



Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kafe the Pine by Moksha Pancoran Mas Kota Depok

Raihan Dwi Cahya Ramadhani¹, Eigis Yani Pramularso²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika,
Jakarta, Indonesia^{1,2}

*Email : raihandwi684@gmail.com

Diterima: 24-08-2026 | Disetujui: 28-08-2026 | Diterbitkan: 01-09-2026

ABSTRACT

The Pine by Moksha Coffee Shop, Pancoran Mas, Depok is a coffee shop with a unique concept located in a residential area. This study aims to analyze the effect of price and product quality on customer satisfaction at The Pine by Moksha Coffee Shop, Pancoran Mas, Depok. This research employed a quantitative approach using a survey method by distributing questionnaires to 100 respondents selected through purposive sampling. Data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 25, including validity, reliability, classical assumption, t-test, F-test, and coefficient of determination analyses. The results indicate that price has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a t-value of 13.429 greater than the t-table value of 1.984 and a significance value of $0.000 < 0.05$. Product quality also has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a t-value of 13.370 greater than the t-table value of 1.984 and a significance value of $0.000 < 0.05$. Simultaneously, price and product quality have a significant effect on customer satisfaction, with an F-value of 111.201 greater than the F-table value of 3.09 and a significance value of $0.000 < 0.05$. These findings indicate that price and product quality are important factors in improving customer satisfaction at The Pine by Moksha Coffee Shop, Pancoran Mas, Depok.

Keywords: Price; Product Quality; Customer Satisfaction.

ABSTRAK

Kafe The Pine by Moksha Pancoran Mas Kota Depok adalah coffe shop dengan konsep unik di perumahan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Kafe the Pine by Moksha Pancoran Mas Kota Depok. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 25, serta melalui uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung $13,429 > t$ tabel 1,984 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung $13,370 > t$ tabel 1,984 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan, harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai F hitung $111,201 > F$ tabel 3,09 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas

produk merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada Kafe Kopi the Pine by Moksha Pancoran Mas Depok.

Kata Kunci: Harga; Kualitas Produk; Kepuasan Pelanggan.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Ramadhani, R. D. C., & Pramularso, E. Y. . (2026). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kafe the Pine by Moksha Pancoran Mas Kota Depok. Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 2(3), 3583-3601. <https://doi.org/10.63822/h5dd5e27>

PENDAHULUAN

Perkembangan industri kuliner khususnya di bidang kedai kopi di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Munculnya berbagai coffee shop dengan konsep unik dan modern menjadikan persaingan bisnis semakin ketat, terutama di wilayah perkotaan seperti Depok. Pelaku usaha dituntut untuk mampu menciptakan keunggulan bersaing agar tetap bertahan, salah satunya dengan memberikan nilai lebih kepada pelanggan. Dalam kondisi persaingan yang tinggi, kepuasan pelanggan menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan usaha, karena pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk kepada orang lain.

Keunggulan kompetitif dapat dicapai apabila pelaku usaha mampu menciptakan tingkat kepuasan yang tinggi bagi konsumennya. Oleh karena itu, perusahaan perlu memiliki komitmen manajerial yang kuat untuk meningkatkan kualitas produk maupun jasa yang ditawarkan. Kepuasan pelanggan menjadi aspek yang sangat krusial, mengingat konsumen yang merasa tidak puas terhadap layanan yang diterima cenderung akan beralih kepada penyedia jasa lain yang dinilai lebih mampu memenuhi kebutuhan pelanggan dan harapannya (Annisa & Hasoloan, 2021).

Menurut mariansyah & syarif Harga menjadi salah satu elemen utama yang penting dalam menjaga keberlangsungan perusahaan dalam memasarkan produknya. Penetapan harga yang dilakukan secara kompetitif diperlukan agar pelaku usaha dapat bersaing secara sehat tanpa menimbulkan praktik yang saling merugikan antar pesaing. (Wahidah & Rayuwanto, 2023). Bagi konsumen, harga menjadi salah satu faktor utama dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Konsumen cenderung membandingkan harga dengan kualitas, manfaat, dan kemampuan daya belinya sebelum memutuskan untuk membeli. Oleh karena itu, penentuan harga tidak dapat dilakukan secara sembarangan, tetapi harus melalui pertimbangan khusus, seperti kondisi pasar, segmentasi konsumen, biaya produksi, strategi pemasaran, serta harga produk pesaing. Dengan demikian, harga berfungsi bukan hanya sebagai alat tukar, tetapi juga sebagai strategi penting dalam kegiatan pemasaran.

Selain harga, kualitas produk yang baik akan memberikan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan yang merasa puas akan cenderung memiliki keinginan untuk merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Selain itu, kualitas produk yang unggul tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan keuntungan perusahaan (Fauziah et al., 2022). Kualitas produk mencerminkan keseluruhan karakteristik dan unsur yang melekat pada produk tersebut, baik yang bersifat fisik maupun nonfisik, yang mampu memberikan nilai tambah dan kepuasan bagi konsumen. Dengan demikian, semakin tinggi kualitas suatu produk, maka semakin besar pula kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Kafe the Pine by Moksha Pancoran Mas Kota Depok sebagai salah satu usaha di bidang kuliner menghadapi tantangan dalam mempertahankan kepuasan pelanggan di tengah persaingan yang semakin ketat. Berdasarkan observasi yang telah dilakukan kepada beberapa konsumen Kafe the Pine by Moksha masih ditemukan beberapa keluhan pelanggan terkait harga yang dinilai kurang sebanding dengan manfaat yang diterima dan harga menu cukup mahal untuk wilayah kafe disekitar perumahan. Selain itu dari sisi kualitas produk beberapa ulasan yang menyatakan bahwa kualitas kopi masih tergolong biasa dan cita rasa belum memenuhi ekspektasi pelanggan. selain itu Pelanggan membandingkan produk the Pine by moksha dengan kafe lain yang dianggap memiliki kualitas lebih baik dengan harga yang lebih sama Kondisi tersebut

berpotensi menurunkan tingkat kepuasan pelanggan dan berdampak pada loyalitas konsumen.

Berdasarkan gambar ulasan Google Review, dapat terlihat bahwa beberapa konsumen memberikan tanggapan terkait aspek harga dan kualitas produk pada kafe the Pine by moksha, sebagian pelanggan menilai harga yang ditetapkan cukup tinggi dan belum sebanding dengan kualitas yang diperoleh. Selain itu, rasa kopi dianggap belum memenuhi harapan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk merupakan aspek penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain hasil observasi, peneliti juga melakukan wawancara dan memperoleh data transaksi konsumen pada kafe the Pine by moksha Depok selama periode Januari – April 2026. Data tersebut digunakan untuk melihat kondisi transaksi pada kafe kopi the Pine by moksha.

Tabel 1. Data transaksi kafe the Pine by moksha Pancoran Mas Depok

Bulan	Jumlah Transaksi
Januari	1.785
Februari	1.860
Maret	1.790
April	1.835

Sumber: Data Transaksi Kafe the Pine by Moksha Pancoran Mas Depok

Berdasarkan tabel 1 jumlah transaksi di kafe the Pine by moksha selama Januari – April 2026 mengalami perubahan yang tidak stabil. Transaksi meningkat pada bulan Februari, menurun pada Maret, dan kembali meningkat pada bulan April. Kondisi ini menunjukkan adanya fluktuasi pembelian pelanggan yang dipengaruhi oleh dua faktor yaitu harga dan kualitas produk. Penelitian mengenai Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan telah banyak dilakukan, namun menunjukkan hasil yang belum konsisten. Penelitian yang dilakukan oleh (Diana & Herawati, 2024) menyimpulkan bahwa harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Nusantara Surya Sakti Cabang Slipi. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan (Sumarsid & Paryanti, 2022) menyimpulkan bahwa harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada GrabFood. Sama halnya dengan kualitas produk, penelitian yang dilakukan oleh (Syahwi & Pantawis, 2021) menyimpulkan bahwa Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan pada PT Telkom Kota Semarang. Berbeda dengan hasil penelitian (Villyanto, 2022) menyimpulkan bahwa kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Bumi Lestarindo Makmur. Dengan adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu maka perlu mengkaji kembali Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Kafe the Pine by Moksha Pancoran Mas Kota Depok.

Keterbaruan dari penelitian ini tidak hanya terletak pada objek penelitian, yaitu kafe The Pine by Moksha yang berlokasi di Pancoran Mas Depok tetapi juga fokus yang menitikberatkan pada perilaku konsumen dalam konteks usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang berada di lingkungan perumahan. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang umumnya berfokus pada restoran besar atau kafe berskala besar ataupun berbasis *franchise*. Selain itu penelitian ini memfokuskan bahwa dalam konteks UMKM, keputusan pembelian konsumen tidak hanya dipengaruhi merek, tetapi juga oleh persepsi kualitas produk dan kesesuaian harga yang dirasakan. Dengan demikian penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu dalam bidang pemasaran, khususnya dalam bisnis kafe.

Penelitian ini memiliki tujuan utama yaitu untuk meneliti bagaimana kepuasan pelanggan dalam membeli produk di Kafe the Pine by Moksha pancoran mas Depok. Dipengaruhi oleh harga dan kualitas produk. Dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan dan kafe atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), diharapkan penelitian ini secara teoritis dapat memajukan bidang ilmu manajemen pemasaran dan secara praktis berfungsi untuk meningkatkan strategi pemasaran dan kualitas layanan sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan dan daya saing usaha. Dan diharapkan dapat memberi manfaat baik berupa pengetahuan dan wawasan untuk KafeThe Pine by Moksha Pancoran Mas Depok untuk fokus pada komponen-komponen yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif ini dirancang untuk menguji pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Kafe the Pine by Moksha, Pancoran Mas, Kota Depok. Karena jumlah keseluruhan konsumen tidak diketahui secara pasti (*infinite population*), penarikan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria responden merupakan konsumen yang telah melakukan pembelian secara langsung lebih dari satu kali. Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Lemeshow, ukuran sampel ditetapkan sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilaksanakan melalui observasi, studi dokumentasi, dan penyebaran kuesioner berskala Likert lima poin. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25 melalui serangkaian tahapan, meliputi uji kualitas instrumen (validitas dan reliabilitas *Cronbach's Alpha*) serta uji asumsi klasik (normalitas *Monte Carlo*, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas). Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan metode analisis regresi linear berganda, uji parsial (Uji T), dan uji simultan (Uji F) pada taraf signifikansi 5%, yang diakhiri dengan uji koefisien determinasi untuk mengukur sejauh mana kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data Penelitian

Jumlah pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 22 pernyataan yang terdiri dari variabel Harga (X1) sebanyak 8 pernyataan, variabel Kualitas Produk (X2) sebanyak 8 pernyataan, dan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebanyak 6 pernyataan.

Tabel 2. Deskripsi Variabel Harga (X1)

Harga (X1)													
Pernyataan	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		Total		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Saya merasa harga produk di Kafe the Pine by Moksha relatif murah	0	0%	1	1%	22	22%	59	59%	18	18%	100	100%	3.94

Harga produk di Kafe the Pine by Moksha sesuai dengan harga pasar	1	1%	1	1%	4	4%	55	55%	39	39%	100	100%	4.30
Harga yang ditawarkan Kafe the Pine by Moksha sesuai kualitas produk yang saya peroleh	1	1%	2	2%	12	12%	43	43%	42	42%	100	100%	4.23
Produk yang dijual di Kafe the Pine by Moksha sesuai harga yang dibayarkan	0	0%	3	3%	16	16%	36	36%	45	45%	100	100%	4.23
Harga di Kafe the Pine by Moksha sesuai dengan manfaat yang saya rasakan	1	1%	3	3%	14	14%	54	54%	28	28%	100	100%	4.05
Saya merasa harga produk yang dijual sebanding dengan manfaat yang diberikan	1	1%	3	3%	9	9%	49	49%	38	38%	100	100%	4.20
Harga produk di Kafe the Pine by Moksha lebih murah dibanding dengan kafe lain	2	2%	5	5%	24	24%	39	39%	30	30%	100	100%	3.90
Harga produk di Kafe the Pine by Moksha mampu bersaing dengan harga kafe lainnya	1	1%	1	1%	16	16%	42	42%	40	40%	100	100%	4.19

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan hasil keseluruhan variabel Harga (X1), seluruh indikator memiliki nilai mean di atas 3,90 yang menunjukkan bahwa responden cenderung memberikan tanggapan positif terhadap variabel Harga (X1). Dengan demikian, variabel Harga (X1) dinilai baik oleh responden dalam penelitian ini.

Tabel 3. Data Variabel Kualitas Produk (X2)

Kualitas Produk (X2)													
Pernyataan	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		Total		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Kafe the Pine by Moksha menggunakan bahan-bahan yang fresh	0	0%	2	2%	13	13%	44	44%	41	41%	100	100%	4.24
Bahan baku yang digunakan kafe the pine by moksha memiliki kualitas yang baik	1	1%	3	3%	9	9%	47	47%	40	40%	100	100%	4.22
Penyajian makanan dan minuman kafe the pine by moksha menarik konsumen	1	1%	5	5%	7	7%	44	44%	43	43%	100	100%	4.23

Makanan dan minuman kafe the pine by moksha disajikan dengan estetika yang baik	0	0%	1	1%	13	13%	42	42%	44	44%	100	100%	4.29
Makanan dan minuman di kafe the pine by moksha memiliki cita rasa yang enak	1	1%	3	3%	10	10%	46	46%	40	40%	100	100%	4.21
Variasi rasa menu di kafe the pine by moksha memuaskan selera saya	0	0%	4	4%	8	8%	55	55%	33	33%	100	100%	4.17
Kafe the pine by moksha menawarkan variasi yang inovatif	1	1%	1	1%	16	16%	35	35%	47	47%	100	100%	4.26
Saya tertarik mencoba menu baru yang dikeluarkan kafe the pine by moksha	1	1%	2	2%	16	16%	41	41%	40	40%	100	100%	4.17

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan hasil keseluruhan variabel Kualitas Produk (X2), seluruh indikator memiliki nilai mean di atas 4,00 dengan rentang nilai 4,17 hingga 4,29. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung setuju terhadap seluruh pernyataan yang diajukan. Dengan demikian, kualitas produk dinilai baik oleh responden dalam penelitian ini.

Tabel 4. Data Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan Pelanggan (Y)													
Pernyataan	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		Total		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Saya puas dengan kualitas produk kafe the pine by moksha yang diberikan	1	1%	1	1%	13	13%	51	51%	34	34%	100	100%	4.16
Saya merasa kafe the pine by moksha selalu berusaha untuk meningkatkan produk	2	2%	6	6%	10	10%	37	37%	45	45%	100	100%	4.17
Saya berminat berkunjung kembali karena kualitas produk kafe the pine by moksha yang diberikan memuaskan	1	1%	2	2%	13	13%	47	47%	37	37%	100	100%	4.17
Saya berminat berkunjung kembali karena harga yang diberikan terjangkau	0	0%	2	2%	14	14%	48	48%	36	36%	100	100%	4.18

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kafe the Pine by Moksha Pancoran Mas Kota Depok
(Ramadhani, et al.)

Saya bersedia merekomendasikan kafe the pine by moksha kepada kerabat dan rekan-rekan saya	2	2%	1	1%	12	12%	45	45%	40	40%	100	100%	4.20
Saya mengatakan hal-hal baik mengenai produk kafe the pine by moksha kepada kerabat dan rekan saya	1	1%	4	4%	14	14%	41	41%	40	40%	100	100%	4.15

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan tabel IV.7 Variabel Kepuasan Pelanggan (Y), pada pernyataan Y.1 mayoritas responden memberikan jawaban Setuju sebanyak 51 responden (51%) dengan nilai mean sebesar 4,16. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung merasa puas terhadap indikator Y.1. Berdasarkan Tabel Variabel Kepuasan Pelanggan (Y), pada pernyataan Y.2 mayoritas responden memberikan jawaban Sangat Setuju sebanyak 45 responden (45%) dengan nilai mean sebesar 4,17. Hasil ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang sangat baik terhadap indikator Y.2.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrument pertanyaan. Dalam penelitian ini, adapun jumlah responden nya adalah 100 orang, sehingga diperoleh nilai r tabel sebesar 0,1966 pada tingkat signifikansi 5%. Suatu pertanyaan yang dianggap valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel yaitu 0,1966. Jika r hitung kurang dari 0,1966 maka pertanyaan dianggap tidak valid.

Tabel 5. Uji Validitas Variabel Harga (X1)

Variabel	Item	R _{hitung}	R _{tabel}	Kesimpulan
HARGA (X1)	X1.1	0.599	0.1966	Valid
	X1.2	0.682	0.1966	Valid
	X1.3	0.581	0.1966	Valid
	X1.4	0.388	0.1966	Valid
	X1.5	0.679	0.1966	Valid
	X1.6	0.593	0.1966	Valid
	X1.7	0.722	0.1966	Valid
	X1.8	0.422	0.1966	Valid

Sumber: Hasil Penelitian Olah Data Menggunakan SPSS 25, 2026

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa hasil uji variabel harga (X1) dianggap valid karena hasil uji validitas 8 pertanyaan dari variabel harga menunjukkan bahwa r_{hitung} > dari r_{tabel} (0.1966). sehingga hasil pertanyaan dianggap valid.

Tabel 6. Hasil uji validitas variabel Kualitas Produk (X2)

Variabel	Item	R _{hitung}	R _{tabel}	Kesimpulan
KUALITAS PRODUK (X2)	X2.1	0.615	0.1966	Valid
	X2.2	0.660	0.1966	Valid

	X2.3	0.519	0.1966	Valid
	X2.4	0.632	0.1966	Valid
	X2.5	0.605	0.1966	Valid
	X2.6	0.724	0.1966	Valid
	X2.7	0.737	0.1966	Valid
	X2.8	0.674	0.1966	Valid

Sumber: Hasil Penelitian Olah Data Menggunakan SPSS 25, 2026

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa hasil uji variabel Kualitas Produk (X2) dianggap valid karena hasil uji validitas 8 pertanyaan dari variabel Kualitas Produk menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0.1966). sehingga hasil pertanyaan dianggap valid.

Tabel 7. Hasil uji validitas variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel	Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Kesimpulan
KEPUASAN PELANGGAN (Y)	Y1	0.666	0.1966	Valid
	Y2	0.534	0.1966	Valid
	Y3	0.617	0.1966	Valid
	Y4	0.456	0.1966	Valid
	Y5	0.732	0.1966	Valid
	Y6	0.545	0.1966	Valid

Sumber: Hasil Penelitian Olah Data Menggunakan SPSS 25, 2026

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa hasil uji variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dianggap valid karena hasil uji validitas 6 pertanyaan dari variabel Kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0.1966). sehingga hasil pertanyaan dianggap valid. Berdasarkan hasil uji validitas dari ketiga variabel diatas yaitu harga, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan dianggap valid karena bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0.1966).

Uji Reliabilitas

Fungsi dari uji reliabilitas adalah untuk mengetahui tingkat konsistensi dari instrument penelitian dalam mengukur variabel. Jika dikatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbac's alpha lebih besar dari 0.60.

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Kriteria	Kesimpulan
Harga	0.718	0.60	Reliable
Kualitas Produk	0.798	0.60	Reliable
Kepuasan Pelanggan	0.623	0.60	Reliable

Sumber: Hasil Penelitian Olah Data Menggunakan SPSS 25, 2026

Berdasarkan hasil uji reliabilitas harga, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan memperoleh nilai Cronbach's alpha melebihi angka role of thumb yaitu 0.60 dengan keseluruhan 22 pernyataan. harga, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Cara mengetahui apakah model regresi berdistribusi normal adalah menggunakan uji normalitas

Tabel 9. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.63074534	
Most Extreme Differences	Absolute	.115	
	Positive	.076	
	Negative	-.115	
Test Statistic			.115
Asymp. Sig. (2-tailed)			.002 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.133 ^d	
	95% Confidence Interval	Lower Bound	.126
		Upper Bound	.140

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

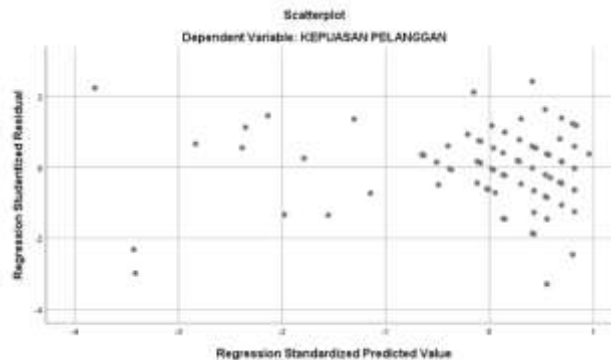
Sumber: Hasil Penelitian Olah Data Menggunakan SPSS 25, 2026

Pengujian monte carlo yang menghasilkan monte carlo Sig (2-tailed sebesar 0.133 oleh karena itu 0.133 lebih besar dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami heteroskedastisitas

Gambar 1. Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: Hasil Penelitian Olah Data Menggunakan SPSS 25, 2026

hasil uji heteroskedastisitas menggunakan grafik scatterplot. Diketahui bahwa titik-titik menyebar secara acak diatas dan dibawah angka 0 dan sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu, seperti pola melebar, bergelombang atau menyempit. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang tinggi antar variabel

Tabel 10. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.128	1.493		2.095	.039		
	HARGA	.348	.087	.437	4.013	.000	.264	3.793
	KUALITAS PRODUK	.308	.078	.428	3.932	.000	.264	3.793

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Hasil Penelitian Olah Data Menggunakan SPSS 25, 2026

Nilai tolerance untuk variabel harga dan kualitas produk masing-masing 0.264 lebih besar dari 0.10 setelah itu, nilai VIF yang diperoleh dari kedua variabel adalah 3.793 yang menunjukkan bahwa variabel indenpen. sehingga model ini tidak mengalami multikolinearitas

Uji t (Parsial)

Uji parsial adalah metode pengujian yang digunakan untuk menilai apakah masing-masing dari variabel independen secara individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel independen dengan kriteria hipotesis diterima apabila nilai t-hitung > t-tabel atau sig < 0.05. untuk menentukan t-tabel adalah df = n-k-1 atau 100-2-1 = 97 didapatkan nilai t-tabel adalah 1.984

Tabel 11. Hasil Uji T Variabel Harga Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.842	1.588		2.420	.017
	HARGA	.641	.048	.805	13.429	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Hasil Penelitian Olah Data Menggunakan SPSS 25, 2026

Diperoleh hasil uji T Parsial variabel harga tabel 9 diperoleh nilai t- hitung sebesar 13.429 > t-tabel sebesar 1.984 serta nilai signifikansi 0.000 < 0.5 hasil tersebut dapat diartikan bahwa harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 12. Hasil Uji T Variabel Kualitas Produk Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.538	1.469		3.771	.000
	KUALITAS PRODUK	.577	.043	.804	13.370	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Hasil Penelitian Olah Data Menggunakan SPSS 25, 2026

Berdasarkan hasil uji T Parsial variabel Kualitas Produk Tabel IV.16 diperoleh nilai t-hitung sebesar 13.370 > t-tabel sebesar 1.984 serta nilai signifikansi 0.000 < 0.5 hasil tersebut dapat diartikan bahwa Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Uji F (Simultan)

Dalam penelitian ini, Uji f digunakan untuk menganalisis apakah variabel harga dan kualitas produk secara Bersama-sama memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada kafe the pine by moksha, pengujian ini bertujuan untuk melihat sejauh mana seluruh variabel independent secara simultan dapat diketahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 13. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	603.636	2	301.818	111.201
	Residual	263.274	97	2.714	
	Total	866.910	99		

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, HARGA

Sumber: Hasil Penelitian Olah Data Menggunakan SPSS 25, 2026

Berdasarkan hasil pengujian uji f atau uji simultan pada tabel diatas diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.000 yang nilainya lebih kecil dari 0.05 selain itu hasil olah data diperoleh nilai f-tabel 111.201 apabila nilai f-tabel dengan tingkat signifikansi 5. Nilai f-hitung > f-tabel ($111.201 > 3.09$) dapat disimpulkan bahwa secara simultan Harga dan Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 14. Hasil Uji Koefisien Determinasi Simultan

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.834 ^a	.696	.690	1.647

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Hasil Penelitian Olah Data Menggunakan SPSS 25, 2026

Uji koefisien determinasi secara simultan mendapatkan nilai Adjusted r-square sebesar 0.690 berarti harga dan kualitas produk secara simultan menjelaskan bahwa variasi kepuasan pelanggan sebesar 69,0%, sedangkan 30,4% dipengaruhi oleh faktor lain.

Uji Koefisien Regresi

Analisis linear berganda adalah untuk memprediksi perubahan atau kondisi naik turunnya variabel dependen berdasarkan pengaruh dua atau lebih variabel independent

Nilai konstanta sebesar 3.128 yang menunjukkan nilai intersep yang berarti variabel independent harga dan kualitas produk diasumsikan konstan atau bernilai nol. Maka nilai estimasi dari variabel kepuasan pelanggan adalah sebesar 3.128. Koefisien regresi untuk variabel harga bernilai positif yaitu 0.348 yang menunjukkan adanya hubungan searah antara harga dan kepuasan pelanggan. Nilai ini mengartikan bahwa setiap terjadinya peningkatan pada variabel harga sebesar satu satuan. Maka nilai variabel kepuasan pelanggan diprediksi akan mengalami kenaikan sebesar 0,348 satuan. Koefisien regresi untuk variabel kualitas produk bernilai positif yaitu 0.308 yang menunjukkan adanya hubungan searah antara kualitas

produk dan kepuasan pelanggan. Nilai ini mengartikan bahwa setiap terjadinya peningkatan pada variabel kualitas produk sebesar satu satuan. Maka nilai variabel kepuasan pelanggan diprediksi akan mengalami kenaikan sebesar 0,038 satuan.

Tabel 15. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3.128	1.493		2.095
	HARGA	.348	.087	.437	4.013
	KUALITAS PRODUK	.308	.078	.428	3.932

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Hasil Penelitian Olah Data Menggunakan SPSS 25, 2026

Pengaruh Variabel Harga (X1) Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan Pada Kafe the Pine by Moksha (Y)

Berdasarkan hasil analisis data uji t (parsial) yang telah diolah menggunakan spss versi 25. Pengaruh variabel harga terhadap kepuasan pelanggan kafethe pine by moksha Pancoran Mas kota Depok. Untuk variabel harga telah diperoleh nilai t hitung sebesar 13.429 serta nilai signifikansi dari variabel harga 0.000. dari nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel harga memiliki t hitung lebih besar dari t tabel yang telah ditentukan yaitu ($13.429 > 1.984$). dengan hasil signifikansi variabel harga 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dari hasil nilai yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kafe the pine by moksha Pancoran mas kota depok. Temuan tersebut menunjukkan bahwa aspek harga merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan pelanggan dalam membentuk kepuasan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Diana & Herawati, 2024). Yang menyatakan tentang harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. sama halnya penelitian yang dilakukan oleh (Maharani et al., 2022). Menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sumarsid & Paryanti, 2022). yang menyatakan tentang harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Meskipun pada latar belakang penelitian ada beberapa pelanggan yang mengeluhkan harga produk, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan mayoritas responden masih menilai harga yang ditawarkan oleh kafe the pine by moksha relatif terjangkau, sesuai manfaat yang diperoleh, serta mampu bersaing dengan kafe lainnya. Oleh karena itu, harga yang baik mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pengaruh Variabel Kualitas Produk (X2) Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan Pada Kafe the Pine by Moksha (Y)

Berdasarkan hasil analisis data uji t (parsial) yang telah diolah menggunakan spss versi 25. Pengaruh variabel Kualitas Produk terhadap kepuasan kafe pine by moksha Pancoran mas kota Depok. Untuk variabel Kualitas Produk telah diperoleh nilai t hitung sebesar 13.370 serta nilai signifikansi dari

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kafe the Pine by Moksha Pancoran Mas Kota Depok
(Ramadhani, et al.)

variabel kualitas produk 0.000. dari nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki t hitung lebih besar dari t tabel yang telah ditentukan yaitu ($13.370 > 1.984$). dengan hasil signifikansi variabel kualitas produk 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dari hasil nilai yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kafe the pine by moksha Pancoran Mas Depok. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa kualitas produk memiliki peranan dalam membentuk kepuasan pelanggan. Persepsi responden yang tergolong baik terhadap kualitas produk mengindikasikan bahwa produk yang disediakan telah mampu memenuhi ekspektasi pelanggan. Hal tersebut menciptakan pengalaman konsumsi yang positif, sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan rasa puas pelanggan terhadap produk yang ditawarkan oleh Kafe the Pine by Moksha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Syahwi & Pantawis, 2021). Yang menyatakan tentang Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. sama halnya penelitian yang dilakukan oleh (Saputro & Jalari, 2023) bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Villyanto, 2022). yang menyimpulkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Meskipun pada latar belakang penelitian ada beberapa pelanggan yang mengeluhkan kualitas produk. hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian yang cukup baik terhadap kualitas produk kafe the pine by moksha, oleh karena itu kualitas produk yang baik mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pengaruh Variabel Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kafe the Pine by Moksha (Y)

Dari hasil penelitian menggunakan SPSS versi 25 dengan judul pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan kafe kopi the pine by moksha pancoran mas Depok. Mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0.000 dimana lebih kecil dari 0.05 selain itu, terdapat nilai Fhitung sebesar 111.201 nilai ini lebih besar dari Ftabel yaitu 3,09 ($111,201 > 3,09$). Dari hasil nilai yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel independent, yaitu harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa kualitas produk memiliki peranan dalam membentuk kepuasan pelanggan. Persepsi responden yang tergolong baik terhadap kualitas produk mengindikasikan bahwa produk yang disediakan telah mampu memenuhi ekspektasi pelanggan. Hal tersebut menciptakan pengalaman konsumsi yang positif, sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan rasa puas pelanggan terhadap produk yang ditawarkan oleh Kafe the Pine by Moksha.

Selain itu, hasil nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas produk mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 69,6% sedangkan 30,4% dipengaruhi oleh faktor lainnya. Hasil temuan dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh yang lebih kuat dibandingkan variabel kualitas produk. terhadap tingkat kepuasan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan Kafe the Pine by Moksha Pancoran Mas Depok. Hasil ini diperoleh dari uji koefisien determinasi parsial yang berguna untuk mengetahui variabel independent yang memengaruhi variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh

(Saputro & Jalari, 2023). Yang menyatakan bahwa harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga yaitu (Ha3) menyatakan bahwa harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan kepuasan pelanggan Kafe the Pine by Moksha Pancoran Mas Depok dapat diterima.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Harga (X1) dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada pelanggan kafe the pine by moksha pancoran mas depok dengan jumlah responden sebanyak 100 orang, maka dapat disimpulkan antara lain adalah Variabel Harga (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). hal ini dibuktikan berdasarkan hasil uji T yang menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 13.429 lebih besar dari t tabel yaitu 1.984 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis pertama (Ha1) diterima, yang berarti harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kafe kopi the pine by moksha.

Variabel Kualitas Produk (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). hal ini dibuktikan berdasarkan hasil uji T yang menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 13.370 lebih besar dari t tabel yaitu 1.984 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis kedua (Ha2) diterima, yang berarti Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kafe kopi the pine by moksha. Dan Variabel Harga (X1) dan Variabel Kualitas Produk (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), hal ini dibuktikan melalui hasil nilai uji F yang menunjukkan nilai F hitung sebesar 111,201 F tabel yaitu 3,09 dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis ketiga (Ha3) diterima, sehingga harga dan kualitas produk secara Bersama-sama mempengaruhi Kepuasan Pelanggan kafe kopi the pine by moksha.

Untuk Kualitas Produk kafe the pine by moksha diharapkan terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk baik dari segi kesegaran bahan baku, cita rasa, tampilan produk, maupun inovasi menu agar kepuasan pelanggan terus meningkat kafe the pine by moksha perlu melakukan evaluasi secara berkala terhadap kebutuhan dan harapan pelanggan sehingga dapat memberikan produk sesuai harapan konsumen. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel lain yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kualitas pelayanan, lokasi, promosi ataupun loyalitas pelanggan sehingga dapat memberikan hasil yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

Adhari, L. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*. CV. Qiara Media.
<https://media.neliti.com/media/publications/348022-kepuasan-pelanggan-pencapaian-brand-trus-5d8ea492.pdf>

- Aliffa, S. P., & Wardani, S. (2025). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada J. Co Donuts & Coffee Ramayana Mall Kota Serang. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 189–199.
- Annisa, A., & Hasoloan, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret. *Jurnal Bisnis Corporate*, 6(1), 51–60. <https://doi.org/10.46576/jbc.v6i1.1487>
- Aprilia, N., & Tukidi. (2021). Pengaruh Kuaiitas Produk, Harga, dan, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Senayan City. *JURNAL Manajemen Usni*, 6(1), 34–46. <https://doi.org/https://doi.org/10.54964/manajemen.v6i1.160>
- Bahri, S., Maulidiyah, T., Hasan, K., & Puspitosarie, E. (2022). *Pengaruh Pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi Dan Sistem Pengendalian Internal Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pada KPRI Universitas Negeri Malang*. 3(December), 85–95. <https://doi.org/http://v3.publishing-widyagama.ac.id/index.php/jopba>
- Dewiyani, I. C., & Fadila, R. (2023). Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan Masyarakat Tentang Program JKN. *Jurnal Kesehatan Qamarul Huda*, 11(1), 307–315. <https://doi.org/https://journal.uniqhba.ac.id/index.php/kesehatan/article/view/462/251>
- Diana, R., & Herawati, N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Produk Sparepart Motor Honda Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Nusantara Surya Sakti Cabang Slipi. *Jurnal Cakrawala Akademika (JCA)*, 1(3).
- Efendi, B., & Kholunnafiah, U. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Merek dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Paket Data Internet Kartu XL Prabayar*. 1(2), 61–69. <https://doi.org/10.61434/dfame.v1i2.116>
- Fauziah, H., Yusuf, I., Hudalil, A., & Mareta, R. (2022). Terhadap Kepuasan Pelanggan La’ Diana Fashion di Kramat Jati Jakarta Timur the Influence of Prices, Product Quality and Location on Customer Satisfaction La’ Diana Fashion at Kramat. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai*, 8(2), 215–228.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Debgab Program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Hadiwijaya, T., & Jamaludin, K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Hours Coffee and More Jakarta. *STEI Ekonomi Pariwisata Internasional*, 1(2), 123–138. <https://doi.org/https://doi.org/10.30822/aksioma.v1i2.1809>
- Hermawati, U., Efrianti, R., Kenamon, M., & Rosmawati, H. (2024). *Metodologi Penelitian Konsep Dasar Penelitian Kuantitatif*. CV Budi Utama.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). *Metode Penelitian*. Eureka Media Aksara.
- Khairunnisa. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian*. CV Science Techno Direct.
- Lubis, A. Z., Nahulae, L. L., Anggraini, N. M., Adawiyah, R., & Suhairi. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi penetapan harga. *Jurnal Masharif Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(1), 25–28.
- Mertha Jaya, I. M. L. M. (2026). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*.
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif © Copyright 2021, Imam

- Machali xiv + 254 halaman: 17 cm x 25 cm Cetakan 3, Agustus 2021 ISBN: 978-602-603461-8
Penulis Editor Korektor Lay O. [https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/50344/1/Metode Penelitian Kuantitatif %28Panduan Praktis Merencanakan%2C Melaksa.pdf](https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/50344/1/Metode%20Penelitian%20Kuantitatif%20Panduan%20Praktis%20Merencanakan%20Melaksa.pdf)
- Maharani, I. G. A. A., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Mina Cabang Dalung*. 3(1), 275=285. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/value/article/view/4007>
- Maharani, S., Setyaningsih, E. D., & Islami, V. (2026). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jago Coffe Di Wilayah Jakarta Utara. *Jurnal Manajemen Ekonomi Akuntansi*, 2(2), 531–536.
- Mukhlis, S. (2022). *Metodologi Penellitian Sosial*. Eureka Media Aksara.
- Nasution, S. M. A., & Nasution, A. E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Faktor Emosional Biaya Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Jasa Gojek di Medan. *Proceding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(: Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional, Biaya dan Kemudahan, keinginan konsumen), 14 pages.
- Nugraha, S. Y., Guritno, W., Kalatiku, A., Lestari, U., & Nurjannah. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Kafe Immune Kota Palopo. *Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Ekonomi*, 4(3), 362–373.
- Orlando, J., & Harjati, L. (2022). Pengaruh Atribut Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan AA Raffi Fried Chicken Sindangbarang Bogor. *Journal of Accounting & Management Innovation*, 6(1), 49–66.
- Pratiwi, G., & Lubis, T. (2021). Pengaruh KUalitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan UD Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbauangan. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 121–134.
- Pratiwi, N. R. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepusan Pelanggan Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Zama Homewear Malang). *JUBIS*, 2(2), 18–27.
- Puspasari, H., & Puspita, W. (2022). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Tingkat Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa terhadap Pemilihan Suplemen Kesehatan dalam Menghadapi Covid-19 Validity Test and Reliability Instrument Research Level Knowledge and Attitude of Students Towards. *Jurnal Kesehatan*, 13, 65–71. <https://doi.org/http://ejurnal.poltekkes-tjk.ac.id/index.php/JK>
- Ria, P., Astuty, P., & Lusia, V. (2024). *Pengaruh Earning Per Share, Net Profit Margin, Debt Equity Ratio dan Return on Asset Terhadap Harga Saham Pada PT Astra Internasional TBK Periode 2011-2018*. 12(1), 32–56.
- Rotua, E., & Surono. (2023). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Traveloka di Jakarta. *Jurnal Human Capital Development*, 10(3), 1–19. <https://doi.org/Journal> homepage: <http://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/hcd> PENGARUH
- Rustian, L. A., Bodroastuti, T., & Sholihah, M. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Tempe. *Jurnal Ilmiah Aset*, 24(2).

- Saputro, F., & Jalari, M. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Roti Bakar tertinggi di asia tenggara (Suara.com)*. 1(3).
- Sari, W., & Avriyanti, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk T-Shirt Brand Cressida di I" M Fashion Store Tabalong. *JURNAL STIA TABALONG*, 6, 1. <https://doi.org/Http://jurnal.stiatabalong.ac.id/index.php/JAPB>
- Septianingrum, A. A., & Martini, I. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kenyamanan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Soto Mas Boed Semarang. *Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(6), 272–288. <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/maeswara.v1i6.409>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. ALFABETA CV.
- Sumarsid, & Paryanti, atik budi. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83. <https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/ilmiahm-progress/article/view/867>
- Syahwi, M., & Pantawis, S. (2021). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bank BPD Jateng, Semarang, Indonesia*. 3(2).
- Ulfah, A., Hermina, D., & Huda, N. (2024). Desain Instrumen Evaluasi Yang Valid dan Reliabel Dalam Pendidikan Islam Menggunakan Skala Likert. *Jurnal Studi Multidisipliner*, 8(12), 855–861. <https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jsm/article/view/8039/9056>
- Villyanto, A. C. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Nilai Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Bumi Lestarindo Makmur. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis Volume*, 7(6).
- Wahidah, W., & Rayuwanto. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(1), 65–72. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i1.860>
- Widyawati, R., & Danarwati, S. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Alat-Alat Olahraga di Toko Setia Sport Wonogiri. *Jurnal Penelitian Dn Kajian Ilmiah*, 19(2), 78.