

**PERAN KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PELAYANAN
DALAM MEMBANGUN KEPUASAN KONSUMEN PADA
BISNIS ONLINE PISANG SELIMUT SITUBONDO**

***ROLE OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND SERVICE
IN BUILDING CONSUMER SATISFACTION IN
ONLINE BUSINESS BANANA BLANKET SITUBONDO***

Randika Fandiyanto¹⁾, Karnadi²⁾, Fajar Wahyu Prianto³⁾

^{1,2)} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi
Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

³⁾ Program Studi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Jember

¹⁾ Email: randika@unars.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen (2) untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen (3) untuk mengetahui diantara kualitas produk, harga dan pelayanan yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Metode yang digunakan adalah deskriptif dan kuantitatif. Hasil penelitian adalah persamaan regresi linier berganda $Y = 2,401E-16 + 0,233X_1 + 0,205X_2 + 0,277X_3 + e$. Secara parsial kualitas produk berpengaruh positif signifikan dengan nilai thitung lebih besar dari ttabel $(2,349) > (1,985)$ atau $\text{sig } \alpha 0,021 < 0,05$, harga menunjukkan nilai thitung lebih besar dari ttabel $(2,092) > (1,985)$ atau $\text{sig } \alpha 0,039 < 0,05$, pelayanan menunjukkan nilai thitung lebih besar dari ttabel $(2,822) > (1,985)$ atau $\text{sig } \alpha 0,006 < 0,05$. Secara simultan kualitas produk, harga, dan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai F hitung sebesar 14,485 nilai lebih besar dari F tabel yaitu 2,70 atau F hitung $14,485 > F \text{ tabel } 2,70$. Variabel yang paling berpengaruh dominan dalam penelitian ini adalah pelayanan dengan nilai sebesar 2,822. Nilai R² dari variabel kualitas produk harga dan pelayanan sebesar 31,6% dan sisanya sebesar 68,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian.

Kata kunci: Kualitas produk, Harga, Pelayanan, Kepuasan konsumen.

ABSTRACT

This study aims (1) to determine the effect of product quality, price and service partially on customer satisfaction (2) to determine the effect of product quality, price and service simultaneously on customer satisfaction (3) to find out among the quality of products, prices and services that are the most dominant influence on consumer satisfaction. The method used is descriptive and quantitative. The results of the research are multiple linear regression equation $Y = 2,401E-16 + 0,233 + 0,205 + 0,277 + e$. Partially the product quality has a significant positive effect with a value of thitung greater than ttable $(2,349) > (1,985)$ or $\text{sig } \alpha 0.021 (1,985)$ or $\text{sig } \alpha 0.039 (1,985)$ or $\text{sig } \alpha 0.006 F \text{ table of } 2.70$. The variable that has the most dominant influence in this study is service with a value of 2.822. R² value of the product quality price and service quality is 31,6% and the remaining 68,4% is influenced by other variables not included in the study.

Keywords: Product quality, Price, Service partially, Customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Pemasaran pemegang peran sebagai sebuah faktor pling penting untuk tetap bertahan menerapkan usaha dan bergelut didalam dunia persaingan. Pemasaran hakikatnya dari kata pasar atau dapat pula dimaknai sebagai mekanisme yang berusaha menyeimbangkan permintaan dan penawaran. Pemasaran yaitu unsur penting didalam perusahaan dalam penentu sukses tidaknya sebuah bisnis. Oleh karenanya perusahaan haruslah merealisasikan makna pemasaran dengan tepat supaya kuat untuk bertahan. Untuk mengungguli persaingan, perusahaan seharusnya bisa mengerti akan keperluan dan harapan pelanggan, jadi bisa menyediakan masukan penting untuk perusahaan dalam mendesain strategi pemasaran supaya bisa terwujud kepuasan pelanggan dan bisa bertahan didalam persaingan pasar.

Kotler dan Keller (2012:142) mengatakan “kualitas produk yaitu potensi produk didalam menerapkan semua fungsi yang dimaksud ketahanan, keterandalan, ketepatan, dan kemudahan didalam penggunaan. Kualitas produk memberi gambaran seberapa jauh potensi produk tersebut dalam menyediakan dan memuaskan keperluan konsumen”. Dalam pencapaian kualitas produk yang diharapkan jadi dibutuhkan sebuah standarisasi kualitas. Hal tersebut memiliki tujuan dalam menjaga supaya produk yang didapat bisa sesuai dengan standar yang sudah ditentukan jadi konsumen tidak bisa kehilangan keyakinan kepada produk yang bersangkutan. Kualitas produk yang baik bisa sebagai sarana perusahaan dalam mengumpulkan konsumen yang baru, membuat konsumen yang lama bertahan, mengambil pangsa pasar dan yang bisa membuat perolehan lama menjadi tinggi.

Tjiptono (2014:151) mengatakan “harga yaitu satu-satunya unsur pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan untuk perusahaan”. Harga dijadikan hal terpenting bauran pemasaran yang memperoleh pendapatan. Harga bergantung kepada kebijakan perusahaan dengan menimbang semua hal. Tjiptono (2014:268) mengatakan “pelayanan yaitu tingkat keunggulan (excellent) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keperluan konsumen”. Pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan konsumen.

Pelayanan menyediakan sebuah motivasi terhadap konsumen dalam terjalinnya ikatan hubungan yang cukup kuat dengan perusahaan.

Pisang Selimut Asembagus potensi dalam mewujudkan keunggulan bersaing mengenai kualitas produk, harga dan pelayanan didalam usaha menarik perhatian pasar dalam menghadapi persaingan dalam dunia bisnis. Daftar menu harga Pisang Selimut Asembagus dan rasanya yang sangat enak membuat para konsumen ketagihan sehingga mereka membeli berulang kali untuk memenuhi rasa kepuasan mereka. Pada kenyataannya, Pisang Selimut Asembagus di mata masyarakat saat ini kian meningkat. Ini terbukti dari kualitas produk Pisang Selimut Asembagus yang berbahan dasar utama pisang kepok merah yang dipadukan dengan berbagai macam selimut-selimut rasa, membuat lidah para konsumen ingin menikmatinya lagi dan lagi. Ini terlihat dari jumlah konsumen Pisang Selimut Asembagus, yang mengalami peningkatan dari setiap kali open order.

Ditambah lagi dengan menu baru yang ditawarkan oleh Pisang Selimut Asembagus yakni Pisang Mozzarella yang berbahan dasar utama pisang kepok merah yang berisi keju mozzarella dan dibalut dengan selimut-selimut rasa. Dengan demikian, jumlah konsumen Pisang Selimut Asembagus semakin banyak mengalami peningkatan di setiap kali open ordernya. Tempat penjualan Pisang Selimut Asembagus ini tidak dekat dengan jalan raya dan tidak membuka kedai maupun outlet, namun usaha kuliner rumahan ini mampu menarik banyak konsumen. Meskipun para pesaing banyak yang membuka kedai ataupun outlet di dekat jalan raya, Pisang Selimut Asembagus tetap mampu menarik banyak konsumen. Berbagai alasan yang telah disebutkan di atas, sangatlah menarik untuk menjadikan Pisang Selimut Asembagus sebagai pengamatan dalam artikel ini.

Didasarkan pada uraian latar belakang sebelumnya, maka tujuan yang bisa perjelas didalam penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk, harga dan pelayanan secara parsial maupun secara simultan terhadap variabel kepuasan konsumen Pisang Selimut Asembagus, dan diantara ketiganya yang berpengaruh dominan terhadap variabel kepuasan konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian Penelitian yang dikerjakan bertempat pada Rumah Yatik Amanda Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo. Berlokasi di Jl. Seruni Desa Perante. Proses penelitian yang dikerjakan terlaksana pada awal bulan April 2020 sampai pada bulan Juni 2020. Populasi Sugiyono (2013:80) mengatakan “populasi yaitu wilayah generalisasi terdiri atas obyek ataupun subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang tentukan oleh peneliti supaya dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi yang ada di penelitian yang dikerjakan yakni semua kosumen yang melakukan pembelian. Rata-rata konsumen setiap harinya yaitu 55 responden, maka populasinya adalah 55×1 bulan (30 hari) = 1.650. Akan tetapi pada bulan Mei berjumlah 31 hari, dikarenakan ada *closeorder* 1 hari maka pada bulan Mei terhitung 30 hari. Jadi, selama 3 bulan

Teknik penentuan *sample* yaitu *probabilitysampling*. Artinya seluruh konsumen berkesempatan menjadi responden penelitian. Teknik penentuan sampling mempergunakan *simplerandomsampling*. Sugiyono (2013:82) mengatakan “*simplerandomsampling* dibilang *simple* (sederhana) sebab penarikan anggota sampel dari populasi diterapkan dengan cara acak tanpa mempertimbangkan strata yang terdapat didalam populasi tersebut”. Dari pemaparan tersebut bisa ditarik kesimpulan bahwa *simplerandomsampling* yaitu cara atau metode penarikan sampel yang mana semua anggota populasi memiliki peluang yang serupa supaya dipilih dan dijadikan sampel. Sampel didalam penelitian yang dikerjakan yaitu 98 responden.

Variabel penelitian terbedakan dijadikan 2 macam, yakni variabel *independent* (bebas) dan variabel *dependent* (terikat). Variabel *independent* yaitu : 1) Kualitas Produk 2) Harga 3) Pelayanan 2. Variabel *dependent* Didalam penelitian yaitu : Kepuasan Konsumen Definisi Operasional Variabel

1. Kualitas Produk (X1) Kotler dan Amstrong (2012:238) mengatakan “kualitas produk yaitu potensi sebuah produk didalam menerapkan sebuah fungsi, hal tersebut termasuk didalmnya durabilitas, reabilitas, ketepatan, kemudahan pengorganisasian dan reparasi produk, serta atribut produk lainnya”. Kotler

- dan Armstrong (2012:253) mengatakan indikator variabel kualitas produk yaitu: 1) Rasanya yang Enak 2) Daya Tahan Kemasan 3) Keawetan.
2. Harga (X2) Tjiptono (2014: 151) mengatakan “harga yaitu satu-satunya unsur pemasaran yang menyediakan pemasukan ataupun perolehan laba untuk perusahaan”. Kotler dan Armstrong (2012:314) mengatakan indikator variabel harga yaitu: 1) Keterjangkauan Harga 2) Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk 3) Kesesuaian Harga dengan Manfaat 4) Daya Saing Harga.
 3. Pelayanan (X3) Kotler & Armstrong (2012:428) mengatakan “pelayanan yaitu seluruh tindakan ataupun aktivitas yang bisa ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lainnya, yang pada hakikatnya tidak berbentuk dan tidak menjadi kepemilikan apapun”. Tjiptono (2014:67) mengatakan indikator dari variabel pelayanan yaitu: 1) Tangibles (bukti fisik) 2) Reliability (keandalan) 3) Responsiveness (ketanggapan) 4) Assurance (jaminan) 5) Empathy (perhatian).
 4. Kepuasan Konsumen (Y) Umar (2010:65) mengatakan “kepuasan konsumen yaitu rasa senang ataupun kecewa individu yang timbul sesudah membandingkan antara apa yang diterima dan keinginannya seorang konsumen. indikator dari variabel kepuasan konsumen yaitu: 1) Kualitas produk 2) Kualitas Pelayanan 3) Emosional 4) Harga 5) Biaya.

Teknik Pengumpulan Data 1. Observasi, Sugiyono (2013:145) mengatakan “observasi yaitu teknik mengumpulkan data yang memiliki ciri yang khusus ketika membandingkan dengan sebuah teknik lainnya, misal wawancara atau kuesioner”. 2. Wawancara, Sugiyono (2013:137) mengatakan “wawancara dipergunakan dalam teknik mengumpulkan data ketika peneliti berkeinginan mengerjakan studi pendahuluan dalam penemuan sebuah masalah yang seharusnya diteliti dan juga ketika peneliti akan melihat beberapa hal dari responden yang lebih terinci dan sejumlah respondennya sedikit ataupun kecil”. 3. Studi Kepustakaan, yaitu mengumpulkan data melalui penggunaan beberapa literatur dan beberapa buku kuliah ataupun jurnal. Penulisan yang dilakukan penulis didaparkannya dari media elektronik (internet) ataupun media cetak lainnya 4. Kuesioner (Angket), Sugiyono (2013:142) mengatakan “kuesioner

(angket) yaitu sebuah teknik mengumpulkan data yang dikerjakan melalui cara menyediakan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis terhadap beberapa responden supaya dijawabnya”. 5. Dokumentasi, Sugiyono (2013:239) mengatakan “dokumentasi yaitu sebuah cara atau metode mengumpulkan data melalui cara pencarian data tentang beberapa hal ataupun variabel yang berbentuk catatan, transkrip, majalah, prasasti, notulen, buku surat kabar, rapat, agenda dan lain-lain”

Metode Analisis Data 1. Uji Validitas, Uji validitas yaitu sebuah data yang terpercaya keakuratannya yang sesuai dengan realita. 2. Uji Reliabilitas, Uji reliabilitas yaitu alat atau instrumen dalam pengukuran sebuah kuesioner yang didalamnya terdapat indikator dari variabel ataupun konstruk. 3. Uji Asumsi klasik yaitu Uji Normalitas, Multikolinieritas, Heteroskedastisitas. 4. Analisis Regresi Linier Berganda, Analisis regresi linier berganda dipergunakan dalam melihat terdapat tidaknya Pengaruh Kualitas Produk (), Harga () dan Pelayanan () kepada Kepuasan Konsumen () pada Bisnis Online Pisang Selimut Asembagus di Situbondo. 5. Uji t (t-Test) Uji t dipergunakan dalam menguji signifikansi keterkaitan antara variabel X dan Y, yang mana variabel, dan (Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan) benar adanya pengaruh secara terpisah atau parsial maupun secara simultan terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen), Uji F (*F-Test*) untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan uji dominan untuk mengetahui diantara ketiga variabel bebas yang paling memiliki peran besar dalam meningkatkan kepuasan.

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas Validitas menampilkan seberapa jauh instrument atau alat ukur bisa mengukur apa yang akan diukur didalam suatu penelitian, oleh karenanya kuesioner didalam penelitian yang dikerjakan seharusnya diuji validasinya, apa kuesioner bisa dipergunakan untuk instrumen mengumpulkan data ataupun kuesioner tidak valid jadi tidak bisa menyediakan informasi dan hal yang akan diukur didalam penelitian yang dikerjakan. Dalam menguji validitas semua butir jadi skor dari beberapa butir tersebut dikorelasikan melalui total skor. Hasil uji

statistik menunjukkan bahwa nilai koefisien validitas setiap item pertanyaan lebih tinggi dari nilai r tabel 5% ($\alpha = 0,05$) yang dalam artian setiap item variabel dinyatakan valid, jadi bisa ditarik kesimpulan bahwa beberapa item tersebut bisa dipergunakan dalam pengukuran variabel kualitas produk, harga dan pelayanan

Uji reliabilitas tersebut menyediakan indikasi mengenai kehandalan sebuah kuesioner yang dipergunakan untuk alat pengukur dalam setiap variabel mencakup kepada kategori berkorelasi tinggi dan bisa diterima, sebab semua nilai α mengungguli nilai *CronbachAlpha* yakni 0,60 jadi seluruh variabel dinyatakan reliabel. Uji Asumsi Klasik pada uji normalitas data menunjukkan grafik normal plot beberapa titik tersebar disekeliling garis diagonal, dan tersebarnya diikuti arah garis diagonal. Jadi grafik tersebut menampilkan bahwa model regresi layak dipergunakan sebab berasumsi normalitas. Uji multikolinieritas menunjukkan bahwa tidak terjadi pelanggaran karena nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai Tolerance $0,736 \geq 0,10$ atau serupa dengan nilai VIF $1,359 \leq 10$ menampilkan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel. Data tersebut menampilkan semua variabel mempunyai angka *Tolerance* $\geq 0,10$ dan nilai VIF ≤ 10 terbukti hal tersebut sehingga tidak adanya multikolinieritas. Uji multikoinieritas menunjukkan bahwa beberapa titik tersebar dengan cara acak dan menyebar baik di atas, bawah samping kanan dan samping kiri angka 0 pada sumbu Y, hal tersebut mengindikasikan bahwa tidak adanya heteroskidastisitas pada model regresi.

Analisis Regresi Linier Berganda diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu: $Y = 8,620E-17 + 0,602 X_1 + 0,509 X_2 + 0,667 X_3 + e$. Hasi Uji Parsial (*t-test*) dilakukan dalam mengetahui seberapa jauh pengaruh dengan cara parsial (sendiri-sendiri) variabel independen kepada variabel dependen. Menurut hasil olahan data melalui program SPSS versi 24 jadi bisa diperoleh hasil uji t variabel kualitas produk yaitu 2,349 dan nilai pada distribusi 5% yaitu 1985, jadi $2,349 > 1985$. Hal tersebut dalam artian variabel kualitas produk memiliki pengaruh signifikansi positif. Dan juga didukung melalui nilai sig yaitu $0,021 < 0,05$ dalam artian variabel kualitas produk memiliki pengaruh dengan cara parsial

kepada kepuasan konsumen. Nilai dalam variabel harga yaitu 2,092. Dan nilai pada distribusi 5% yaitu 1985, jadi $2,092 > 1985$. Hal tersebut dalam artian variabel harga memiliki pengaruh signifikansi positif. Dan juga didukung melalui nilai sig yaitu $0,039 < 0,05$ dalam artian variabel harga memiliki pengaruh dengan cara parsial kepada kepuasan konsumen. Nilai dalam variabel pelayanan yaitu 2,822. Dan nilai pada distribusi 5% yaitu 1985, jadi $2,822 > 1985$. Hal tersebut dalam artian variabel pelayanan memiliki pengaruh signifikansi positif. Dan juga didukung melalui nilai sig yaitu $0,006 < 0,05$ dalam artian variabel pelayanan memiliki pengaruh dengan cara parsial kepada kepuasan konsumen .

Uji simultan dengan kata lain uji F yaitu uji dengan cara serentak dalam pengujian pengaruh signifikansi variabel kualitas produk, harga dan pelayanan kepada kepuasan konsumen diperoleh nilai F hitung yaitu 14,485 nilainya lebih tinggi dari F tabel yaitu 2,70 yang mana tingkat signifikansi yang didapat yaitu $0,000 < 0,05$, kesimpulannya bahwa hipotesis penelitian (H_a) yang mengatakan bahwa kualitas produk, harga dan pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen bisa diterima. Ditinjau dari uji dominan, variable pelayanan memiliki pengaruh paling tinggi. Hasil uji pada nilai koefisien determinasi (*R Square*) menampilkan sebuah nilai yaitu 0,316, dari hasil yang disebutkan dalam artian bahwa semua variabel independen memiliki kontribusi yaitu 31,6% kepada variabel dependen didasarkan pada kategori tingkat pengaruh yaitu “pengaruh cukup berarti”, dan selebihnya yaitu 68,4% bisa dipengaruhi oleh beberapa variabel lainnya yang tidak dimasukkan kedalam penelitian.

PEMBAHASAN

Analisis menampilkan hasil bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif signifikan kepada kepuasan konsumen menurut hasil pengujian tersebut jadi bisa ditarik kesimpulan bahwa hipotesis pertama yang mengatakan terdapat pengaruh dengan cara parsial antara kualitas produk kepada kepuasan konsumen Pisang Selimut Asembagus. Hasil ini mengindikasikan bahwa jika persepsi konsumen tentang kualitas produk Pisang Selimut Asembagus meningkat jadi kepuasan konsumen pula bisa meningkat, dan sebaliknya ketika persepsi konsumen tentang

kualitas produk Pisang Selimut Asembagus menurun maka kepuasan konsumen pula bisa menurun. Hasil penelitian yang dikerjakan searah dengan hasil penelitian Umrela (2017), yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk, harga, lokasi dan kualitas pelayanan dengan cara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Pada Warung Bebek Cak Kim Di Panarukan Situbondo.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen Analisis menampilkan hasil bahwa harga memiliki pengaruh positif signifikan kepada kepuasan konsumen menurut hasil pengujian tersebut jadi bisa ditarik kesimpulan bahwa hipotesis ke 2 yang mengatakan terdapat pengaruh dengan cara parsial antara harga kepada kepuasan konsumen Pisang Selimut Asembagus. Hasil ini mengindikasikan bahwa jika persepsi konsumen tentang harga Pisang Selimut Asembagus meningkat maka kepuasan konsumen pula bisa meningkat, dan sebaliknya ketika persepsi konsumen mengenai harga Pisang Selimut Asembagus menurun maka kepuasan konsumen pula bisa menurun.

Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Analisis menampilkan hasil bahwa pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan kepada kepuasan konsumen menurut hasil pengujian tersebut jadi bisa ditarik kesimpulan bahwa hipotesis ke 3 yang mengatakan terdapat pengaruh dengan cara parsial antara pelayanan kepada kepuasan konsumen Pisang Selimut Asembagus. Hasil ini mengindikasikan bahwa jika persepsi konsumen tentang Pelayanan Pisang Selimut Asembagus meningkat. Hasil penelitian yang dikerjakan searah dengan hasil penelitian yang dikerjakan oleh Riyanti (2015) melalui hasil penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan dengan cara parsial dari pelayanan, harga dan lokasi kepada kepuasan konsumen Martabak Kirana di Kabupaten Sleman.

KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini yaitu kualitas produk memiliki pengaruh positif signifikan kepada kepuasan konsumen, harga memiliki pengaruh positif signifikan kepada kepuasan konsumen, pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan kepada kepuasan konsumen. Hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa jika

perusahaan mampu meningkatkan kualitas, harga serta pelayanannya maka secara signifikan akan meningkatkan kepuasan konsumen, dan yang paling menentukan kepuasan dari ketiga variabel tersebut yaitu pelayanan.

SARAN

Beberapa saran yang bisa dikemukakan sebagai bahan pertimbangan yaitu:

1. Bagi Universitas dan Fakultas Hasil penelitian yang dikerjakan untuk menambah wawasan khususnya tentang manajemen pemasaran sebagai bahan kajian dan dijadikan referensi tentang kualitas produk, harga dan pelayanan.
2. Bagi Peneliti Untuk sebagai syarat dalam penyelesaian pendidikan strata 1 (S1) Manajemen Pemasaran dan melatih peneliti supaya bisa menerapkan beberapa teori yang sudah didapat sewaktu perkuliahan berlangsung.
3. Bagi Perusahaan, Perusahaan Pisang Selimut Asembagus harus mempertahankan atau memelihara serta meningkatkan pelayanan kepada para pelanggan. Menjalin kedekatan dengan pelanggan sangat perlu dilakukan oleh perusahaan Pisang Selimut Asembagus, agar loyalitas konsumen terhadap produk Pisang Selimut Asembagus selalu dapat dipertahankan. Perusahaan Pisang Selimut Asembagus harus lebih meningkatkan harga yang ditetapkan, agar harga yang ditawarkan dapat memenuhi harapan serta memuaskan konsumen. Perusahaan Pisang Selimut Asembagus harus lebih memerhatikan daya saing harga, agar tetap mampu bersaing dengan produk para pesaingnya. Perusahaan Pisang Selimut Asembagus juga harus sebagai peningkat pandangan mengenai kualitas produk yang positif dibenak konsumen pada seluruh segmen pasar yang tertuju, sebab pandangan mengenai kualitas Pisang Selimut Asembagus yang positif dipikiran pelanggan dapat memberikan kepuasan, salah satunya dengan inovasi produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Alkahfi Umrel, Ahmad. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Bebek Cak Kim Di Panarukan Situbondo". Tidak diterbitkan. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo.

- Ardhana, Oldy. 2012. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Bengkel Caesar Semarang)". Diterbitkan. Skripsi. Semarang. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Ayu Permatasary, Dyah. 2014. "Pengaruh Harga, Produk, Kualitas Layanan Dan Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Rumah Makan Pecel Madiun Laris Manis Jebres Surakarta". Diterbitkan. Skripsi. Surakarta. Universitas Muhammadiyah.
- Daryanto. 2011. Sari Kuliah Manajemen Pemasaran. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, S. P. 2012. Manajemen, Dasar, Pengertian, Dan Masalah. Jakarta: Edisi T. Revisi PT. Bumi Aksara.
- Hurriyati, Ratih 2010. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P. & Amstrong G. 2012. Prinsipprinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. L. 2012. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Lupyoadi, R dan Hamdani, A. 2011. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Riduwan dan Kuncoro, A. E. 2017. Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis. Bandung: Alfabeta
- Riyanti. 2015. "Pengaruh Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Martabak Kirana di Kabupaten Sleman". Diterbitkan. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta.
- Sanusi, A. 2011. Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono, 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alabeta.
- Tjiptono, F. 2014. Strategi Pemasaran. Edisi 2. Yogyakarta: Cetakan Andi.
- Umar, H. 2010. Riset Pemasaran dan Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Widarjono, A. 2010. Analisis Statistika Multivariant Terapan. Edisi pertama. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Wulandari Nur. 2013. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Kopikita Semarang)". Diterbitkan. Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas di Ponegoro Semarang.