi dengan tepat</li> <li>• Karyawan mampu menjawab pertanyaan konsumen dengan baik</li> </ul>	4-1 Sangat setuju – Sangat tidak setuju	(Tjiptono, F & Chandra, G. 2007).

		<p><i>c. Emphaty</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Karyawan mudah ditemui</li> <li>• Karyawan mudah dihubungi</li> <li>• Karyawan focus kepada konsumen</li> <li>• Karyawan mengenali konsumen tetap</li> </ul> <p><i>d. Assurance</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Karyawan sopan dan ramah terhadap konsumen</li> <li>• Karyawan bersikap jujur kepada konsumen</li> <li>• Karyawan terampil dan terlatih</li> <li>• Karyawan memberikan jaminan keamanan dalam transaksi</li> </ul> <p><i>e. Tangibles</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fasilitas perusahaan lengkap</li> <li>• Keberhasilan dan kenyamanan ruangan baik</li> <li>• Tempat parkir mudah dan luas</li> <li>• Lokasi dapat dijangkau dengan mudah</li> </ul>		
3	Kepuasan Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terdapat keluhan</li> <li>• Perasaan senang telah membeli produk</li> <li>• Melakukan pembelian ulang</li> <li>• Merekomendasikan kepada orang lain</li> </ul>	4-1 Sangat setuju – Sangat tidak setuju	Irawan (2009)

### c. Populasi dan Sampel

Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek penelitian (Sugioyo, 2014). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugioyono, 2014). Penelitian ini memerlukan 96 orang responden.

### d. Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *sampling insidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan atau siapa saja yang secara kebetulan (Sugiyono, 2014).

#### e. Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, jenis data yang dikumpulkan adalah data primer, yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen. Menurut (Juliansyah Noor, 2012) kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut.

#### f. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif, uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis deskriptif yaitu analisis dengan menjelaskan keterkaitan atau hubungan data penelitian dalam bentuk kalimat. Uji validitas digunakan untuk melihat kelayakan butir-butir pertanyaan dalam kuesioner sehingga dapat mendefinisikan suatu variabel. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pertanyaan dengan metode pengujian reliabilitas adalah dengan menggunakan metode *alpha-cronbach* (Juliansyah Noor, 2012).

Setelah data dinyatakan valid dan reliable maka selanjutnya data diuji dengan uji asumsi klasik yaitu uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas, analisis korelasi berganda, koefisien determinasi berganda, koefisien determinasi parsial, selanjutnya data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana:

Y = Kepuasan Konsumen

X<sub>1</sub> = Kualitas Produk

X<sub>2</sub> = Kualitas Pelayanan

a = Konstanta

b<sub>n</sub> = Koefisien regresi untuk variabel bebas n

Selanjutnya pengujian hipotesis dilakukan dengan Uji f dan Uji t, dengan membandingkan probabilitas dengan taraf signifikansi 5%.

### D. Hasil Analisis

#### 1. Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil uji asumsi klasik menemukan bahwa seluruh variabel independent yang terdiri dari kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki nilai VIF kurang dari 10 dan tolerance lebih dari 0,1. Sehingga dalam penelitian ini tidak mengandung gejala multikolinieritas.

Data variabel berdistribusi normal ditunjukkan dengan gambar plot residual mendekati garis diagonal, data tidak terjadi heteroskedastisitas yang ditunjukkan dengan plot residual menyebar tidak membentuk pola tertentu.

## 2. Pembahasan Hasil Analisis

**Tabel 2**  
**Estimasi Regresi Linier Berganda**

Variabel	Koefisien Korelasi	t hitung	Sig	r partial	r2 partial	Keterangan
(constant)	0.628					
Kualitas Produk	0.410	5.708	0.000	0.509	0.259	Signifikan
Kualitas Pelayanan	0.420	6.425	0.000	0.554	0.307	Signifikan
<i>Adjusted R Square</i>	= 0.551					
R	= 0.748					
<i>Sig- F</i>	= 0.000					
F hitung	= 59.175					

Sumber : Data Primer Diolah, 2016

Berdasarkan pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa koefisien regresi kualitas produk sebesar 0.410 yaitu pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen adalah positif, serta koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0.420 yaitu pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah positif.

Hasil uji F diperoleh sig F sebesar 0,000 karena  $0,000 < 0,05$  menyatakan bahwa ada pengaruh secara bersama-sama variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dengan nilai sig t sebesar  $0.000 < 0,05$  dapat membuktikan bahwa ada pengaruh variabel kualitas produk secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Serta hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dengan nilai sig t sebesar  $0.000 < 0,05$  dapat membuktikan bahwa ada pengaruh variabel kualitas pelayanan secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil uji f dan uji t diatas menunjukkan bahwa hipotesis pertama dan kedua yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat diterima.

Terdapat hubungan yang kuat dan positif antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen ditunjukkan dengan hasil koefisien korelasi berganda sebesar 0,748 cenderung mendekati angka 1. koefisien determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>) = 0,551 yang menunjukkan variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel tidak bebas sebesar 55,1% sisanya sebesar 44,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian misalnya harga yang diberikan sesuai dengan produk yang didapat oleh konsumen atau iklan. Hasil koefisien determinasi parsial (r<sup>2</sup>) diketahui bahwa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 25.9%, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 30.7%.

#### **E. PENUTUP**

Hasil penelitian menemukan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama dan secara terpisah terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan maka akan berdampak pada kepuasan konsumen yang meningkat. Serta kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Strategi perusahaan agar konsumen merasa puas adalah sebagai berikut :

##### **1. Variabel Kualitas Produk**

Meubel Lucia Baru Furniture Bandar Lampung hendaknya senantiasa memperbaharui model-model furniture dengan model yang terbaru atau yang diinginkan oleh konsumen agar variasi produk atau desain lebih beragam, menetapkan ciri khas dalam setiap produknya. Serta sebelum menjual produk kepada konsumen terlebih dahulu memberikan obat atau zat kimia yang diperlukan produk agar produk dapat tahan lama atau awet.

##### **2. Variabel Kualitas Pelayanan**

- Meubel Lucia Baru Furniture Bandar Lampung hendaknya melatih karyawan untuk fokus kepada konsumen agar karyawan mampu melayani konsumen dengan baik dan kebutuhan konsumen dapat terpenuhi, menambah beberapa

karyawan sehingga konsumen dapat dilayani dengan cepat tanpa harus menunggu lama.

- Meubel Lucia Baru Furniture Bandar Lampung hendaknya selalu melatih atau mengedukasi karyawan tentang tata cara memperlakukan konsumen dengan baik dan sopan serta perlu menambah fasilitas-fasilitas yang dinilai kurang oleh konsumen.

### 3. Variabel Kepuasan Produk

- Meubel Lucia Baru Furniture Bandar Lampung hendaknya selalu memberikan produk dengan kualitas yang baik sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen serta meningkatkan pelayanan terhadap konsumen sehingga diharapkan dapat menambah kepuasan konsumen dan mengurangi keluhan-keluhan mengenai produk maupun pelayanan dari konsumen.
- Meubel Lucia Baru Furniture Bandar Lampung hendaknya tidak hanya memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen akhir saja namun tetap memperhatikan kebutuhan dan keinginan reseller sehingga dapat memberikan kepuasan bagi seluruh konsumennya.

## F. DAFTAR PUSTAKA

- Bei, Lien-Ti dan Yu-Ching Chiao. (2001). "An Integrated Model For Effect of Perceived Product, Perceived Service Quality, and Perceived Price Fairness on Consumer Satisfaction and Loyalty". *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, Provo.
- Faizah, N. Suryoko, S dan Saryadi. (2013). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran O-Mamamia Steak And Ice Cream Cabang Jati Semarang. *Diponegoro Journal Of Social And Politic*.
- Irawan, H. (2003). *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Penerbit Elex Media Komputindo.
- Irawan, H. (2009). *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Penerbit Elex Media Komputindo.
- Kurniasih, I. (2012). "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan (Studi Pada Bengkel Ahass 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang)". *Jurnal Administrasi Bisnis*. Volume I Nomor 1 September 2012.
- Kotler, P dan Amstrong, G. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1 Edisi 8. Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2001), *Manajemen Pemasaran Jasa; Teori dan Praktek*, Edisi Pertama, Jakarta : Salemba Empat.
- Noor, Juliansyah. (2012). *Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta : Kencana Group.
- Rangkuti, Freddy. (2008). *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Retna, D dan Sulistiono, A. (2013). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pdam Tirta Pakuan Kota Bogor". *Jurnal Online Mahasiswa Manajemen*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan.
- Sugiyono. (2014), *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy. (2006). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F & Chandra, G. (2007). *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Yesenia dan Siregar, Edward. (2014). "Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk terhadap Kepuasan serta Loyalitas Pelanggan Kentucky Fried Chicken di Tangerang Selatan". *Jurnal Manajemen dan Organisasi*. Vol V, No 3. Institut Pertanian Bogor.