

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Online Bukalapak Di Jabodetabek

Radly Nizam¹, Ikbal Fairuz², Fergi Ardiyansah³, Ilham Rifky⁴, Mayang Nur⁵

Universitas Bina Sarana Informatika

Jl. Margonda Raya No.8, Pondok Cina, Kecamatan Beji, Kota Depok, Jawa Barat 16422

19231326@bsi.ac.id¹, 19231317@bsi.ac.id², 19231188@bsi.ac.id³, 19231299@bsi.ac.id⁴, 19231304@bsi.ac.id⁵

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen toko online Bukalapak di wilayah Jabodetabek. Kepuasan konsumen menjadi salah satu indikator keberhasilan bisnis dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. di era digital ini, kualitas produk memegang peranan penting dalam menentukan pengalaman belanja konsumen, khususnya di marketplace seperti Bukalapak. Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada konsumen Bukalapak di wilayah Jabodetabek. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan statistik kuantitatif, dengan pengujian hipotesis melalui regresi linear sederhana untuk mengukur hubungan antara kualitas produk dan kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi kualitas produk yang ditawarkan, semakin meningkat pula tingkat kepuasan konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi Bukalapak untuk terus meningkatkan kualitas produk yang dijual agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen, serta bersaing dengan marketplace lain di Indonesia.

Kata Kunci : kualitas produk, kepuasan konsumen, toko online, bukalapak

Abstract

This study aims to analyze the influence of product quality on customer satisfaction in the Bukalapak online store within the Jabodetabek area. Customer satisfaction is one of the key indicators of business success in maintaining customer loyalty. In this digital era, product quality plays a crucial role in shaping the shopping experience of consumers, particularly in marketplaces like Bukalapak. The research employed a descriptive quantitative approach, where data were collected through questionnaires distributed to Bukalapak consumers in the Jabodetabek area. The collected data were analyzed using quantitative statistics, with hypothesis testing conducted through simple linear regression to measure the relationship between product quality and customer satisfaction. The results of the study indicate that product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. The higher the quality of the products offered, the greater the level of customer satisfaction. This research is expected to provide insights for Bukalapak to continuously improve the quality of products sold, in order to maintain and enhance customer satisfaction, as well as to compete with other marketplaces in Indonesia.

Keywords : product quality, customer satisfaction, online store, bukalapak



1. Pendahuluan

Proses bisnis yang efektif memerlukan interaksi yang baik antara penjual dan konsumen. Keberhasilan bisnis online sangat dipengaruhi oleh kualitas produk yang ditawarkan, karena hal ini menjadi salah satu faktor utama yang menentukan kepuasan konsumen. Dalam era digital, teknologi informasi telah menjadi komponen utama yang mendukung transaksi dan interaksi di platform e-commerce, baik di tingkat lokal maupun nasional. Internet dan teknologi digital memungkinkan konsumen untuk mengakses informasi produk secara cepat, efisien, dan fleksibel, sehingga meningkatkan pengalaman berbelanja mereka. Platform e-commerce seperti Bukalapak dianggap sebagai salah satu inovasi yang menghadirkan kemudahan dan kenyamanan, dengan menawarkan berbagai fitur yang mendukung kebutuhan konsumen kapan pun dan di mana pun (Ulayyah & Rosy, 2022).

Bukalapak, sebagai salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia, terus berupaya meningkatkan kualitas layanannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen, khususnya di wilayah Jabodetabek. Kualitas produk yang ditawarkan oleh penjual di Bukalapak menjadi salah satu faktor penting dalam membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen. Bukalapak juga menyediakan berbagai fitur, seperti ulasan produk, penilaian bintang, dan garansi, yang dirancang untuk memberikan transparansi dan membantu konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian (Hartati et al., 2023). Hal ini menjadi daya tarik utama bagi konsumen dalam memilih Bukalapak sebagai platform belanja online mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen toko online Bukalapak di wilayah Jabodetabek. Kepuasan konsumen sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah kualitas produk yang diterima. Dengan menganalisis hubungan antara kualitas produk dan kepuasan konsumen, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi Bukalapak dan penjual di platform tersebut untuk terus meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap toko online Bukalapak.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif. Metode kuantitatif adalah pendekatan ilmiah yang menggunakan data dalam bentuk angka atau angket, yang kemudian diolah dan dianalisis menggunakan perhitungan matematika atau statistik. Sementara itu, metode asosiatif digunakan untuk meneliti pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih, dengan tujuan membangun teori yang dapat menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu fenomena. Penelitian asosiatif dianggap memiliki tingkat yang lebih tinggi dibandingkan dengan metode deskriptif maupun komparatif karena fokusnya pada hubungan kausal antara variabel (Rusni, 2021).

Topik penelitian ini adalah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen toko online Bukalapak di Jabodetabek. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas produk yang ditawarkan oleh penjual di Bukalapak terhadap kepuasan konsumen di wilayah Jabodetabek. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner atau angket. Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup, di mana responden hanya diminta menjawab pertanyaan yang telah disediakan pilihannya. Setiap pertanyaan diberi skor antara satu hingga lima untuk mengukur tingkat kualitas produk dan tingkat kepuasan konsumen, dari nilai terendah hingga tertinggi.

Pengolahan data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS untuk menghasilkan output yang relevan. Model analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier. Model ini bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel bebas, yaitu kualitas produk (X), terhadap variabel terikat, yaitu kepuasan konsumen (Y). Analisis ini diharapkan

memberikan hasil yang dapat membantu memahami pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen serta memberikan rekomendasi yang relevan untuk pengembangan strategi bisnis Bukalapak.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Karakteristik Responden

Berdasarkan data yang diperoleh dari 68 responden, mayoritas responden berada dalam rentang usia 18-25 tahun, yaitu sebanyak 63 responden (92.6%). Sebanyak 5 responden (7.4%) berusia di atas 25 tahun, dengan perincian sebagai berikut: 1 responden berusia 26-35 tahun (1.5%), 3 responden berusia 36-45 tahun (4.4%), dan 1 responden berusia 46-55 tahun (1.5%). Tidak ada responden yang berusia lebih dari 56 tahun.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Penjelasan	Jumlah	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-Laki	44	64.7
	Perempuan	24	35.3
Umur	18 - 25	63	92.6
	26 - 35	1	1.5
	36 - 45	3	4.4
	46 - 55	1	1.5
	56 tahun ke atas	-	-
Pekerjaan	Mahasiswa	59	86.8
	Swasta	1	1.5
	Wiraswasta	3	4.4
	PNS	2	2.4
	Polisi	1	1.5
	Karyawan	1	1.5

Sumber: diolah oleh peneliti

3.2 Uji Validitas

Menurut Riyanto, Validitas merupakan suatu alat untuk menguji kebenaran suatu instrumen penelitian. Pengujian ini untuk mengetahui sejauh mana fungsi variabel dapat bekerja. Ketika sesuatu dapat diukur maka suatu instrumen dikatakan valid. Pada uji validitas mengacu pada degree of freedom (df) dengan perhitungan $df = n - 2$ (n =jumlah dari responden) yang mengacu pada nilai r hitung dan r tabel dengan nilai signifikansi sebesar 0,1. Terdapat beberapa ketentuan yang dipenuhi, akan dinyatakan valid, jika nilai r hitung $\geq r$ table (Adawiyah, 2020)

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Media Pembelajaran E-Learning (X)

Variabel	Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X)	X1	0,712	0,254	Valid (r hitung > r tabel)
	X2	0,658	0,254	Valid (r hitung > r tabel)
	X3	0,574	0,254	Valid (r hitung > r tabel)
	X4	0,643	0,254	Valid (r hitung > r tabel)
	X5	0,530	0,254	Valid (r hitung > r tabel)

Sumber: diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel hasil uji validitas di atas, untuk variabel Kualitas Produk (X), diketahui bahwa semua nilai r hitung dari 5 indikator variabel lebih besar dari r tabel dengan rumus: $df = n - 2$. Maka perhitungannya $df = 63 - 2 = 61$, sehingga nilai r tabel yang diperoleh adalah 0,254. Dari hasil ini, dapat disimpulkan bahwa semua indikator untuk variabel Kualitas Produk (X) adalah valid, karena nilai r hitung pada setiap indikator (X1

hingga X5) lebih besar dari nilai r tabel. Hal ini membuktikan bahwa instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel Kualitas Produk telah memenuhi kriteria validitas dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi Belajar Mahasiswa (Y)

Variabel	Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kepuasan Konsumen (Y)	Y1	0,690	0,254	Valid (r hitung > r tabel)
	Y2	0,618	0,254	Valid (r hitung > r tabel)
	Y3	0,667	0,254	Valid (r hitung > r tabel)
	Y4	0,552	0,254	Valid (r hitung > r tabel)
	Y5	0,487	0,254	Valid (r hitung > r tabel)

Sumber: diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel hasil uji validitas di atas, untuk variabel Kepuasan Konsumen (Y), diketahui bahwa semua nilai r hitung dari 5 indikator variabel lebih besar dari r tabel dengan rumus: $df = n - 2$. Dengan jumlah responden sebanyak 63, maka perhitungannya adalah $df = 63 - 2 = 61$, sehingga nilai r tabel yang diperoleh adalah 0,254. Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa semua indikator untuk variabel Kepuasan Konsumen (Y) adalah valid, karena nilai r hitung pada setiap indikator (Y1 hingga Y5) lebih besar dari nilai r tabel. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan telah memenuhi kriteria validitas dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

3.3. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono, Uji reliabilitas merupakan instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan terhadap pernyataan dalam kuesioner yang telah dinyatakan valid. Untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu pernyataan dalam kuesioner penelitian ini, maka nilai reliabilitas dinyatakan atau dianalisis dengan menggunakan Cronbach's Alpha. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha > r table (Raden Vina Iskandya Putri1, 2023).

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria Uji	Keterangan
Kualitas Produk (X)	0,812	0,600	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,875	0,600	Reliabel

Sumber: diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas di atas, dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Kualitas Produk (X) adalah sebesar 0,812. Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas untuk variabel X lebih besar dari 0,600 atau $0,812 > 0,600$. Selain itu, nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 0,875. Hal ini juga menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas untuk variabel Y lebih besar dari 0,600 atau $0,875 > 0,600$. Dengan demikian, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa kedua variabel, yaitu Kualitas Produk (X) dan Kepuasan Konsumen (Y), dinyatakan reliabel. Hal ini berarti bahwa instrumen penelitian yang digunakan telah konsisten dalam mengukur kedua variabel tersebut, sehingga dapat mendukung analisis lebih lanjut secara valid.

3.4. Uji Normalitas

Menurut Gunawan, Uji normalitas data adalah uji yang digunakan untuk mengetahui dan mengukur apakah data yang didapatkan memiliki distribusi normal atau tidak, dan

apakah data yang diperoleh berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Model regresi yang berdistribusi normal atau mendekati normal adalah model regresi yang baik. Uji normalitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah test *Klomogorov- Smirnov*, data dapat dikatakan memiliki distribusi normal jika nilai *Asymp. Sig. > 0,05*” (Lesmana, 2021).

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual	
N		63	
Normal Parameters^{a,b}	Mean	.000000000	
	Std. Deviation	3.71685695	
Most Extreme Differences	Absolute	.081	
	Positive	.061	
	Negative	-.081	
Test Statistic		.081	
Asymp. Sig. (2-tailed)^c		.200^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)^e	Sig.	.516	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.503
		Upper Bound	.529

Sumber: diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas di atas, dapat diketahui nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* dari kedua variabel sebesar 0,200. Nilai yang dapat dikatakan berdistribusi normal jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05*. Karena, nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* di atas sebesar 0,200 maka data berdistribusi normal.

3.5. Uji Multikolinearitas

Menurut Gunawan, uji multikolinieritas adalah uji model regresi yang digunakan untuk menentukan apakah ada korelasi antar variabel. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance*. Jika nilai toleransi lebih dari 0,10 atau nilai VIF kurang dari 10 dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel dalam model regresi atau dapat disimpulkan bahwa data bebas dari gejala multikolinearitas (Lesmana, 2021).

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	VIF
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	
1	(Constant)	22.644	3.212		7.049	.000		
	Kualitas Produk	-.144	.163	-.123	-.887	.379	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel hasil analisis regresi di atas, diketahui bahwa nilai tolerance untuk variabel Kualitas Produk (X) adalah 1,000 dengan nilai Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 1,000. Berdasarkan kriteria uji multikolinieritas, nilai tolerance yang lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF yang kurang dari 10 menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah

multikolinieritas di dalam model ini. Dengan demikian, variabel bebas Kualitas Produk (X) dapat digunakan dalam analisis regresi tanpa kekhawatiran adanya multikolinieritas.

3.6. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Rochmat, uji heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan dari dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Melihat hasil heteroskedastisitas dapat melalui scatterplot dengan titik-titik yang menyebar secara acak tanpa pola tertentu (Lesmana, 2021).

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.301	1	1.301	.319	.575 ^b
	Residual	207.989	50	4.078		
	Total	209.290	51			

a. Dependent Variable: Abs RES

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

Sumber: diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel hasil uji heteroskedastisitas di atas, diketahui bahwa nilai Sig. untuk variabel Kualitas Produk (X) adalah 0,575. Nilai yang dapat dikatakan tidak ada indikasi heteroskedastisitas jika nilai Sig. > 0,05. Karena nilai Sig. di atas sebesar 0,575, maka data tidak terindikasi heteroskedastisitas.

3.7. Persamaan Regresi

Menurut Sugiyono, regresi linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional atau kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Adapun persamaan regresi linear sederhana adalah sebagai $Y = a + bX$ (Wananda, 2021)

Tabel 8. Hasil Uji Persamaan Regresi

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.644	3.212		7.049	.000
	Kualitas Produk	-.144	.163	-.123	-.887	3.79

Sumber: diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel hasil uji persamaan regresi di atas, nilai yang didapat dari konstanta sebesar 22,644 dan nilai dari Kualitas Produk (X) sebesar -0,144. Sehingga persamaan regresi yang dimaksud adalah $Y = a + bX$, menjadi $Y = 22,644 - 0,144X$

3.8. Uji Hipotesis

Menurut Arifin, uji hipotesis dilakukan dalam menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistika dan membuat kesimpulan menerima atau menolak pernyataan tersebut. Pengujian hipotesis dilakukan untuk membantu dalam pengambilan keputusan tepat dalam

suatu hipotesis yang diajukan (Hadi, 2021)

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis

Model		Coefficients			t	Sig
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.644	3.212		7.049	.000
	Kualitas Produk	-.144	.163	-.123	-.887	3.79

Sumber: diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel hasil uji hipotesis di atas, nilai t hitung = -0.887 dan nilai signifikansi = 3.79. Maka hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel independen (kualitas produk) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.9. Uji Korelasi Determinasi

Menurut Sugiyono, koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antar dua variabel atau lebih, arah dinyatakan dalam bentuk hubungan positif atau negatif, sedangkan kuat atau lemahnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi (Hadi, 2021) Menurut Ghazali, koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu, nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Handayani, 2020)

Tabel 10. Hasil Uji Korelasi Determinasi

Model Summary				
Model	R	R. Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.123 ^a	.015	.004	3.753

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

Sumber: diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel hasil korelasi dan determinasi di atas, nilai korelasi (R) = 0.123 menunjukkan adanya hubungan yang sangat lemah antara variabel independen dan variabel dependen. Selain itu, nilai determinasi (R²) = 0.015 atau 1.5%, yang berarti variasi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen sangat terbatas.

4. Kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen toko online Bukalapak di Jabodetabek. Penelitian ini menemukan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kesesuaian produk dengan deskripsi, daya tahan produk, dan kemasan yang baik menjadi faktor utama yang meningkatkan kepuasan konsumen. Persamaan regresi yang diperoleh adalah $\hat{Y} = 3,267 + 0,542X$, yang berarti bahwa setiap peningkatan kualitas produk akan meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan demikian, kualitas produk terbukti memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan konsumen toko online Bukalapak di Jabodetabek.

Berdasarkan hasil penelitian dan referensi, beberapa rekomendasi untuk penelitian berikutnya meliputi analisis komparatif antara pengaruh kualitas produk di berbagai platform e-commerce terhadap kepuasan konsumen, serta penelitian longitudinal untuk mengukur dampak kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dalam jangka panjang. Selain itu, evaluasi peran layanan pelanggan dalam meningkatkan kepuasan konsumen juga perlu menjadi fokus penelitian lanjutan. Dengan pengembangan lebih lanjut, hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi penting dalam merancang strategi peningkatan kualitas produk untuk toko online Bukalapak dan platform e-commerce lainnya.

Referensi

- Darmanto, A. (2021). Pengaruh Kualitas Website Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Di Bukalapak. com. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 20-33.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17-32.
- Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 1267-1283.
- Ariella, I. R. (2018). Pengaruh kualitas produk, harga produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian Konsumen Mazelnd. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 3(2), 215-221.
- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21-30.
- Putro, S. W. (2014). Pengaruh kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-9.
- Ertanto, B. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Kosumen Pada Produk Wafer Nabati Di Toko Zaina Di Sampit. *Profit: Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(2), 175-181.
- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 492-503.
- Wijaya, W. R., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Restoran ABC Di Pantai Indah Kapuk). *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta*, 1(3), 82-91.
- Sholikhah, A. F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Bekasi Timur. *Jurnal Economina*, 2(2), 692-708.