E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

# Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pembelian Produk Di Outlet Omah Jeruk Tulungagung

**Viana Fatwa Nurya[1], Imam Sukwatus Suja'i[2], Nailariza Umami[3]**
[1]Pendidikan Ekonomi, Universitas Bhinneka PGRI, pianaa539@e-mail.com
[2]Pendidikan Ekonomi, Universitas Bhinneka PGRI,
imam.sujai@stkippgritulungagung.ac.id
[3]Pendidikan Ekonomi, Universitas Bhinneka PGRI, umaminailariza@gmail.com

**Abstrak**

Persaingan usaha minuman yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan guna menciptakan kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian produk di Outlet Omah Jeruk Tulungagung. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Sampel penelitian berjumlah 96 responden yang dipilih dari konsumen Outlet Omah Jeruk Tulungagung. Data dikumpulkan melalui angket dan dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi dengan bantuan SPSS 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk ($X_1$) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), ditunjukkan oleh nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, yaitu 5,380 ≥ 1,660 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Kualitas pelayanan ($X_2$) juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), ditunjukkan oleh nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, yaitu 4,129 ≥ 1,660 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Secara simultan, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ yaitu 96,029 ≥ 3,09 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Nilai koefisien determinasi sebesar 66,7% menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya 33,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, kualitas produk dan kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada Outlet Omah Jeruk Tulungagung.

**Kata Kunci:** *Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan konsumen*

**Abstract**

The increasingly competitive beverage industry requires business owners to improve product quality and service quality in order to create consumer satisfaction. This study aims to determine the influence of product quality and service quality on consumer satisfaction in purchasing products at Omah Jeruk Outlet Tulungagung. This research employed a quantitative approach with an associative research design. The sample consisted of 96 consumers of Omah Jeruk Outlet Tulungagung. Data were collected through questionnaires and analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination with the assistance of SPSS version 27. The results showed that, partially, product quality ($X_1$) had a significant effect on consumer satisfaction (Y), as indicated by

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

the value of $t_{count} \geq t_{table}$, namely 5.380 ≥ 1.660, with a significance value of 0.000 < 0.05. Service quality ($X_2$) also had a significant effect on consumer satisfaction (Y), as indicated by the value of $t_{count} \geq t_{table}$, namely 4.129 ≥ 1.660, with a significance value of 0.000 < 0.05. Simultaneously, product quality and service quality had a significant effect on consumer satisfaction, as indicated by the value of $F_{count} \geq F_{table}$, namely 96.029 ≥ 3.09, with a significance value of 0.000 < 0.05. The coefficient of determination value of 66.7% indicates that consumer satisfaction is influenced by product quality and service quality, while the remaining 33.3% is influenced by other factors outside the scope of this study. Therefore, product quality and service quality are important factors in improving consumer satisfaction at Omah Jeruk Outlet Tulungagung.

**Keywords:** *Product Quality, Service Quality, Consumer Satisfaction.*

**Corresponding Author:**
Viana Fatwa Nurya

Pendidikan Ekonomi, universitas Bhinneka PGRI, pianaa539@gmail.com

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian Indonesia melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta pengembangan inovasi produk. Perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen telah menyebabkan persaingan antar pelaku usaha semakin ketat, termasuk pada sektor usaha minuman. Kondisi tersebut mendorong setiap pelaku usaha untuk tidak hanya menawarkan produk yang berkualitas, tetapi juga memberikan pelayanan yang mampu memenuhi harapan konsumen. Dalam persaingan yang semakin kompetitif, kepuasan konsumen menjadi salah satu faktor penting yang menentukan keberlangsungan suatu usaha karena konsumen yang merasa puas cenderung melakukan pembelian ulang dan memberikan rekomendasi kepada konsumen lain.

Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya kualitas produk dan kualitas pelayanan. Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen melalui karakteristik yang dimiliki, seperti rasa, kesegaran, konsistensi, serta daya tahan produk. Sementara itu, kualitas pelayanan berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang cepat, ramah, tepat, dan sesuai dengan harapan konsumen. Apabila kualitas produk dan kualitas pelayanan mampu memenuhi ekspektasi konsumen, maka akan tercipta kepuasan yang berdampak pada loyalitas pelanggan. Sebaliknya, kualitas produk maupun pelayanan yang kurang baik dapat menimbulkan ketidakpuasan sehingga berpotensi menurunkan minat pembelian ulang.

Salah satu UMKM minuman yang berkembang di Kabupaten Tulungagung adalah Outlet Omah Jeruk. Dalam kurun waktu sekitar dua tahun, usaha ini mampu berkembang hingga memiliki delapan cabang. Perkembangan tersebut menunjukkan adanya respon positif dari masyarakat terhadap produk yang ditawarkan. Omah Jeruk memiliki karakteristik yang membedakannya dari usaha minuman jeruk sejenis, terutama dari aspek kualitas produk. Outlet ini menggunakan jeruk siam Banyuwangi sebagai bahan baku utama yang memiliki kandungan air tinggi, cita rasa manis yang seimbang dengan sedikit rasa asam, serta aroma yang khas. Selain itu, buah jeruk diperas secara langsung pada saat proses pembuatan sehingga kesegaran produk tetap terjaga. Meskipun dalam kondisi ramai, proses pemerasan tetap dilakukan secara langsung tanpa mengurangi kualitas produk. Omah Jeruk

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

juga menggunakan gula alami dengan takaran yang konsisten sehingga menghasilkan tingkat kemanisan yang seimbang dan tetap mempertahankan cita rasa asli jeruk.

Selain mengutamakan kualitas produk, Omah Jeruk juga berupaya meningkatkan kualitas pelayanan melalui pelayanan yang cepat, kemudahan pemesanan secara langsung maupun melalui media digital, layanan antar atau delivery Order (DO), serta keterbukaan terhadap kritik dan saran yang disampaikan konsumen melalui WhatsApp maupun secara langsung. Upaya tersebut dilakukan sebagai bentuk komitmen perusahaan dalam menjaga kepuasan konsumen di tengah persaingan usaha minuman yang semakin ketat.

Meskipun demikian, berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan karyawan Omah Jeruk ditemukan beberapa keluhan konsumen, antara lain rasa jeruk yang dinilai kurang konsisten, pelayanan yang kurang ramah pada waktu tertentu, proses pelayanan yang kurang cekatan, hasil penyegelan kemasan yang kurang rapi, serta keterbatasan variasi menu. Di sisi lain, terdapat pula konsumen yang memberikan penilaian positif terhadap kesegaran produk, kandungan sari jeruk yang lebih banyak, keramahan karyawan, serta kemudahan layanan pesan antar. Fenomena tersebut menunjukkan adanya perbedaan persepsi konsumen terhadap kualitas produk maupun kualitas pelayanan yang diterima sehingga menarik untuk diteliti lebih lanjut.

Hasil penelitian terdahulu juga menunjukkan adanya perbedaan temuan mengenai hubungan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian (Vinola et al., 2025) menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian (Novia et al., 2021) dan (Nugraeni et al., 2025) juga memperoleh hasil yang sejalan bahwa kedua variabel tersebut berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Namun demikian, penelitian (Wahyuningsih & Ernawati, 2021) menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen berada pada kategori lemah. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya research gap yang masih memerlukan pembuktian empiris pada objek penelitian yang berbeda, khususnya pada UMKM minuman jeruk.

Berdasarkan fenomena empiris di Outlet Omah Jeruk serta adanya research gap dari penelitian terdahulu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Outlet Omah Jeruk Kabupaten Tulungagung. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya mengenai kepuasan konsumen pada sektor UMKM, serta menjadi bahan evaluasi bagi pelaku usaha dalam meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan secara berkelanjutan.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif yang bertujuan menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada pembelian produk di Outlet Omah Jeruk Tulungagung. Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian non-eksperimen dengan metode survei, karena peneliti tidak memberikan perlakuan terhadap variabel penelitian, melainkan mengumpulkan data berdasarkan persepsi konsumen melalui penyebaran kuesioner.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian di Outlet Omah Jeruk Tulungagung selama periode penelitian. Berdasarkan data penjualan, terdapat 126 konsumen yang telah melakukan pembelian sebanyak tiga hingga lebih dari lima kali selama periode pengumpulan data. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Yamane dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga diperoleh sebanyak 96 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan nonprobability sampling dengan jenis incidental sampling**,** yaitu pengambilan sampel berdasarkan konsumen yang secara kebetulan

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

melakukan pembelian dan bersedia menjadi responden penelitian sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan.

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi dan penyebaran kuesioner kepada konsumen Outlet Omah Jeruk Tulungagung menggunakan Google Form yang diakses melalui barcode. Data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, dan referensi lain yang berkaitan dengan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen.

Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala Likert lima tingkat, mulai dari skor 1 (sangat tidak setuju) sampai skor 5 (sangat setuju). Variabel kualitas produk diukur melalui indikator kinerja, keandalan, daya tahan, kesesuaian, dan estetika. Variabel kualitas pelayanan diukur berdasarkan dimensi bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Sementara itu, variabel kepuasan konsumen diukur melalui indikator kesesuaian harapan, harga produk, kemudahan mengakses produk, dan minat berkunjung kembali. Sebelum digunakan sebagai alat pengumpulan data, seluruh butir pernyataan telah melalui pengujian validitas menggunakan korelasi Product Moment dan pengujian reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha.

Analisis data dilakukan dengan bantuan IBM SPSS Statistics versi 27. Tahapan analisis meliputi analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Selanjutnya dilakukan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji *t* untuk mengetahui pengaruh secara parsial, uji *F* untuk mengetahui pengaruh secara simultan, serta koefisien determinasi ($R^2$) untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi kepuasan konsumen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Penelitian ini melibatkan 96 responden yang merupakan konsumen Outlet Omah Jeruk Tulungagung. Berdasarkan analisis deskriptif, sebagian besar responden memberikan penilaian bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen berada pada kategori baik. Selanjutnya, untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dilakukan analisis regresi linear berganda yang dilanjutkan dengan uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan koefisien determinasi.

Tabel 1. Hasil Uji t (Parsial)

| **Variabel** | **$t_{hitung}$** | **Sig.** | **Keterangan** |
|---|---|---|---|
| Kualitas Produk ($X_1$) | 5,380 | 0,000 | Berpengaruh signifikan |
| Kualitas Pelayanan ($X_2$) | 4,129 | 0,000 | Berpengaruh signifikan |

Sumber: Data diolah peneliti (2026).

Berdasarkan Tabel 1, variabel kualitas produk memperoleh nilai t hitung sebesar 5,380 dengan tingkat signifikansi 0,000 (<0,05). Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan t hitung sebesar 4,129 dan nilai signifikansi 0,000 (<0,05). Dengan demikian, kedua hipotesis parsial dalam penelitian ini diterima.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Tabel 2. Hasil Uji F (Simultan)

| $F_{hitung}$ | $F_{tabel}$ | Sig. | Keterangan |
|---|---|---|---|
| 96,029 | 3,09 | 0,000 | Berpengaruh signifikan |

Sumber: Data diolah peneliti (2026).

Berdasarkan Tabel 2, diperoleh nilai F hitung sebesar 96,029, lebih besar daripada F tabel sebesar 3,09, dengan tingkat signifikansi 0,000 (<0,05). Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Outlet Omah Jeruk Tulungagung. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen secara bersama-sama mampu menjelaskan perubahan pada variabel kepuasan konsumen.

Tabel 3. Hasil Koefisien Determinasi

| R | R Square | Adjusted R Square |
|---|---|---|
| 0,821 | 0,674 | 0,667 |

Sumber: Data diolah peneliti (**2026**).

Berdasarkan Tabel 3, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,667 atau 66,7%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan variasi kepuasan konsumen sebesar 66,7%, sedangkan sisanya sebesar 33,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian, seperti harga, promosi, lokasi, citra merek, maupun faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## Pembahasan

### Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t hitung sebesar 5,380 dan signifikansi 0,000 (<0,05). Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas produk akan meningkatkan kepuasan konsumen. Produk yang memiliki kualitas baik, baik dari segi rasa, kesegaran, maupun tampilan, mampu memenuhi harapan konsumen sehingga memberikan pengalaman pembelian yang memuaskan.

Temuan tersebut sejalan dengan teori Harjadi dan Arraniri yang menyatakan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Penelitian ini juga konsisten dengan penelitian (Gita Cahyani, 2016), (Alfina & Hastuti, 2018), serta (Nugraeni et al., 2025) yang menyimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

### Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki nilai t hitung sebesar 4,129 dengan signifikansi 0,000 (<0,05). Hasil tersebut membuktikan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pelayanan yang cepat, ramah, responsif, dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen menjadi faktor yang meningkatkan kepuasan pelanggan setelah melakukan pembelian.

Hasil penelitian ini memperkuat teori (Teddy et al., 2020) dan (Setyawati, 2023) yang menyatakan bahwa pelayanan berkualitas akan menciptakan kepuasan pelanggan. Temuan ini juga mendukung penelitian (Febriyanti et al., 2025) dan (Mariansyah et al., 2020) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

**Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan F hitung sebesar 96,029 dan nilai signifikansi 0,000 (<0,05). Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 66,7% menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki kemampuan yang kuat dalam menjelaskan variasi kepuasan konsumen. Dengan demikian, peningkatan kualitas produk yang diikuti dengan pelayanan yang semakin baik akan meningkatkan kepuasan konsumen secara lebih optimal.

Hasil penelitian ini memperkuat teori yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kombinasi kualitas produk dan kualitas pelayanan. Produk yang mampu memenuhi harapan konsumen akan memberikan manfaat fungsional, sedangkan pelayanan yang berkualitas menciptakan pengalaman positif selama proses pembelian. Kombinasi kedua faktor tersebut menjadi dasar terbentuknya kepuasan konsumen secara menyeluruh. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian (Vinola et al., 2025), (Putri, 2021) serta (Nurdin & Prasetyo, 2025) yang menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## SIMPULAN

Penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Outlet Omah Jeruk Tulungagung. Secara parsial, kualitas produk memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, yang menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang ditawarkan, seperti penggunaan jeruk siam Banyuwangi yang diperas secara langsung, kesegaran produk yang terjaga, serta cita rasa yang konsisten, maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, yang mengindikasikan bahwa pelayanan yang cepat, ramah, responsif, dan sesuai dengan harapan konsumen mampu meningkatkan pengalaman pembelian.

Secara simultan, kualitas produk dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki hubungan positif dengan kepuasan konsumen, sedangkan hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan 66,7% variasi kepuasan konsumen. Sementara itu, 33,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas produk dan kualitas pelayanan secara berkelanjutan merupakan strategi yang penting bagi Outlet Omah Jeruk Tulungagung dalam meningkatkan kepuasan konsumen serta mempertahankan daya saing usaha di tengah persaingan bisnis minuman yang semakin kompetitif.

## DAFTAR PUSTAKA

Alfina, & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *JURNAL SAMUDRA EKONOMI DAN BISNIS*, *9*(1), 21–30.

Febriyanti, M. D., Arief, Y., & Ediyanto. (2025). Pengaruh Harga, Variasi Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Es Teh Poci Di Prajekan, Bondowoso. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME), 4*(2), 393–412.

Gita Cahyani, F. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kulaitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *5*(2007), 1–19.

Mariansyah, A., Darma, U. B., Syarif, A., & Darma, U. B. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan , dan Harga*. *3*(2), 134–146.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Novia, M. A., Semmaila, B., & Imaduddin. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan. *Jurnal Dimensi*, *10*(1), 178–196. https://doi.org/10.33373/dms.v10i1.2986

Nugraeni, B. L., Indika, N. F. P., & Dewi, E. (2025). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN ES JERUK PERAS KRISNA DI KABUPATEN TULUNGAGUNG. *Journal of Agribusiness and Agro- Socioeconomics*, *1*(1).

Nurdin, M., & Prasetyo, A. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Kenangan Grand Batam Mall. *YUME : Journal of Management*, *8*(2), 1055–1065.

Putri, N. D. P. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. *15*(1), 30–47.

Setyawati, R. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, *1*(1), 57–63.

Teddy, C., Stefani, C., & Layla, H. (2020). *SERVICE QUALITY, CONSUMER SATISFACTION, DAN CONSUMER LOYALTY: TINJAUAN TEORITIS*. CV IRDH.

Vinola, Sanjaya, I. W. K., & Suwintari, I. G. A. E. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen The Effect of Product Quality and Service on Consumer Satisfaction. *Jurnal Pariwisata Dan Bisnis)*, *04*(3), 2134–2144. https://doi.org/10.22334/paris.v4i3.

Wahyuningsih, N., & Ernawati, S. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Es Teh Indonesia Cabang Jl. Delima. *Journal Scientific of Mandalika (JSM)*, *2*(5), 2745–5955.