

**PENERAPAN KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN**

(Studi Kasus pada UMKM Kripik Tempe Rizki Barokah Di Kota Malang)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Disusun oleh :
KHOTIJATUL JENNAH
NIM : 2016120095

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADewi
M A L A N G
2020

RINGKASAN SKRIPSI

Kondisi pemasaran produk akhir-akhir ini sangat dinamis, membuat perusahaan dan para pelaku usaha, UMKM dan produsen lainnya berlomba-lomba untuk mengembangkan dan memajukan produknya, bersaing dengan sangat ketat dan sangat antusias bahkan ada yang memilih menyusun strategi yang sangat baik dalam waktu yang cukup panjang dan sangat teliti agar bisa bersaing dengan produsen lain dan produk yang di tawarkan ke konsumen bisa mendapatkan respon yang baik dan positif dan bisa diterima dengan baik pula serta banyak diminati oleh para konsumen. Pertumbuhan ekonomi pada masa sekarang dan perubahan suatu lingkungan yang sangat cepat, perusahaan atau pelaku usaha harus selalu memantau usahanya dan harus bisa menyesuaikan diri pada perubahan pasar yang berkembang dengan sangat cepat, perubahan tersebut memaksa perusahaan, para pelaku usaha atau bisnis untuk dapat lebih kreatif dan inovatif lagi serta bisa merancang sebuah strategi yang bagus sehingga bisa bersaing dengan perusahaan atau para pelaku bisnis yang lain, berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui bagaimana penerapan kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen pada UMKM Kripik Tempe Rizki Barokah di Kota Malang.

Adapun penelitian ini menggunakan salah satu jenis metode penelitian kuantitatif, data yang dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dan populasi yang diambil pada penelitian ini yaitu semua konsumen di UMKM Kripik Tempe Rizki Barokah Di Kota Malang. Pengambilan sampel pada penelitian yang dilakukan ini menggunakan *Purposive Sampling* dan penganalisisan data menggunakan regresi linier berganda.

Dari hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan 40 responden memperoleh hasil, yang menyatakan bahwa penerapan kualitas pelayanan secara parsial tidak punya pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan nilai hasil t hitung < t tabel dan nilai hasil signifikan > 0,05, Penerapan kualitas produk secara parsial tidak punya pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan nilai hasil t hitung < t tabel dan nilai hasil signifikan > 0,05. Sedangkan harga secara parsial sangat berpengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan nilai hasil t hitung > t tabel dan nilai hasil signifikan < 0,05. Adapun secara simultan, pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen pada UMKM Kripik Tempe Rizki Barokah Di Kota Malang dengan menghasilkan nilai probabilitas signifikan < 0,05 maka secara simultan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga sangat berpengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen pada UMKM Kripik Tempe Rizki Barokah Di Kota Malang.

Kata kunci : kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, loyalitas konsumen

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kondisi pemasaran produk akhir-akhir ini sangat dinamis, membuat perusahaan dan para pelaku usaha, UMKM dan produsen lainnya berlomba-lomba untuk mengembangkan dan memajukan produknya, bersaing dengan sangat ketat dan sangat antusias bahkan ada yang memilih menyusun strategi yang sangat baik dalam waktu yang panjang dan sangat teliti agar bisa bersaing dengan produsen lain dan produk yang ditawarkan ke konsumen bisa mendapat respon yang baik dan positif serta diterima dengan baik pula dan banyak diminati oleh para konsumen. Menurut Peneliti Darwanto (2013:142-149) melakukan pengamatan terhadap pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian di Indonesia, meningkatnya jumlah pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), tentu saja mengakibatkan adanya persaingan pasar yang semakin ketat. Bahkan, persaingan antar pelaku UMKM satu dengan yang lain pada saat ini sudah meningkat. Bisnis dibidang usaha kecil dan menengah (UMKM) juga sudah menunjukkan dan mengikuti perkembangan serta persaingan pasar yang cukup pesat. Hal itu ditandai dengan banyaknya bermacam-macam jenis usaha kecil. Perkembangan dan persaingan tersebut dipengaruhi tidak lain untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari yang juga sangat meningkat.

Dalam dunia usaha pada saat sekarang ini banyak yang mengalami persaingan yang ketat sehingga perusahaan dan para produsen lainnya harus memberikan yang terbaik untuk para konsumennya seperti pelayanan yang baik, kualitas produknya baik dan juga harga yang sangat terjangkau, sehingga dengan hal tersebut perusahaan atau pelaku usaha bisa bersaing dengan baik serta juga bisa meningkatkan laba yang sesuai dengan tujuan perusahaan tersebut. Namun perusahaan juga harus mempunyai suatu keunggulan dalam produknya agar dapat bertahan dalam menghadapi persaingan yang ketat ini dan memanfaatkan teknologi dengan baik. Menurut (Kotler dan Amstrong: 2012) menyatakan bahwa kualitas produk ialah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal tersebut termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Karena pada saat ini perkembangan teknologi akan semakin berkembang pesat dan itu akan memberikan dampak yang baik bagi perusahaan yang bergerak atau yang bergelut dalam bidang industri, reseller penjualan maupun jasa. Jika produsen bergerak di bidang jasa maka ia akan lebih sulit lagi menunjukkan kualitas jasanya, karena pada masa sekarang ini jasa lebih sulit dan lebih ketat lagi saingannya untuk menunjukkan keunggulannya karena jasa itu tidak berwujud, konsumen tidak bisa tau

bagaimana kualitas jasanya hanya dengan melihat saja, namun jika konsumen sudah memakai jasa tersebut maka ia akan tau seberapa bagus dan berkualitasnya jasa yang di pakai tersebut.

Perusahaan jenis apapun itu baik yang bergerak dalam bidang manufaktur ataupun di bidang jasa, tentu harus menyadari kalau kelangsungan hidup perusahaan itu lebih penting daripada sekedar laba yang besar, namun kepuasan konsumen dan loyalitasnya terhadap produk yang diproduksi dan ditawarkan oleh perusahaan juga harus menjadi tujuan utamanya. Maka dari itu perusahaan harus mempunyai keunggulan dalam produknya atau strategi lainnya yang dihasilkan dan bisa memenuhi keinginan serta kepuasan konsumen. Maka dari itu perusahaan harus mempunyai sebuah strategi yang baik serta menawarkan produk-produk yang berkualitas dan harga yang sesuai dengan harapan konsumen. Menurut Peneliti Darwanto (2013:142-149) melakukan pengamatan terhadap pertumbuhan UMKM dalam perekonomian di Indonesia, meningkatnya jumlah pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tentu saja mengakibatkan adanya persaingan persaingan pasar yang semakin ketat. Bahkan, persaingan antar pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) satu dengan yang lain pada saat ini sudah meningkat. Tidak hanya itu saja, perusahaan dan para pelaku bisnis atau usaha juga harus merapkan pelayanan yang baik bagi konsumen dan harus menanamkan kepuasan pada konsumen, sehingga para konsumen akan tertarik dan pada akhirnya akan loyal terhadap produk yang ditawarkan, karena kepuasan para pelanggan atau konsumen adalah yang paling utama yang harus dijadikan tujuan utama perusahaan atau pelaku usaha.

Kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga dominan sangat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Karena sebagian konsumen sebelum membeli mereka akan melihat bagaimana produknya, bagaimana para pelaku bisnis dan perusahaan tersebut menerapkan pelayanannya, dan bagaimana harganya. Hal tersebut akan menjadi sorotan para konsumen yang memperhatikan pelayanan si penjual, jika pelayanan yang diterapkan tidak sesuai dengan harapan para pelanggan atau konsumen dan jika produk yang ditawarkan kualitasnya tidak baik maka hal tersebut akan berpengaruh terhadap penjualan para pelaku bisnis atau perusahaan tersebut. Sebagaimana yang telah dikemukakan oleh pengemuka tentang kualitas pelayanan Prihatminingtiyas (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah bagaimana sikap kesopanan dan kata-kata yang diucapkan serta yang disampaikan oleh penjual kepada konsumen yang membeli produk tersebut. Apabila perusahaan atau pelaku usaha mampu menerapkan hal tersebut maka akan berdampak baik terhadap usaha yang dibangun, namun tidak semua pelaku usaha bisa menerapkan itu masih banyak pelaku usaha yang hanya memikirkan laba saja, tanpa melihat dan menginovasi apakah produk yang dijual sudah

membuat konsumen nyaman dan lain sebagainya. Ada beberapa aspek yang harus benar-benar diperhatikan, selain kualitas pelayanan, kualitas produk ada harga, maka hal yang juga harus diperhatikan adalah kepuasan konsumen, karena hal itu dominan sangat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Pertumbuhan ekonomi pada masa sekarang dan perubahan suatu lingkungan yang sangat cepat, perusahaan atau pelaku usaha harus selalu memantau usahanya dan harus bisa menyesuaikan diri pada perubahan pasar yang berkembang dengan sangat cepat. Perubahan tersebut memaksa perusahaan atau para pelaku bisnis atau usaha untuk bisa lebih kreatif dan inovatif serta bisa merancang sebuah strategi yang bagus sehingga bisa bersaing dengan perusahaan atau para pelaku bisnis lain. Berhasilnya suatu perusahaan atau para pelaku bisnis menurut konsep pemasaran adalah apabila perusahaan tersebut mampu memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen dengan baik, dalam kondisi semacam ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mampu berkompetisi dengan perusahaan sejenisnya. Sejalan dengan hal itu, upaya yang harus dilakukan dalam memasarkan produk adalah dengan melakukan suatu kegiatan bauran pemasaran yang meliputi, menciptakan produk yang diminati konsumen, menentukan harga yang kompetitif, memiliki distribusi yang luas, lokasi yang strategis dan melakukan promosi dengan tujuan agar calon konsumen lebih mengenal produk yang akan atau sudah di tawarkan kepada konsumen.

Hal tersebut juga akan atau sedang dialami oleh UMKM Kripik Tempe Rizki Barokah, maka UMKM tersebut juga harus lebih kreatif dan inovatif karena mengingat pertumbuhan dan perubahan suatu lingkungan pasar yang sangat cepat maka para pesaing juga akan bermunculan dengan adanya banyak pesaing maka semakin sulit bagi perusahaan atau pelaku usaha untuk membangun reputasi usahanya. Maka dari itu perusahaan atau para pelaku usaha dituntut untuk selalu mengawasi dan selalu berinovatif serta menawarkan atau memberikan kualitas pelayanan yang baik, menawarkan kualitas produk yang diminati konsumen dan memberikan harga yang kompetitif terhadap konsumen agar tetap bisa bersaing dengan pelaku usaha atau pelaku bisnis yang lain.

Dari pendahuluan yang sudah dijelaskan yang terkait dengan latar belakang suatu penelitian yang akan dilakukan, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian yang hasilnya akan dituangkan dalam tulisan yang berbentuk skripsi, dengan judul **“Penerapan Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen. (Studi Kasus Pada UMKM Kripik Teme Rizki Barokah di Kota Malang)**

1.2. Rumusan Masalah

Pada latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, pengambilan rumusan masalah ialah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen pada UMKM Kripik Tempe Rizki Barokah?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen pada UMKM Kripik Tempe Rizki Barokah?
3. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen pada UMKM Kripik Tempe Rizki Barokah?
4. Dan apakah kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen pada UMKM Kripik Tempe Rizki Barokah?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari adanya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui penerapan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen pada UMKM Kripik Tempe Rizki Barokah
2. Untuk mengetahui kualitas produk mempunyai berpengaruh yang parsial terhadap loyalitas konsumen pada UMKM Kripik Tempe Rizki Barokah
3. Untuk mengetahui apakah harga mempunyai berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen pada UMKM Kripik Tempe Rizki Barokah
4. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga mempunyai pengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen pada UMKM Kripik Tempe Rizki Barokah.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat adanya penelitian yang dilakukan ini adalah :

1. Bagi peneliti
Manfaat bagi peneliti adalah mendapatkan pengetahuan tentang pentingnya melakukan penerapan kualitas pelayanan, kualitas produk dan juga harga yang baik untuk membangun usaha atau untuk bisa bersaing dengan pelaku usaha lain di dalam dunia usaha atau bisnis upaya meningkatkan loyalitas konsumen.
2. Bagi instansi
Dapat memberikan sumbangsih dan memberikan informasi tentang kualitas pelayanan, kualitas produk yang baik dan harga yang kompetitif untuk dapat dijadikan bahan masukan dalam melakukan sebuah keputusan dalam mengembangkan produknya.

3. Bagi akademisi

Hasil dari penelitian ini sangat diharapkan untuk menjadi sumber informasi tambahan dan pengetahuan dan juga untuk dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amdaryani Benedikta Seri, 2018, *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pia Toulip Malang*. Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang. (Skripsi : 2018)
- Claudia Moray J, Paul Elia Saerang D, Runtu T, 2014, *Penetapan Harga Jual Dengan Cost Plus Pricing Menggunakan Pendekatan Full Costing Pada Ud Gladys Bakery*, Jurnal EMBA Vol.2 No.2 Juni 2014.
- Darwanto. 2013. *Peningkatan Daya Saing Umkm Berbasis Inovasi Dan Kreativitas (Strategi Penguatan Property Right Terhadap Inovasi Dan Kreativitas)*. Vol 20. No 2. 2013 (142-149).
- Edi Tolak, 2017, *Pengaruh Harga dan Kualitas produk terhadap minat beli pada Smartphone buatan Cina (Studi kasus mahasiswa unitri Malang)*. Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang. (Skripsi : 2017)
- Feranita Septiani D, 2018, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Waroeng Jeans Cabang Jalan P. Antasari Kota Samarinda*, Journal Administrasi Bisnis, Volume 6, Nomor 1, 2018 (105-106).
- Fitriyatul Bilgies A, 2016, *Peran Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Billagio Skincare Clinic Sidoarjo*, Jurnal Ekonomi, Vol. 1, No. 1, April 2016. (80-81).
- Guspula Ahmad. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo)*. 2014 (40-54).
- Gunawan Cakti Indra dan Reiza. 2016. *The Strategy Of Human Economic Development : The Effect On Reducing Migrant Worker Of Informal Sector*. Vol 4. No. 1. 2016.
- Harid Hadija, 2018, *Strategi peningkatan kualitas pelayanan jasa dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada UMKM Roti Anik Malang*. Fakultas Ekonomi Universitas Trbhuwana tungadewi Malang. (Skripsi : 2018)
- Ina Rawi Marisa, 2016, *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Pada Produk Kosmetik Pixy*. Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang. (Skripsi : 2016)
- Irawan Deny dan Japariato Edwin, S.E., M.M. 2013. *Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol. 1, No. 2, 2013 (1-8).
- Janita Sembiring I, Suharyono, Kusumawati A, 2014, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Mcdonald's Mt.Haryono Malang)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 15 No. 1 Oktober 2014. (2-4).

- Kotler dan Armstrong, G 2012. *Principles Of Marketing. 14th Edition Pearson International Edition*. Prentice Hall. New Jersey.
- Mahfud Ari, 2018, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Sanger Warung Kopi Aceh Kota Malang*. Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang. (Skripsi : 2018)
- Ordelia Kristanto J, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cafe One Eighteenth Coffee*.
- Prihatminingtyas Budi, Ayu Dewi Novitawati Retno, Imansyah, 2019, *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*, JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Vol. 8 No. 4 2019, (176).
- Praditya Denniswara E, 2016, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Intensi Membeli Ulang Produk My Ideas*, Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 1, Nomor 4, Oktober 2016, (481).
- Puji Lestari N, Hermani A, Drs, DS, M.M, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong)*, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.
- Rafikah, 2019, *Analisis pengaruh kualitas layanan, Kualitas produk dan Harga terhadap keputusan konsumen (Studi Kasus pada restoran Super Geprek Malang)*. Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang. (Skripsi : 2019)
- Setyawati Widya Agustin, Rifa'i Muhammad, Sasmito Cahyo. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan Citra Institusi Terhadap kepuasan Pasien*. Vol 10. No. 2. 2018.
- Soei C N, Sabijono H, Runtu T, 2014, *Penentuan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing Pada Ud. Sinar Sakti*, Jurnal EMBA, Vol.2 No.3 September 2014, (210).
- Sugiyono Prof. Dr, 2015, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Jl. Gegerkalong Hilir No.84 Bandung, Alfabeta CV. (64)
- Suharsono Deni, 2019, *Analisis pengaruh harga, lokasi, dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Studi pada Coffe Sarijan Kota Malang)*. Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang. (Skripsi : 2019)
- Silvia Ransulangi M, Mandey S, Tumbuan W A, 2015, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Rumah Makan Ocean 27 Manado*, Jurnal EMBA, Vol.3 No.3 Sept. 2015, (841).
- Setyaningrum Fitria, dan Wati Nora Jasar, 2019, *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Pada Pelanggan Sarijan*

Coffee Malang), JAMSWAP; Jurnal Akuntansi dan Manajemen, Volume 4, Nomor 4 2019: (17-25).

Steyfli Maramis F, Sepang J L, Supandi Soegoto A, 2018, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado*, Jurnal EMBA, Vol. 6 No.3 Juli 2018. (1659-1661).

Sembiring Inka Janita, Suharyono, Kusumawati Andriani, 2014, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Mcdonald's Mt.Haryono Malang)*. Vol 15. No 1.2014 (1-10).

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012, *Pemasaran Stratetgik*, Yogyakarta, Andi.

Toton, Sukma A, 2012, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Produk Sim Card Flexi Trendy Pada Pt. Telkom Di Kota Bandar Lampung*, Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol.3 No.1 Oktober 2012, (57-58).

Taseng Yanuarius Sefryjons dan Wijayangka Candra, ST., M.M. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Ngopi Doeloe Cabang Burangrang Bandung*. Vol 04. No 1. 2017 (726-734)

Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Managemen Mewujudkan layanan Prima*. Yogyakarta, Andi Offset.

Utama A, 2003, *Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Sakit Umum Cakra Husada Klaten*, OPSI, Vol. 1, No. 2, Desember 2003. (99-100).

Virma Permana M, 2013, *Peningkatan Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan*, *Dinamika Manajemen*, , 4 (2) 2013. (117).

Violita Wijaya C, 2017, *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy*, Program Manajemen Bisnis Vol. 5, No. 1.

Yunita Kusuma , 2018, *Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*. Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. (Skripsi : 2018)

Yasir Moh, 2018, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Transportasi Online (Studi Kasus Mahasiswa Unitri Malang)*. Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang. (Skripsi : 2018)