

SKRIPSI

**ANALISIS KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA CV. BINTANG INDONESIA TIMUR**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan
Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Bali**

Oleh:

NI PUTU INTAN WAHYUNINGRAT

NIM. 1915744147

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2023

SKRIPSI

**ANALISIS KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA CV. BINTANG INDONESIA TIMUR**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan
Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Bali**

Oleh:

NI PUTU INTAN WAHYUNINGRAT

NIM. 1915744147

**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG**

2023

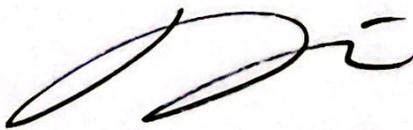
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

1. Judul Skripsi : Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. Bintang Indonesia Timur
2. Penulis
 - a. Nama : Ni Putu Intan Wahyuningrat
 - b. NIM : 1915744147
3. Jurusan : Administrasi Bisnis
4. Program Studi : Manajemen Bisnis Internasional

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS Badung, 25 Agustus 2023
Menyetujui:

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Ida Ayu Putri Widiasuari Riyasa, S.E., M.M.
NIDN. 0004119601



Ketut Vini Elfarosa, S.E., M.M.
NIP. 197612032008122001

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

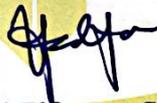
**ANALISIS KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
CV. BINTANG INDONESIA TIMUR**

Oleh:

**NI PUTU INTAN WAHYUNINGRAT
NIM. 1915744147**

Disahkan:

Ketua Tim Penguji



**Ketut Vini Elfarosa, S.E., M.M.
NIP. 197612032008122001**

**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PENGUJI I**



PENGUJI II

**Kadek Jemmy Waćiko, S.Pd., M.Sc., Ph.D.
NIP. 198104122005011001**

**Putu Sandra Putri Astariani, S.S., M.Hum.
NIDN. 0008089701**

**Mengetahui,
Jurusan Administrasi Bisnis
Ketua,**



**Nyoman Indah Kusuma Dewi, S.E., M.B.A., Ph.D.
NIP. 196409291990032003**

**Badung, 25 Agustus 2023
Prodi Manajemen Bisnis Internasional
Ketua,**



**Ketut Vini Elfarosa, S.E., M.M.
NIP. 197612032008122001**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Try A Little Harder, To Be A Little Better”

Ucapan syukur dari hati saya yang terdalam saya sampaikan kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa atas segala karunia yang telah diberikan kepada saya, sehingga saya dapat sabar dan tegar dalam menyelesaikan skripsi saya yang berjudul **“Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. Bintang Indonesia Timur”**. Dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis banyak dibantu, dibimbing, dan didukung oleh berbagai pihak. Atas terselesaikannya skripsi terapan ini, penulis sangat ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Direktur Politeknik Negeri Bali, Bapak I Nyoman Abdi, S.E., M.eCom.
2. Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali, Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, S.E., M.BA., Ph.D. yang memberikan dukungan dan motivasi kepada seluruh mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis.
3. Dosen Pembimbing I, Ibu Ida Ayu Putri Widiasuari Riyasa, S.E., M.M., terima kasih atas segala bimbingan yang telah Ibu berikan. Saya ingin mengucapkan terima kasih karena Ibu selalu bersedia meluangkan waktu senggang untuk membimbing saya, memberikan dukungan moril, serta banyak memberikan

arahan, motivasi, dan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

4. Dosen Pembimbing II, Ibu Ketut Vini Elfarosa, S.E., M.M., terima kasih atas segala nasehat-nasehat Ibu, segala motivasi Ibu dan tidak bosan-bosannya Ibu memberikan dukungan moril. Saya mengucapkan terima kasih karena Ibu selalu bersedia meluangkan waktu senggang untuk membimbing saya, memberikan arahan, motivasi, dan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Kepada orang tua dan adik saya, Bapak I Nyoman Sugiasa, Ibu Ni Made Laksmiyani, Nenek Ni Ketut Pandi, Adik Ni Made Maharani Dewantari, terima kasih atas kasih sayang dan doa yang tidak pernah putus dan selalu memberikan dukungan, semangat, motivasi serta memberikan fasilitas dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih yang tak terhingga saya ucapkan kepada kalian.
6. Kepada sahabat-sahabat saya yang telah menjadi teman seperjuangan saya, terima kasih sudah selalu memberikan dukungan, semangat, motivasi, serta memberikan fasilitas dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada Rayyanza Malik Ahmad terima kasih karena secara tidak langsung telah menjadi penyemangat saya selama mengerjakan skripsi ini.
8. Kepada seluruh *member* EXO dan NCT secara tidak langsung telah menjadi penyemangat saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Saya ucapkan terima kasih sedalam-dalamnya.

Akhir kata saya persembahkan skripsi ini untuk kalian semua. Semoga dengan adanya skripsi ini dapat memberikan manfaat dan berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan dimasa yang akan datang.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ni Putu Intan Wahyuningrat
NIM : 1915744147
Prodi / Jurusan : Manajemen Bisnis Internasional / Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa naskah Skripsi saya dengan judul:
“Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. Bintang Indonesia Timur”

adalah memang benar asli karya saya. Dengan ini saya juga menyatakan bahwa dalam naskah SKRIPSI ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah SKRIPSI ini dan disebutkan pada daftar pustaka.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan menerima sanksi akademis dalam bentuk apapun.

Badung, 25 Agustus 2023

Yang menyatakan,



Ni Putu Intan Wahyuningrat
NIM. 191574414

ABSTRACT

This study aims at analyzing product quality, service quality, and price on customer satisfaction. The location of this research is at CV. Bintang Indonesia Timur. The population in this study were customers of CV. Bintang Indonesia Timur who purchased KalsiBoard products for the period January to November 2022 and the sample in this study were 84 respondents. The data analysis techniques used in this study are Research Instrument Test, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Analysis, Correlation Coefficient Analysis, Determination Coefficient Analysis, F Test and T test. The result of this research are: (1) product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, where the t_{count} value is 2,065 and the significance is 0,042. (2) service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, where the t_{count} value is 3,486 and the significance is 0,001. (3) price has a positive and significant effect on customer satisfaction, where the t_{count} value is 2,438 and the significance is 0,017. The simultaneous influence between product quality, service quality, and price on customer satisfaction is F_{count} of 12,637 and a significance value of 0,000. Suggestions that can be given by the author are CV. Bintang Indonesia Timur must pay attention to product prices in accordance with market conditions, provide rewards in the form of discounts or discounts to loyal customers, make SOPs regarding the return goods system, apply the FIFO system to the stock inventory system in the warehouse, increase the variants of KalsiBoard products sold.

Keywords: product quality, service quality, price, customer satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Lokasi penelitian ini di CV. Bintang Indonesia Timur. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan CV. Bintang Indonesia Timur yang melakukan pembelian produk KalsiBoard periode bulan Januari sampai November 2022 dan sampel dalam penelitian ini adalah 84 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Instrumen Penelitian, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Analisis Koefisien Korelasi, Analisis Koefisien Determinasi, Uji F dan Uji T. Dari hasil penelitian diketahui bahwa: (1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dimana nilai t_{hitung} 2,065 dan signifikansi 0,042. (2) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dimana nilai t_{hitung} 3,486 dan signifikansi 0,001. (3) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dimana nilai t_{hitung} 2,438 dan signifikansi 0,017. Pengaruh secara simultan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan adalah F_{hitung} sebesar 12,637 dan nilai signifikansi 0,000. Saran yang dapat diberikan penulis adalah CV. Bintang Indonesia Timur harus memperhatikan harga produk yang sesuai dengan kondisi pasar, memberikan *reward* baik itu berupa potongan harga atau diskon kepada pelanggan yang loyal, membuat SOP mengenai sistem retur barang, menerapkan sistem FIFO pada sistem persediaan stok di gudang, menambah varian produk KalsiBoard yang dijual.

Kata kunci: kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, kepuasan pelanggan

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Ida Sang Hyang Widhi Wasa, karena atas berkat rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi Terapan dengan judul “Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. Bintang Indonesia Timur” dengan tepat waktu. Tujuan penyusunan Skripsi Terapan dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Sarjana Terapan Program Studi Manajemen Bisnis Internasional pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali.

Penulis menyadari tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, Skripsi Terapan ini tidak dapat terselesaikan dengan baik. Atas bantuan dan dukungannya penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, S.E., M.eCom selaku Direktur Politeknik Negeri Bali.
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, S.E., M.BA., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali yang memberikan dukungan dan motivasi kepada seluruh mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis.
3. Ibu Ketut Vini Elfarosa, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Sarjana Terapan Manajemen Bisnis Internasional sekaligus Dosen Pembimbing II yang

telah memberikan pengarahan, bimbingan, serta dukungan dalam menyelesaikan Skripsi Terapan ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

4. Ibu Ida Ayu Putri Widiasuari Riyasa, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu senggang untuk membimbing saya, memberikan dukungan moril, serta banyak memberikan arahan, motivasi, dan petunjuk sehingga Skripsi Terapan ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
5. Bapak dan Ibu dosen pengajar beserta staf pegawai di Jurusan Administrasi Bisnis yang telah memberikan bekal pembelajaran dan ilmu pengetahuan serta bantuan dan pelayanan yang baik selama ini atas keperluan penulis di Jurusan Administrasi Bisnis.
6. Orang tua dan adik yang selalu memberikan kasih sayang dan doa yang tidak pernah putus dan selalu memberikan dukungan, semangat, motivasi serta memberikan fasilitas dalam menyelesaikan Skripsi Terapan ini.
7. Sahabat yang telah menjadi teman seperjuangan penulis, yang selalu memberikan dukungan, semangat, motivasi, serta memberikan fasilitas dalam menyelesaikan Skripsi Terapan ini.
8. Rayyanza Malik Ahmad secara tidak langsung telah menjadi penyemangat penulis selama mengerjakan Skripsi Terapan ini.
9. Seluruh *member* EXO dan NCT secara tidak langsung telah menjadi penyemangat penulis dalam menyelesaikan Skripsi Terapan ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang masih

penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritikan dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap Skripsi Terapan ini bermanfaat bagi semua pihak dan penelitian selanjutnya. Sekian dan terima kasih.

Badung, 7 Juli 2023



Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
ABSTRAK.....	ix
PRAKATA.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kontribusi Hasil Penelitian.....	10
1.4.1 Bagi Penulis.....	10
1.4.2 Bagi Perusahaan.....	10
1.4.3 Bagi Lembaga.....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1 Kajian Teoritis.....	13
2.1.1 <i>Theory of Reasoned Action</i> (TRA).....	13
2.1.2 Pengertian Perilaku Konsumen.....	14
2.1.3 Pengertian Pelanggan.....	17

2.1.4	Pengertian Kualitas Produk	18
2.1.5	Pengertian Kualitas Pelayanan.....	20
2.1.6	Pengertian Harga.....	22
2.1.7	Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	24
2.2	Penelitian Terdahulu (Kajian Empiris).....	28
2.3	Kerangka Konsep dan Hipotesis.....	32
2.3.1	Kerangka Konsep.....	32
2.3.2	Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN.....		35
3.1	Lokasi Penelitian	35
3.2	Populasi dan Sampel	35
3.2.1	Populasi.....	35
3.2.2	Sampel	36
3.3	Data Penelitian.....	37
3.3.1	Jenis Data.....	37
3.3.2	Sumber Data	38
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.5	Variabel Penelitian	41
3.5.1	Variabel Penelitian.....	41
3.5.2	Definisi Operasional Variabel	42
3.6	Metode Analisis Data	44
3.6.1	Uji Instrumen Penelitian	44
3.6.2	Analisis Statistik Deskriptif.....	46
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	47
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda	49
3.6.5	Analisis Koefisien Korelasi	50
3.6.6	Analisis Koefisien Determinasi	51
3.6.7	Uji Hipotesis	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		56
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	56
4.1.1	Sejarah Perusahaan	56

4.1.2	Struktur Organisasi	57
4.1.3	Uraian Jabatan.....	58
4.2	Hasil Analisa.....	65
4.2.1	Karakteristik Responden.....	65
4.2.2	Deskripsi Variabel Penelitian	66
4.2.3	Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	70
4.2.4	Analisis Statistik Deskriptif	72
4.2.5	Uji Asumsi Klasik.....	78
4.2.6	Analisis Regresi Linier Berganda	82
4.2.7	Analisis Koefisien Korelasi	84
4.2.8	Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	85
4.2.9	Uji Hipotesis	86
4.3	Pembahasan	93
4.3.1	Kualitas Produk Secara Parsial Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	93
4.3.2	Kualitas Pelayanan Secara Parsial Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	94
4.3.3	Harga Secara Parsial Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan	95
4.3.4	Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Secara Simultan Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan ...	97
4.4	Implikasi Hasil Penelitian	99
4.4.1	Implikasi Teoritis	99
4.4.2	Implikasi Praktis	101
4.5	Keterbatasan Penelitian.....	102
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		104
5.1	Simpulan	104
5.2	Saran	105
DAFTAR PUSTAKA		107

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Retur Produk KalsiBoard Tahun 2018 s/d 2022.....	5
Tabel 2.1	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Pelanggan	26
Tabel 2.2	Penelitian Sebelumnya (Kajian Empirik).....	28
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian	42
Tabel 3.2	Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi.....	51
Tabel 4.1	Karakteristik Responden	65
Tabel 4.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	67
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	70
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	72
Tabel 4.5	Klasifikasi Penilaian.....	73
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk	74
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan	75
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Harga	76
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	77
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas.....	78
Tabel 4.11	Hasil Uji Linieritas	80
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinieritas	81
Tabel 4.13	Hasil Uji Heteroskedastisitas	82
Tabel 4.14	Rangkuman Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	83
Tabel 4.15	Hasil Uji Koefisien Korelasi	85
Tabel 4.16	Hasil Uji Koefisien Determinasi	85
Tabel 4.17	Hasil Uji T.....	86
Tabel 4.18	Hasil Uji F	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Penjualan Produk KalsiBoard, GoGreen, Damdex pada CV. Bintang Indonesia Timur tahun 2018 s/d 2022.....	3
Gambar 1.2	Data Profit Produk KalsiBoard pada CV. Bintang	4
Gambar 2.1	Skema <i>Theory of Reasoned Action</i>	14
Gambar 2.2	Kerangka Konsep.....	33
Gambar 4.1	Struktur Organisasi CV. Bintang Indonesia Timur	57
Gambar 4.2	Grafik P-Plot Normalitas	79
Gambar 4.3	Daerah Penolakan dan Penerimaan H_0	88
Gambar 4.4	Daerah Penolakan dan Penerimaan H_0	89
Gambar 4.5	Daerah Penolakan dan Penerimaan H_0	90
Gambar 4.6	Daerah Penolakan dan Penerimaan H_0 dengan Uji F	92

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Tabulasi Data Responden
- Lampiran 3 : Tabulasi Data Penelitian
- Lampiran 4 : Statistik Deskriptif
- Lampiran 5 : Uji Validitas
- Lampiran 6 : Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8 : Analisis Regresi Linier berganda, Analisis Koefisien Korelasi, Analisis Koefisien Determinasi, Uji T dan Uji F
- Lampiran 9 : T Tabel
- Lampiran 10 : F Tabel
- Lampiran 11 : Output Penelitian
- Lampiran 12 : Proses Bimbingan
- Lampiran 13 : Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

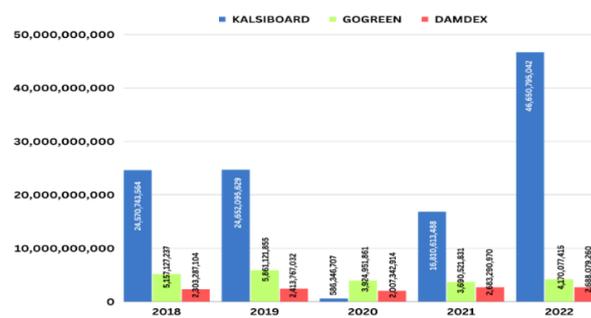
1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan pasar global menuntut dunia industri untuk terus berinovasi menghasilkan produk atau jasa yang ditawarkan. Tantangan ini untuk memenuhi permintaan pelanggan yang terus berkembang. Produk yang mampu memberikan kejelasan kuantitas, kualitas, isi, dan hal lain yang dianggap penting oleh pelanggan cenderung akan memiliki pelanggan dengan kepuasan yang tinggi (Izzah, 2019). Oleh karena itu, perusahaan harus terus berupaya demi mempertahankan kepuasan pelanggannya. Setiap usaha tentu memiliki kendala tersendiri. Kendala yang mungkin dihadapi oleh perusahaan adalah jumlah pesaing yang mulai banyak. Hal itu membuat para pengusaha ingin memikat pelanggan dengan mengungguli perusahaannya. Perusahaan masih memerlukan berbagai macam inovasi agar produk yang ditawarkan menjadi lebih disukai sehingga terjadi pembelian ulang oleh pelanggan. Perusahaan tidak hanya dikenal sebagai usaha untuk menyediakan produk saja, tetapi juga dikenal sebagai tempat yang menyediakan pelayanan. Salah satu contoh perusahaan tersebut adalah perusahaan material bangunan.

Saat ini perkembangan ekonomi dan pariwisata di Bali mulai berkembang sehingga banyak pembangunan *villa*, *glamping*, dan perumahan guna memenuhi tingginya kebutuhan akan akomodasi serta diharapkan memberikan manfaat dimasa mendatang. Dari banyaknya pembangunan-pembangunan tersebut, permintaan akan kebutuhan material bangunan saat ini ikut meningkat. Kesesuaian spesifikasi, jenis bahan, dan mutu bahan sangat penting dalam pembangunan tersebut (Gunawan, 2021). Maka saat ini material bangunan sangat dibutuhkan baik untuk kebutuhan pribadi, dijual kembali ataupun pembangunan berskala besar. Salah satu perusahaan material bangunan yang bergerak di bidang dagang dengan fokus pendistribusian material bangunan adalah CV. Bintang Indonesia Timur. CV. Bintang Indonesia Timur berlokasi di Denpasar, bertugas untuk melayani pelanggan yang berada di daerah Denpasar, Badung, Tabanan, Karangasem, Klungkung, Gianyar, dan Bangli. Menyediakan berbagai produk material bangunan, mulai dari papan fiber semen, papan partisi, atap, aditif semen, trimdex, cornice, reng, dan lain-lain. Seiring dengan kemajuan pasar global yang begitu pesat menciptakan suatu persaingan yang ketat. Dengan hal tersebut menuntut CV. Bintang Indonesia Timur dalam hal kemampuan meningkatkan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga produk yang dapat masuk ke persaingan pasar. CV. Bintang Indonesia Timur saat ini memiliki sistem informasi pelayanan yang bekerja secara online hampir diseluruh bagian.

Penjualan tertinggi pada CV. Bintang Indonesia Timur adalah produk KalsiBoard, dapat dilihat pada Gambar 1.1. KalsiBoard merupakan papan fiber

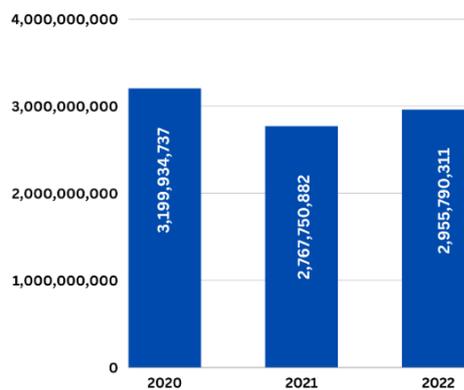
semen yang ramah lingkungan berbahan dasar dari pasir silika, semen, dan serat selulosa tanpa kandungan asbestos. Telah direkomendasikan oleh Green Building Council Indonesia (GBCI) sebagai material bangunan yang sangat sesuai untuk bangunan hijau serta telah terdaftar di Direktori Green Listing yang diterbitkan oleh INIAS Resource Center. Produk Kalsi telah memenuhi kriteria *Green Product* dan dapat berkontribusi untuk *Green Building* (kalsi-building-solutions.com). Keunggulan dari KalsiBoard ini salah satunya yaitu tidak mengandung asbestos, dimana asbestos ini sangat berbahaya bagi kesehatan. Keunggulan lain dari KalsiBoard diantaranya memiliki daya tahan yang baik seperti tidak mudah berjamur, tahan rayap, air, dan api. KalsiBoard juga lebih kuat dan bersifat lentur, mudah dirawat, mudah dipasang, kedap suara, aman bagi kesehatan, serta memiliki cukup banyak varian produk. KalsiBoard telah meraih berbagai prestasi seperti Top Brand Award, Indonesia Digital Popular Brand Award, Singapore Green Label, bersertifikat 100% Bebas Asbes, dan masih banyak lagi. Untun kesekian kalinya KalsiBoard unggul dibandingkan produk papan bebas asbestos lainnya.



Gambar 1.1 Data Penjualan Produk KalsiBoard, GoGreen, Damdex pada CV. Bintang Indonesia Timur tahun 2018 s/d 2022

Sumber: CV. Bintang Indonesia Timur, 2022 (*Data Diolah*)

Berdasarkan Gambar 1.1 penjualan KalsiBoard merupakan yang tertinggi dibandingkan produk GoGreen dan Damdex. Pada tahun 2020 penjualan produk KalsiBoard mengalami penurunan yang sangat drastis disebabkan karena adanya pandemi *Covid-19*. Kemudian pada tahun-tahun berikutnya mulai mengalami peningkatan yang cukup signifikan.



Gambar 1.2 Data Profit Produk KalsiBoard pada CV. Bintang Indonesia Timur tahun 2020 s/d 2022

Sumber: CV. Bintang Indonesia Timur, 2022 (*Data Diolah*)

Berdasarkan gambar 1.2 data profit produk KalsiBoard dari tahun 2020 sampai 2022, diketahui bahwa profit tertinggi sebesar Rp3.199.934.737 pada tahun 2020. Profit terendah sebesar Rp2.767.750.882 pada tahun 2021. Berdasarkan gambar 1.1 penjualan produk dan gambar 1.2 profit produk terdapat perbedaan yang jauh antara penjualan dan profit. Diketahui bahwa nilai penjualan setiap tahunnya lebih besar dibandingkan profit setiap tahunnya. Hal ini dikarenakan profit margin dari setiap jenis produk berbeda-beda.

Tabel 1.1 Data Retur Produk KalsiBoard Tahun 2018 s/d 2022

Tahun	Retur Produk KalsiBoard (Pelanggan)												Total
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep	Okt	Nov	Des	
2018	13	9	13	24	17	16	16	25	30	32	21	17	233
2019	18	9	14	15	21	22	12	17	12	27	30	9	206
2020	9	21	17	6	4	10	10	14	15	18	21	14	159
2021	21	10	29	15	18	21	22	12	20	21	11	14	214
2022	22	14	10	18	21	21	11	17	17	9	22	3	185

Sumber: CV. Bintang Indonesia Timur, 2023 (*Data Diolah*)

Berdasarkan tabel 1.1 diketahui bahwa jumlah retur barang oleh konsumen mengalami peningkatan dan penurunan setiap tahunnya, hal ini mengidentifikasi adanya ketidakpuasan pelanggan yang mengakibatkan banyaknya komplain/pengaduan di CV. Bintang Indonesia Timur. Pelanggan akan melakukan retur apabila produk KalsiBoard yang mereka terima dalam keadaan rusak atau tidak sesuai dengan spesifikasi. Selain itu, pelanggan kerap melakukan retur apabila produk KalsiBaord tidak laku. Oleh karena itu sangatlah penting bagi CV. Bintang Indonesia Timur melakukan analisis mengenai kepuasan pelanggan yang bisa memungkinkan penurunan jumlah retur produk KalsiBoard ke CV. Bintang Indonesia Timur dan peningkatan jumlah penjualan dan profit produk KalsiBoard.

Untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah penjualan serta profit dan menurunkan jumlah retur barang setiap tahunnya, maka penentunya adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan (Atmaja, 2018). Dalam menentukan kepuasan pelanggan, terdapat faktor-faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan.

Pertama, kualitas produk. Putri (2018) menyatakan bahwa kualitas produk adalah karakteristik produk yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Kualitas produk merupakan kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya, hal ini termasuk waktu kegunaan dari produk, keandalan, kemudahan dalam penggunaan dan perbaikan, dan nilai-nilai yang lainnya (Wijayati dan Wahdiniwaty, 2016:37). Pelanggan akan merasa puas apabila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas (Atmaja, 2018). Apabila produk yang diterima dalam keadaan cacat atau kualitas produk yang tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka kemungkinan besar pelanggan akan melakukan komplain dan menurunkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

Faktor kedua yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Tjiptono, 2017:180). Sistem pelayanan harus disertai dengan fasilitas yang layak, kualitas pelayanan, kecepatan pelayanan, tata krama atau etika karena akan menumbuhkan citra baik perusahaan. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang diberikan dan dirasakan, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang kemudian akan menghasilkan loyalitas pelanggan (Febriani, 2023). Harapan diberikannya pelayanan yaitu untuk memuaskan pelanggan sehingga memberikan nilai tambah suatu perusahaan.

Faktor lain penentu keberhasilan perusahaan adalah melihat pada harga produknya. Harga produk harus dapat bersaing dipasaran karena harga termasuk faktor penting dalam mengukur kepuasan pelanggan. Harga merupakan salah satu atribut paling penting yang dievaluasi oleh konsumen, dan manajer harus benar-benar menyadari peran tersebut dalam pembentukan sikap konsumen. Pada kondisi tertentu konsumen sangat sensitif terhadap harga sehingga harga suatu produk yang relatif tinggi dibandingkan para pesaingnya dapat mengeliminasi produk dari pertimbangan konsumen (Sangadji, 2013:216). Menurut Susilawati dan Wahdiniwaty (2017) harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa, atau lebih jelasnya adalah jumlah dari semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan sebuah manfaat dengan memiliki atau menggunakan sebuah produk atau jasa. Sedangkan menurut Priansa (2017) menyatakan harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut.

Dalam rangka menjual produk, CV. Bintang Indonesia Timur harus memberikan kepuasan kepada pelanggannya agar mendapatkan atau mempertahankan pelanggannya. CV. Bintang Indonesia Timur memiliki beberapa pesaing dalam bisnis pendistribusian material bangunan di Bali yaitu CV. Harum Jaya Gianyar, CV. Angsa Kusuma Indah.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis, dalam penjualan produk KalsiBoard ternyata masih ditemukan permasalahan mengenai kepuasan pelanggan diantaranya sebagai berikut:

1. Pelanggan tidak merasa puas dengan produk. Contoh: melakukan retur barang ke CV. Bintang Indonesia Timur karena barang yang diterima cacat/rusak, produk yang diterima tidak sesuai pesanan.
2. Pelanggan tidak merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Contoh: lambatnya pengiriman barang hingga dua minggu dari tanggal pemesanan. Permasalahan tersebut terjadi karena kurangnya tenaga kerja terutama tenaga sopir pada bagian ekspedisi.
3. Pelanggan tidak merasa puas dengan harga produk. Contoh: harga produk yang sering berubah-ubah.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis terdorong untuk melakukan penelitian dan hasilnya dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul “**Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. Bintang Indonesia Timur**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
- b. Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
- c. Apakah harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan?

- d. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
- e. Bagaimana langkah dan upaya (*action plan*) yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

- a. Untuk mengetahui apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
- b. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
- c. Untuk mengetahui apakah harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
- d. Untuk mengetahui apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- e. Untuk mengetahui langkah dan upaya (*action plan*) yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.4 Kontribusi Hasil Penelitian

Dengan berdasarkan pada latar belakang masalah, rumusan masalah, dan tujuan penelitian yang telah diuraikan, kontribusi yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan guna mempraktikkan teori dan ilmu pengetahuan praktis yang belum diperoleh di bangku perkuliahan dalam praktik dunia usaha yang sebenarnya di lapangan.

1.4.2 Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pihak perusahaan dalam mengetahui kepuasan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan, sehingga nantinya dapat disusun strategi yang ampuh untuk meningkatkan kembali kepuasan pelanggan CV. Bintang Indonesia Timur terhadap produk KalsiBoard yang ditawarkan dimasa yang akan datang.

1.4.3 Bagi Lembaga

Sebagai bahan informasi, referensi, perbandingan untuk penelitian selanjutnya terkait dengan kepuasan pelanggan dimasa yang akan datang.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan kerangka penyusunan penelitian dari bab awal hingga bab terakhir yang dimaksudkan untuk mempermudah melihat dan mengetahui pembahasan yang ada pada penelitian ini secara menyeluruh. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagian awal, memuat halaman kulit muka (cover), judul skripsi (kulit dalam), halaman keterangan penyelesaian skripsi, halaman pengesahan tim penguji, halaman motto dan persembahan, halaman orisinalitas karya, halaman abstrak, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, halaman daftar gambar, dan halaman daftar lampiran.
- b. Bagian inti, terbagi atas bab dan sub bab yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini memaparkan lima (5) sub topik yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi hasil penelitian, dan sistematik penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini diawali dengan telaah teoritis, penelitian terdahulu (kajian empiris), kemudian dilanjutkan dengan kerangka konsep dan hipotesis. Pada penelitian di bab ini penulis memaparkan teori-teori yang berhubungan dengan variabel pada judul yang diangkat.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memuat lokasi penelitian, populasi dan sampel, data penelitian, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, dan metode analisis data

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini terbagi atas lima (5) sub bab yaitu gambaran umum dari CV. Bintang Indonesia Timur, hasil analisa,

pembahasan, implikasi hasil penelitian, dan keterbatasan penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari seluruh penelitian yang telah dilakukan. mencantumkan jalan keluar untuk mengatasi masalah dan kelemahan yang ada.

- c. Bagian akhir, terdiri dari daftar pustaka dan daftar lampiran.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Bintang Indonesia Timur, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara parsial berpengaruh positif (searah) dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Bintang Indonesia Timur. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara terpisah-pisah maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan pada CV. Bintang Indonesia Timur.
2. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan berpengaruh positif (searah) dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Bintang Indonesia Timur. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara bersama-sama maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan pada CV. Bintang Indonesia Timur.

3. Pada uji determinasi diketahui bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga memiliki pengaruh sebesar 29,6% terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan sisanya $100\% - 29,6\% = 70,4\%$ dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti seperti lokasi, citra merek, *store atmosphere*, dan lain sebagainya memiliki pengaruh sebesar 70,4% terhadap kepuasan pelanggan. Melalui uji determinasi diketahui bahwa pengaruh variabel bebas yang menjadi variabel penelitian lebih kecil dari pada pengaruh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka selanjutnya penulis akan menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat berguna kepada pihak-pihak yang terkait. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk pihak CV. Bintang Indonesia Timur:
 - a. Memberikan *reward* baik itu berupa potongan harga atau diskon kepada pelanggan yang membeli produk KalsiBoard melebihi target yang ditentukan dan pembayaran secara lunas.
 - b. Membuat SOP mengenai sistem retur barang yang dilakukan oleh pelanggan dalam hal ini adalah pelanggan yang menjual kembali produk yang sudah dibeli (*reseller*) dengan alasan yang kurang logis. Contoh: karena barang tersebut sudah lama tidak laku padahal

sebelumnya tidak ada perjanjian seperti permasalahan tersebut, namun pihak CV. Bintang Indonesia Timur tetap menerima.

- c. Menerapkan sistem FIFO (*First In First Out*). FIFO merupakan metode persediaan yang dilakukan dengan memakai stok barang di gudang berdasarkan waktu masuknya. Stok barang yang pertama kali masuk ke dalam gudang adalah stok yang harus pertama kali dikeluarkan. Tujuan diterapkan FIFO yaitu agar persediaan yang pertama kali masuk bisa segera dijual untuk mencegah terjadinya kerusakan karena terlalu lama tersimpan di gudang. Upaya yang dapat dilakukan adalah merubah tata letak (*layout*) penempatan stok di gudang agar proses penempatan serta pengambilan stok dapat dilakukan dengan mudah dengan diterapkannya sistem FIFO.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel bebas lainnya dalam penelitian agar dapat memenuhi tingkat kontribusi terhadap variabel terikat yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Afthanorhan, A., Foziah, H., Rusli, R., & Khalid, S. (2019). The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in Tree Campuses of UniSZA. *International Journal of Innovation, Creativity, and Change*, VII (10), 42-57.
- Amaranggana, A., & Rahanatha, G. B. (2018). Peran Kepuasan dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen UNUD*, VII, 6872-6900.
- Andre, J., Karo-Karo, A. P., Erix, Citra, S., & Wijaya, S. (2020). Analysis Service Quality Toward Customer Satisfaction. *International Journal of Social and Management Studies (IJOMAS)*, I (1), 105-117.
- Annisa, D. D., & Risal, T. (2023, Maret). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Pizza HUT Plaza Medan Fair. *JEBIDI (Jurnal Ekonomi Digital)*, I, 179-187.
- Azis, A., & Aswan, K. (2023, Juni). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Kecamatan Lunang. *Jurnal Economina*, II, 1203-1217.
- Cahyani, A. Z., & Elvina. (2021). Analysis Price and Promotion of Customer Loyalty in Modern Retail Shopping Centers in the Pandemic Time Covid-19 Through the Purchase Decision Strategy as Moderation . *International Journal Of Business, Technology And Organizational Behavior (IJBTOB)*, 23-34.
- Diputra, I. G., & Yasa, N. N. (2021). The Influence Of Product Quality, Brand Image, Brand Trust On Customer Satisfaction And Loyalty. *American International Journal of Business Management (AIJBM)*, 25-34.
- Durmaz, Y., Çavuşoğlu, S., & Özer, Ö. (2018). The Effect of Brand Image and Brand Benefit on Customer Loyalty: The Case of Turkey. *International Journal Of Academic Research In Business & Social Sciences*, 528-540.
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. P. (2021, Juli). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang. *JIP (Jurnal Inovasi Penelitian)*, II, 603-612.
- Gunawan, I. (2022). CUSTOMER LOYALTY: The Effect Customer Satisfaction, Experiential Marketing and Product Quality. *Jurnal Manajemen Organisasi dan Industri*, 43-50.
- Hadiati, S., & Ruci, S. (1999). Analisis Kinerja Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Telkomsel Malang Area. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 56-64.
- Hamid, A., & Susanti, F. (2023, Maret). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Mahasiswa Pengguna Layanan Go-Jek di STIE-KBP Padang). *Jurnal Economina*, II, 836-87.
- Hankho, G., & Cokki. (2020). Prediksi Estetika, Sikap Terhadap Merek, Dan Persepsi Harga. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 380-389.
- Hardana, A., Nasution, J., & Damisa, A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menabung pada PT. BSI

- Cabang Padangsidimpuan. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, VII, 828-838.
- Hartati, L., & Dharmmesta, B. S. (2011). Analisis Loyalitas Konsumen Terhadap Retail Store Di Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi Fakultas Ekonomi (JIMAFE)*, 11-43.
- Haudia, Rahadjeng, E. R., Santamoko, R., Putra, R. S., Purwoko, D., Nurjannah, D., Purwanto, A. (2022). The role of e-marketing and e-CRM on e-loyalty of Indonesian companies during Covid pandemiC and digital era . *Uncertain Supply Chain Management*, 217–224.
- Hutagalung, D. A., Ariani, N., & Entas, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Tamu Melalui Kepuasan Tamu (Studi Kasus di Favehotel Gatot Subroto Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 94-111.
- Izzah, N. (2019, Juli). Analisis Loyalitas Konsumen Produk Berlabel Halal. *Jurnal Al Qardh*, IV, 51-59.
- Jannah, R., Mappatempo, A., & Haanurat, I. (2019). The Influence of Product Quality and Promotion on Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty PT. Mahakarya Sejahtera Indonesia. *Proceeding of The 3rd International Conference on Accounting, Business & Economics (UII-ICABE 2019)*, 201-206.
- Kasinem. (2020, Januari). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *JMWE (Jurnal Media Wahana Ekonomika)*, XVII, 329-339.
- Kumbara, V. B. (2021, Juni 13). Determinasi Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk dan Endorse. *JIMT (Jurnal Ilmu Manajemen Terapan)*, II (5), 604-630.
- Mahsyar, S., & Surapati, U. (2020). Effect Of Service Quality And Product Quality On Customer Satisfaction And Loyalty. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 204-211.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen (JIBM)*, III, 134-147.
- Palelu, D. R., Tumbuan, W. J., & Jorie, R. J. (2022, Januari). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kamsia Boba di Kota Lawang. *Jurnal EMBA*, 10, 68-77.
- Prasastono, N., & Pradapa, S. Y. (2012). Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi. *Dinamika Kepariwisata*, 13-23.
- Putera, A. K., & Wahyono. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen. *Management Analysis Journal*, 110-119.
- Qorika, E., Sidanti, H., & Kadi, D. C. (2022, September). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi Pospay PT. Pos Indonesia Cabang Magetan). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi 4 (SIMBA)*, 1-16.

- Rimawan, E., Mustofa, A., & Mulyanto, A. D. (2017). The Influence of Product Quality, Service Quality and Trust on Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty (Case Study PT ABC Tbk). *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 2330-2336.
- Rimawan, E., Mustofa, A., & Mulyanto, A. D. (2017, July). The Influence of Product Quality, Service Quality, and Trust on Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty (Case Study PT. ABC Tbk). *International Journal of Scientific & Engineering Research*, VIII (7), 2330-2337.
- Rohmawati, Z. (2018). Kualitas, Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan. *JRE: Jurnal Riset Entrepreneurship*, 19-29.
- Santosa¹, D. G., & Mashyuni, I. (2021, Februari). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Denpasar. *Jurnal Widya Amrita, Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, I, 290-302.
- Sari, R. F., & Marlius², D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada D'sruput Lapai Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, VII, 1801-1812.
- Sewaka, Anggraini, K., Mas'adi, M., Nurhadi, A., & Arianto, N. (2022). The Effect of Customer Satisfaction and Service Quality of . *International Journal of Artificial Intelligence Research*.
- Sholikah, H., & Iriananda, S. W. (2017). Analisis Kepuasan Pelanggan Travel Menggunakan Metode Fuzzy Service Quality. (*JOINTECS*) *Journal of Information Technology and Computer Science*, 53-58.
- Silvia, R., & Arifiansyah, R. (2023, Juli). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Cillo Coffee. *urnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, III, 662-675.
- Sinurat, E. S., Lumanauw, B., & Roring, F. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Suzuki Ertiga. *Jurnal EMBA*, V, 2230 - 2239.
- Siregar, M. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Ompu Gende Coffee Medan. *Jurnal Diversita*, 114-120.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Penerbit Alfabeta .
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suhairi, D. (2019, Oktober). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Honda Autobest Bandung. *E-Jurnal Bina Wakya*, XIV, 2539-2549.
- Warere, O. P., & Mandagie, Y. (2022, Januari). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kartu Indosat Ooredoo di Desa Kaneyan Kecamatan Tareran. *Jurnal EMBA*, X, 1014-1022.
- Warere, O. P., & Mandagie, Y. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kartu Indosat Ooredoo Di Desa Kaneyan Kecamatan Tareran. *Jurnal EMBA*, 1014-1022.

Yunaida, E. (2017). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 798-807.

Website:

dqlab, "Metode Pengumpulan Data dalam Penelitian"

DQlab:<https://dqlab.id/metode-pengumpulan-data-dalam-penelitian>
(13 Desember 2022)

Etex Group, "Kalsi Building Solution"

<https://www.kalsi-building-solutions.com/id-id/> (2021)

Human, "Analisis Korelasi Ganda"

<https://penalaran-unm.org/>:<https://penalaran-unm.org/analisis-korelasi-ganda/> (2016, November 13)

Meiryani, "Memahami Analisis Regresi Linier Berganda"

accounting.binus.ac.id:[https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-analisis-regresi-linear-berganda/#:~:text=Regresi%20linear%20berganda%20merupakan%20model,dependen%20\(Ghozali%2C%202018\)](https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-analisis-regresi-linear-berganda/#:~:text=Regresi%20linear%20berganda%20merupakan%20model,dependen%20(Ghozali%2C%202018)) (2021, Agustus 12)

Publish, P. D., "Teknik Pengumpulan Data: Pengertian, Jenis, dan Contoh"

Penerbit Buku Deepublish-CV. Budi Utama: <https://penerbitdeepublish.com/teknik-pengumpulan-data/> (2021, Desember 21)