

**ANALISIS PENGARUH HARGA ,KUALITAS MAKANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN STUDI KASUS MIE GACOAN**

Deby Anggreni N

Mahasiswa Universitas PGRI Semarang

[*debyanggreni113@gmail.com](mailto:debyanggreni113@gmail.com)

Nandana Akbar Wicaksana

Mahasiswa Universitas PGRI Semarang

[*nandanaakbar325@gmail.com](mailto:nandanaakbar325@gmail.com)

Raully Sijabat

Dosen Universitas PGRI Semarang

[*raulysijabat@upgris.ac.id](mailto:raulysijabat@upgris.ac.id)

Abstract

This study aims to evaluate the impact of price and food quality on customer satisfaction at Mie Gacoan. The research method used is a quantitative approach with a survey involving 30 respondents. Data were collected through a questionnaire that included questions about perceptions of price, food quality, and customer satisfaction levels. Data analysis was performed using simple linear regression. The results of the study indicate that both price and food quality significantly influence customer satisfaction. Food quality has a stronger impact compared to price. Therefore, to enhance customer satisfaction, Mie Gacoan is advised to focus more on improving food quality while maintaining affordable prices.

Keywords: customer satisfaction, food quality, price.

PENDAHULUAN

Mie Gacoan merupakan salah satu restoran yang semakin populer di kalangan masyarakat karena menawarkan berbagai menu mie dengan harga yang terjangkau serta cita rasa yang khas. Dalam industri makanan dan minuman, kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci yang menentukan keberhasilan dan kelangsungan bisnis. Kepuasan pelanggan tidak hanya berdampak pada loyalitas pelanggan, tetapi juga pada reputasi restoran dan daya saing di pasar. Untuk memenuhi setiap permintaan yang berbeda, hal tersebut yang menjadi alasan mengapa pelaku usaha harus mempelajari dan memahami perilaku konsumen mereka (Mulyadi, 2022)

Harga dan kualitas makanan sering kali dianggap sebagai dua faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Harga yang terjangkau dapat menarik lebih banyak pelanggan, terutama di segmen pasar yang sensitif terhadap harga. Di sisi lain, kualitas makanan yang tinggi dapat meningkatkan persepsi positif pelanggan terhadap restoran, sehingga meningkatkan kepuasan dan kemungkinan pelanggan untuk kembali.

Namun, hubungan antara harga, kualitas makanan, dan kepuasan pelanggan tidak selalu sederhana. Dalam beberapa kasus, pelanggan mungkin bersedia membayar lebih untuk kualitas makanan yang lebih baik, sementara dalam kasus lain, harga yang rendah mungkin menjadi daya tarik utama terlepas dari kualitas makanan yang ditawarkan. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana kedua faktor ini secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan pelanggan di Mie Gacoan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh harga dan kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan di Mie Gacoan. Dengan pendekatan kuantitatif, penelitian ini akan mengumpulkan data dari pelanggan melalui survei dan menganalisisnya menggunakan metode statistik. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi manajemen Mie Gacoan dalam merancang strategi pemasaran dan operasional yang efektif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Selain itu, penelitian ini juga akan memberikan kontribusi terhadap literatur akademik mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di industri restoran. Dengan memahami dinamika harga dan kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan, diharapkan restoran dapat mengembangkan kebijakan yang lebih baik untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, serta menciptakan pengalaman makan yang lebih memuaskan. Tidak hanya kualitas makanan dan kepuasan pelanggan saja yang perlu dibangun pemasar, melainkan kepercayaan merek juga merupakan hal perlu dibangun pemasar untuk memasarkan merek produknya secara online agar pelanggan loyal (Masitoh, Wibowo and Ikhsan, 2019)

TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Dalam bab ini, kajian literatur tentang hubungan antara harga, kualitas makanan, dan kepuasan pelanggan akan diuraikan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang konsep-konsep kunci yang relevan dengan penelitian ini

Harga

Harga merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan (Ariyanti *et al.*, 2022) dan juga merupakan faktor penting dalam penjualan. Setiap perusahaan berlomba-lomba menawarkan harga yang menarik bagi agar konsumen mau membeli produk yang ditawarkannya (Yanti, 2020). Harga dapat memengaruhi persepsi pelanggan tentang nilai produk atau layanan yang ditawarkan oleh suatu bisnis. Penetapan harga yang tepat dapat mempengaruhi daya tarik produk dan kemungkinan pelanggan untuk melakukan pembelian. Harga merupakan satu-satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja (Gunarsih, 2021)

Kualitas Makanan

Kualitas makanan juga merupakan faktor kunci yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di industri makanan dan minuman. menyatakan bahwa kualitas makanan

dapat menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, memperkuat citra merek, dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Dalam penelitian (Kepuasan *et al.*, 2021), ditemukan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan, termasuk di dalamnya kualitas makanan. Apabila kualitas makanan yang diberikan baik maka akan menguntungkan kedua belah pihak, bagi pihak restaurant akan mendapatkan citra yang baik dan keuntungan dalam bisnisnya, sedangkan bagi pelanggan akan mendapatkan keuntungan yang diharapkan (Salsabila, 2023). Dengan demikian kualitas makanan adalah salah satu cara terbaik untuk memajukan keberhasilan dalam bisnis restoran(Salsabila, 2023)

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari persepsi pelanggan terhadap kualitas produk atau layanan yang diterima dibandingkan dengan harapan mereka. Produk atau jasa yang ada di pasar akan dapat memberikan perasaan puas ataupun kecewa pada pelanggan. Namun pada umumnya, produk atau jasa yang dipilih oleh pelanggan adalah produk atau jasa yang dapat memuaskan pelanggan tersebut (Sijabat, 2020). Dalam konteks restoran, kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas makanan, pelayanan, suasana, dan harga. Meningkatkan kualitas layanan merupakan kunci untuk menciptakan kepuasan pelanggan yang tinggi dan membangun loyalitas. Kepuasan pelanggan merupakan suatu evaluasi purna beli, jika kepuasan pelanggan tercapai maka akan timbul loyalitas dari pelanggan, oleh karena itu kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi perusahaan(Sulistyawati, 2015) Kepuasan pelanggan yaitu tingkat perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan jasa/produk yang diterima dan yang diharapkan(Ismail and Yusuf, 2021)

Hubungan Antar Variabel

Hubungan antara harga, kualitas makanan, dan kepuasan pelanggan merupakan fokus utama dari penelitian ini, harga dan kualitas produk berkontribusi terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan. Namun, hubungan antara harga, kualitas makanan,

dan kepuasan pelanggan di Mie Gacoan masih perlu dipelajari lebih lanjut untuk memahami dinamika pasar dan kebutuhan pelanggan dengan lebih baik.

Dengan memahami kajian literatur yang relevan, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam pengaruh harga dan kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan di Mie Gacoan, serta mengeksplorasi hubungan antar variabel tersebut secara lebih mendalam.

Hipotesis

Hipotesis 1: Pengaruh Harga Makanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hipotesis ini mengasumsikan bahwa harga makanan memiliki pengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Mie Gacoan. Semakin terjangkau harga makanan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

Hipotesis 2: Pengaruh Kualitas Makanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hipotesis ini mengasumsikan bahwa kualitas makanan memiliki pengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Mie Gacoan. Semakin tinggi kualitas makanan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

Hipotesis 3: Pengaruh Bersama-sama Harga dan Kualitas Makanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hipotesis ini mengasumsikan bahwa hubungan antara harga makanan dan kualitas makanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Mie Gacoan. Semakin terjangkau harga makanan dan semakin tinggi kualitas makanan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

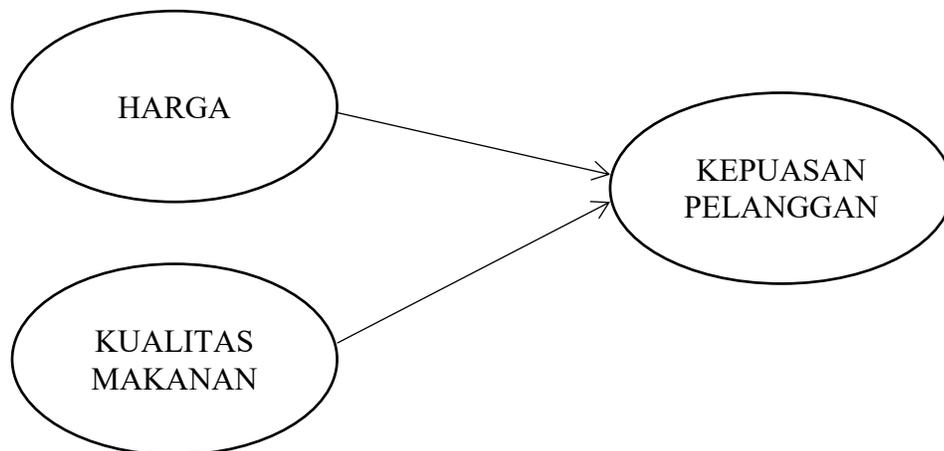
Dengan merumuskan hipotesis-hipotesis ini, penelitian akan dapat menguji secara empiris pengaruh harga dan kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan di Mie Gacoan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi manajemen restoran dalam meningkatkan kualitas layanan dan mempertahankan kepuasan pelanggan.

Tabel 1.1
PENELITIAN SEBELUMNYA

Teknik analisis		Peneliti	Variabel Penelitian	Temuan
Regresi Berganda	Linear	ROSIANA	Variabel Bebas - Kualitas Makanan	Hasil penelitian menunjukkan kualitas makanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian mengungkapkan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
		SIANIPAR	Variabel Terikat - Kepuasan Pelanggan	
Regresi Berganda	Linear	Meitha	Variabel Bebas	kualitas makanan, kualitas layanan, dan lingkungan fisik terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan, baik terhadap kepuasan maupun behavioral intentions.
		Evirasanti	- Kualitas Makanan	
		Ketut Rahyuda	- Kualitas Layanan - Lingkungan Fisik	
		Ni Nyoman Kerti Yasa	Variabel Terikat - Kepuasan Pelanggan - Behavioral Intentions	

Regresi Linear Berganda	Rati Anggraini Melly Yana	Variabel Bebas - Kualitas Makanan - Kualitas Pelayanan - Kualitas Tempat - Harga Variabel Terikat - Kepuasan Konsumen	Berdasarkan faktor harga, membawa pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan serta kualitas makanan yang signifikan atau positif untuk mendorong kepuasan pelanggan makanan khas kota Batam.
-------------------------	------------------------------	---	--

MODEL EMPIRIS



METODOLOGI

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian ini merupakan explanatory research dengan pendekatan kausalitas, yaitu penelitian yang ingin mencari penjelasan dalam bentuk hubungan sebab akibat (cause – effect) antar beberapa konsep

atau beberapa variabel atau beberapa strategi yang dikembangkan dalam manajemen. Pemilihan rancangan penelitian ini di dasarkan pada kemampuan yang ada.

POPULASI, SAMPEL, TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan yang pernah mengunjungi dan menikmati makanan di Mie Gacoan dalam periode tertentu. Sampel penelitian diambil secara acak sederhana dari populasi yang telah ditentukan. Penelitian ini melibatkan 30 responden yang dipilih untuk mewakili pelanggan Mie Gacoan.

PENGEMBANGAN PENGUKURAN VARIABEL PENELITIAN

Dalam penelitian ini, Harga menggunakan indikator paket harga, bonus, harga masuk akal, biaya sebanding, dan opsi harga yang unggul dari yang lain (Kualitas *et al.*, 2020). Kualitas makanan menggunakan indikator yang terdiri dari: rasa, tampilan, variasi menu, dan suhu makanan (Kualitas *et al.*, 2020). Untuk Kepuasan Pelanggan menggunakan indikator kepuasan secara menyeluruh, pilihan yang tepat, pengalaman yang menyenangkan, pengalaman yang membuat suasana baik (Kualitas *et al.*, 2020)

Table 1.2

Definisi Operasional dan Indikator Pada Penelitian

Variabel	Definisi	Simbol	Indikator
Harga	Harga adalah	X1.1	Paket harga
	jumlah uang	X1.2	Harga masuk akal
	yang dibayarkan	X1.3	Biaya sebanding
	konsumen untuk		dengan yang
	mendapatkan		didapatkan
	keuntungan atau	X1.4	Opsi harga yang
	manfaat dari		unggul dibanding
	sebuah produk		

	barang atau jasa		yang lain
Kualitas Makanan	Kualitas makanan merupakan keseragaman setiap menu yang ditawarkan dan dapat dicapai dengan suatu standar produk	X2.1 X2.2 X2.3 X2.4	Rasa Tampilan Variasi Menu Suhu Makanan
Kepuasan pelanggan	Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan apa yang mereka terima dengan harapan mereka	Y1 Y2 Y3 Y4	Kepuasan secara keseluruhan Pilihan yang tepat Pengalaman yang menyenangkan Pengalaman yang membuat suasana hati baik

TEKNIK ANALISIS DATA

Uji Kualitas Data Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Uji kualitas data instrumen penelitian yang digunakan adalah uji validitas, dan uji reliabilitas.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ditujukan untuk menguji kelayakan model regresi yang akan digunakan pada penelitian ini. Uji asumsi klasik yang digunakan diantaranya adalah uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

$$Y = a + b_1X_1 + e$$

- Y = Motivasi Kerja
- A = Konstanta
- X1 = Insentif
- B1 = Koefisien Regresi
- E = error

Uji Parsial (Uji-T)

Uji t (uji parsial) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variansi variabel dependen. Hasil dari t-hitung kemudian dibandingkan dengan nilai dari ttabel untuk tingkat alpha 5% (0,05) dengan $df = n - k$.

HASIL PENELITIAN

1. Uji Kualitas Data Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Variabel	No. Item	r hitung	r table	Hasil Uji
Harga	X1.1	0.752	0.3610	Valid

	X1.2	0.880	0.3610	Valid
	X1.3	0.786	0.3610	Valid
	X1.4	0.855	0.3610	Valid
Kualitas	X2.1	0.827	0.3610	Valid
Makanan	X2.2	0.766	0.3610	Valid
	X2.3	0.756	0.3610	Valid
	X2.4	0.627	0.3610	Valid
Kepuasan	Y1	0.743	0.3610	Valid
Pelanggan	Y2	0.869	0.3610	Valid
	Y3	0.932	0.3610	Valid
	Y4	0.917	0.3610	Valid

Pada table uji validitas menyatakan bahwa semua item pertanyaan r hitung $>$ r table maka dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan dikatakan valid.

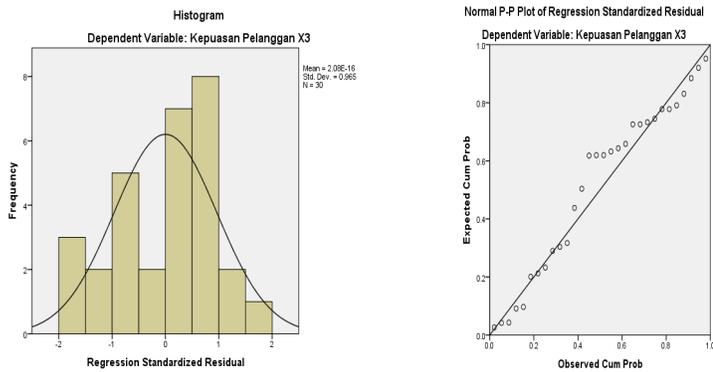
b. Uji Reabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpa	Hasil
1	Harga	.831	Realibel
2	Kualitas Makanan	.735	Realibel
3	Kepuasan Pelanggan	.890	Realibel

Variabel Harga, Kualitas Makanan dan Kepuasan Pelanggan memiliki nilai Cronbach Alpa lebih besar dari 0.6 maka hasil uji reabilitas dikatakan realibel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas



Pada gambar sebaran data menyebar dan mengikuti garis diagonal maka data berdistribusi secara Normal.

b. Uji Multikolinearitas

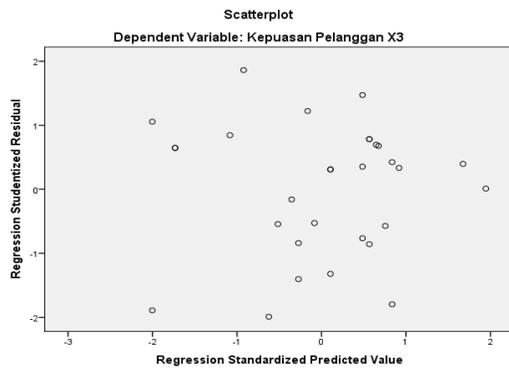
Coefficients^a

Model		Standardized		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Error Std.			Beta	Tolerance
1	(Constant)	-2.780	2.547	-1.091	.285		
	Harga X1	.469	.228	2.059	.049	.429	2.332
	Kualitas Makanan X2	.669	.230	2.910	.007	.429	2.332

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan X3

Pada table diatas variable independen memiliki nilai tolerance > .100 dan VIF < 10.00 maka berkesimpulan Asumsi Multikolinieritas sudah terpenuhi atau Tidak terjadi Gejala Multikolinieritas

c. Uji Heteroskedastisitas



Pada gambar diatas tidak membentuk pola yang jelas dan sebaran data berada disekitar angka 0 maka data tidak terjadi Gejala Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas Glejser

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.107	1.244			3.300	.003
	Harga X1	-.125	.111	-.306		-1.125	.270
	Kualitas Makanan X2	-.039	.112	-.095		-.348	.730

a. Dependent Variable: ABS_RES

Pada Uji Heteroskedastisitas Glejser variable harga memiliki nilai sig .270 > .05 dan Kualitas Makanan .730 > .05 maka variable harga dan kualitas makanan tidak mengalami gejala Heteroskedastisitas.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	-2.780	2.547		-1.091	.285
	Harga X1	.469	.228	.357	2.059	.049
	Kualitas Makanan X2	.669	.230	.504	2.910	.007

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan X3

$$Y = -2.780 + 0.469X1 + 0.669X2 + e$$

- a. Nilai Konstanta sebesar -2.780 maka memiliki arti bahwa apabila variable harga dan kualitas makanan nilai Konstanta nya diasumsikan 0 maka jika perusahaan tidak memberikan harga dan kualitas makanan yang baik akan terjadi penurunan kepuasan pelanggan sebesar 2.780
- b. Nilai koefisien Harga bernilai positif sebesar .469 maka harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Apabila ada peningkatan 1% variable harga maka akan menyebabkan peningkatan kepuasan pelanggan sebesar .469.
- c. Nilai koefisien Kualitas Makanan bernilai positif sebesar .669, maka apabila ada kenaikan 1% variable kualitas makanan makan akan menyebabkan peningkatan kepuasan pelanggan sebesar .669

4. Uji Statistik F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	177.657	2	88.829	25.377	.000 ^b
	Residual	94.510	27	3.500		
	Total	272.167	29			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan X3

b. Predictors: (Constant), Kualitas Makanan X2, Harga X1

Pada table didapatkan nilai sig $.000 < .05$ maka variable harga dan kualitas makanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

5. Uji Parsial (Uji-T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.780	2.547		-1.091	.285
	Harga X1	.469	.228	.357	2.059	.049
	Kualitas Makanan X2	.669	.230	.504	2.910	.007

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan X3

Pada table variable harga memiliki nilai sig $.049 < .05$ maka variable harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Variabel Kualitas Makanan didapatkan nilai

sig .007 < .05 maka Kualitas Makanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

6. Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.808 ^a	.653	.627	1.871

a. Predictors: (Constant), Kualitas Makanan X2, Harga X1

Didapatkan nilai Adjusted R Square Sebesar .627 maka memiliki arti bahwa variable harga dan kualitas makanan memberikan sumbangan pengaruh secara bersama-sama sebesar 62,7% terhadap variable Kepuasan Pelanggan dan sisanya 37,3% dipengaruhi variable lain diluar penelitian ini.

PEMBAHASAN

a. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan analisis dengan Uji T yang berkaitan dengan harga terhadap kepuasan pelanggan di Mie Gacoan Semarang diperoleh nilai t hitung > t table yaitu 2.059 > 1.703 dengan signifikansi .049 < .05, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Sehingga ada pengaruh positif signifikan antara harga dengan kepuasan pelanggan di Mie Gacoan Semarang. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Harga *et al.*, 2021) bahwa variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

b. Pengaruh Kualitas Makanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan analisis dengan Uji T yang berkaitan antara Kualitas Makanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Mie Gacoan Semarang diperoleh t hitung > t tabe yaitu 2.910 >

1.703 dengan signifikansi $.007 < .05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga ada pengaruh positif signifikan antara Kualitas Makanan dengan Kepuasan Pelanggan. Semakin naik variabel Kualitas Produk maka semakin meningkat variabel Kepuasan Pelanggan (Harga *et al.*, 2021). Ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan, (Kepuasan *et al.*, 2021) diperoleh hasil penelitian bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Mangare, Wenas and Rogi, 2023)

c. Pengaruh Bersama-sama Harga dan Kualitas Makanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan Analisis Koefisien Determinasi didapatkan nilai Adjusted R Square sebesar $.627$ maka memiliki arti bahwa variabel harga dan kualitas makanan memberikan sumbangan pengaruh secara bersama-sama sebesar $62,7\%$ terhadap variabel Kepuasan Pelanggan

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Harga dan Kualitas Makanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Artinya semakin baik harga yang diterima maka semakin tinggi pula nilai kepuasan pelanggan. Maka pemberian harga dan kualitas makanan yang baik harus diberikan untuk selalu menjaga kepuasan pelanggan di Mie Gacoan Semarang. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas makanan dan harga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanti, W.P. *et al.* (2022) ‘Pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan’, IX, pp. 85–94.
- Gunarsih, C.M. (2021) ‘Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang’, *Productivity*, 2(1), pp. 69–72.
- Harga, P. *et al.* (2021) ‘Pengaruh harga, kualitas produk, kualitas layanan, terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan bebek dan ayam goreng pak ndut di samarinda’, 9(2), pp. 95–108.
- Ismail, T. and Yusuf, R. (2021) ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung’, *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 5(3), pp. 413–423.
- Kepuasan, T. *et al.* (2021) ‘2) 1,2’, 2(1).
- Kualitas, P. *et al.* (2020) ‘No Title’, 4(2), pp. 161–168.
- Mangare, I., Wenas, R.S. and Rogi, M. (2023) ‘Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Sonder Indah’, *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(3), pp. 244–253. Available at: <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.49659>.
- Masitoh, M.R., Wibowo, H.A. and Ikhsan, K. (2019) ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Mobile Shopee’, *Sains Manajemen*, 5(1), pp. 101–119. Available at: <https://doi.org/10.30656/sm.v5i1.1515>.
- Mulyadi, M.N. (2022) ‘Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas Kujang Bogor untuk Keperluan Usaha Waralaba’, *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(3), pp. 511–518. Available at: <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i3.1539>.
- Salsabila, S.R. (2023) ‘Analisis Kualitas Makanan , dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Darjeeling Restaurant , Kabupaten Bandung Barat , Jawa Barat’ ,

(81).

Sijabat, R. (2020) 'Membangun word of mouth positif', (March 2016).

Sulistyawati, N.M. (2015) 'Kepuasan Pelanggan Restoran Indus', *E- Jurnal Manajemen Unud*, 4(8), pp. 2318–2332.

Yanti, I. (2020) 'Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim Pada Toko Rumah Jahit Akhwat (Rja) Di Kabupaten Mamuju', *Journal of Economic, Management and Accounting*, 1(1), pp. 49–59.