



Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran  
<http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp>  
 Volume 7 Nomor 3, 2024  
 P-2655-710X e-ISSN 2655-6022

Submitted : 29/06/2024  
 Reviewed : 09/07/2024  
 Accepted : 21/07/2024  
 Published : 29/07/2024

Ayis Iswandi<sup>1</sup>  
 Chatarina Yunita  
 Tarigan<sup>2</sup>

## PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI DON BAKESHOP

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Don Bakeshop, data yang dikumpulkan adalah data primer yang diperoleh melalui survei dengan menggunakan kuesioner dan kemudian di olah menggunakan spss versi 20. Populasi penelitian yaitu seluruh konsumen yang berkunjung ke Don Bakeshop. Dengan sampel sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan technic purposive sampling. Analisis dalam penelitian ini mencakup uji regresi linier berganda. Metode yang digunakan untuk menganalisis data mencakup uji asumsi klasik seperti uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas dan uji linearitas. Selain itu hipotesis data juga diuji menggunakan uji f dan uji t. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas produk dan persepsi harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

### Abstract

The purpose of this research is to analyze the impact of product quality, price perception and service quality in the face of customer satisfaction at Don Bakeishop, the data collected is primary data that is analyzed through surveys using cookies and products in the process using SPSS veirsi 20. The population of the study is all consumers who visit Don Bakeishop. A total of 100 reispondein were selected using teichnic purposivei sampling. The analysis in this study is similar to the linear reigreisi beirganda test. The Meitodei used for data analysis includes classical assumption tests such as normality test, heiteiroskeidasticity test, multicholinearity test and linearity test. In addition, the data hypothesis was also tested using the f test and the t test. The results of this study conclude that product quality and price perception are significantly affected by customer satisfaction, while the variation in service quality does not have a significant impact on customer satisfaction.

**Keywords:** Product Quality, Price Perception, Service Quality, Customer Satisfaction

### PENDAHULUAN

Dengan tumbuhnya persaingan bisnis antar perusahaan bakery semakin ketat maka setiap perusahaan dituntut memperkuat daya saing agar memberikan kepuasan yang terbaik kepada seluruh pelanggan. Dengan banyaknya jumlah perusahaan bakery di Jakarta konsumen dapat memiliki banyak opsi untuk memilih perusahaan bakery yang akan mereka pilih. Konsumen juga akan memilih perusahaan bakery yang akan mereka nilai mampu memberikan kepuasan yang terbaik bagi mereka.

Don Bakeshop ingin berorientasi kepada kepuasan pelanggan agar mampu bersaing dengan perusahaan bakery lainnya. Pelanggan juga akan merasakan kepuasan jika terdapat kesamaan antara harapan dan kenyataan pelayanan yang didapat.

Kepuasan pelanggan bagian penting untuk mengevaluasi kualitas pelayanan dengan cara menguji sejauh mana sikap pelanggan sesudah menerima kualitas dan pelayanan. Menurut

<sup>1,2)</sup> Universitas Asa Indonesia  
 email: [iswandiayis@gmail.com](mailto:iswandiayis@gmail.com)<sup>1</sup>

Fatihudin (2019) kepuasan pelanggan adalah tolak ukur harapan terhadap persepsi pengalaman. Menurut Indrasari (2019) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya.

Ada salah satu faktor yang mendukung kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk. Menurut Kotler (2009) kualitas produk adalah cara strategis utama yang dilakukan pelaku usaha untuk menempatkan produk atau merek di benak konsumen. Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan Nainggolan (2022) kualitas produk secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Salah satu faktor lain yang mendukung kepuasan pelanggan yaitu persepsi harga. Menurut Schiffman (2018) persepsi harga adalah bagaimana harga yang dikenakan pada suatu produk, apakah tinggi, rendah, atau dianggap wajar, memiliki dampak signifikan terhadap niat pembelian dan tingkat kepuasan konsumen. Menurut penelitian terdahulu menyatakan persepsi harga secara signifikan berpengaruh kepada kepuasan pelanggan (Runtunuwu, 2014).

Dan ada juga faktor yang harus diperhatikan oleh industri kuliner diantaranya kualitas pelayanan untuk mendapat nilai tambah. Menurut Mudiarni (2016) kualitas pelayanan adalah citra produk tanggung jawab suatu perusahaan akan nama baik jasa dan tanggung jawab perusahaan kepada konsumen atas kesepakatan yang telah disepakati. Menurut penelitian terdahulu kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara signifikan (Fiazisyah, 2018).

Oleh karena itu kepuasan pelanggan di Don Bakeshop bakery mempengaruhi beberapa faktor. Seperti kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan. Dalam mempertahankan kepuasan pelanggan harus memperhatikan dan memperkuat faktor-faktor tersebut guna meningkatkan daya tarik dan memenuhi harapan konsumen.

## METODE

Menurut Sugiyono (2015) metodologi penelitian adalah cara ilmiah guna mengumpulkan data dengan maksud tertentu. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan melakukan survey dengan cara penyebaran angket para customer yang berbelanja di toko Don Bakeshop bakery.

Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* yaitu metode pengambilan sampel dalam penelitian dimana peneliti memilih peserta atau unit sampel berdasarkan tujuan tertentu yang relevan dengan topik penelitian. Jumlah sampelnya 100 responden yang dimana sudah berkunjung ke Don Bakeshop lebih dari 2 kali.

### Populasi dan sampel

Populasi adalah bahan atau tujuan yang mempunyai kemampuan dan karakteristik yang telah dipilih oleh peneliti guna tujuan penelitian, dengan niat untuk kemudian membuat kesimpulan. (Sugiyono, 2014)

Sampel merupakan sejumlah kumpulan dari populasi yang memiliki karakteristik serupa. Ketika populasi sangat besar, peneliti memilih sebagian kecil dari populasi tersebut karena keterbatasan, sehingga tidak memungkinkan untuk mengamati keseluruhan populasi. (Sugiyono, 2014)

### Teknik Pengambilan data

Untuk mengetahui hasil tersebut responden diberi angka 1:5 dengan pernyataan : 1) sangat tidak setuju 2) tidak setuju 3) netral 4) setuju 5) sangat setuju. Kuisisioner yang akan diuji adalah validitas dan reliabilitas. Jika nilai signifikan dan correlation pearson  $> 0,50$  maka data ada hubungan signifikan. Tetapi jika nilai signifikan correlation pearson  $< 0,50$  maka data ada hubungannya yang signifikan. Pada penelitian ini penulis melakukan metode penelitian kuantitatif dengan melakukan survei melalui penyebaran angket ke media sosial dan menghubungkan kepada para pelanggan yang berkunjung ke Don Bakeshop.

### Teknik Analisis Data

Menggunakan metode linier berganda dengan uji asumsi klasik untuk syarat pengolahan data yang menggunakan SPSS 20 guna menganalisa dan mengetahui hasil data tersebut. Untuk memperoleh model regresi linier berganda yang baik, penelitian ini melakukan uji asumsi klasik meliputi beberapa uji, yakni uji normalitas yang bertujuan memverifikasi distribusi normal data. Uji multikolinieritas digunakan untuk menjamin tidak ada korelasi antar variabel

bebas. Uji heterokedastisitas dilakukan agar tidak terjadi ketidakmerataan penyebaran data, ditandai dengan pola titik data yang tidak beraturan disekitar nilai 0 pada sumbu Y. Lalu ada uji linieritas untuk memastikan variable bebas memiliki hubungan linier dengan variable terikat.

Untuk melakukan pengujian hipotesis dalam penelitian peneliti menggunakan uji F (uji simultan) guna mengetahui hasil uji secara bersama-sama. Lalu ada uji T (uji partial) untuk mengetahui hasil secara sendiri-sendiri. Olah data penelitian ini dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 20.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Penulis memberikan deskripsi dan responden sebagai berikut :**

### Deskripsi responden

Tabel 1. berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase %
Laki – Laki	52	52
Perempuan	48	48
Total	100	100

Berdasarkan tabel ini jumlah responden menurut jenis kelamin terbanyak yang mengunjungi Don Bakeshop adalah laki-laki sebanyak 52 orang dengan persentase 52%.

Tabel 2. berdasarkan usia

Usia	Jumlah	Persentase (%)
15-20	33	33
26-35	42	42
36-45	17	17
>45	8	8
Total	100	100

Dari tabel diatas menunjukan responden terbanyak yang mengunjungi Don Bakeshop berdasarkan usia yaitu 26-35 tahun sebanyak 42 orang dengan persentase 42%.

Tabel 3. berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	21	21
Karyawan swasta	40	40
PNS	3	3
Wiraswasta	22	22
Lainnya	14	14
Total	100	100

Dengan tabel ini menunjukan jumlah responden terbanyak berdasarkan pekerjaan yang berkunjung ke Don Bakeshop adalah karyawan swasta dengan jumlah 40 orang dengan persentase 40%.

### Uji Validitas

Table 4. Uji Validitas

Variable	Pernyataan Yang Disebar	Tidak Valid	Valid
kualitas produk	7	-	7
persepsi harga	5	-	5
kualitas pelayanan	5	-	5
kepuasan pelanggan	4	-	4

*Sumber SPSS 20*

Dari tabel diatas, dari 20 pernyataan yang disebar kepada 20 responden hasilnya dianggap valid karena setiap pernyataan nilai signifikansinya kurang dari 0,05.

### Uji Reliabilitas

Table 5. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	kesimpulan
kualitas produk	0,884	Reliabel
persepsi harga	0,820	Reliabel
kualitas produk	0,872	Reliabel
kepuasan pelanggan	0,925	Reliabel

Sumber SPSS 20

Dari tabel tersebut, terdapat analisis data yang dilakukan terhadap 20 responden pada variabel kualitas produk (X1), persepsi harga (X2), kualitas pelayanan (X3) dan kepuasan pelanggan (X3). Kesimpulannya adalah uji yang dilakukan pada tabel menunjukkan koefisien cronbach alpha memiliki nilai diatas 0,6. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua variabel dianggap Reliabel.

### Uji Normalitas Data

Tabel 6. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	18,2900000
	Std. Deviation	,79468253
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.043
	Negative	-.102
Kolmogorov-Smirnov Z		1.018
Asymp. Sig. (2-tailed)		.252

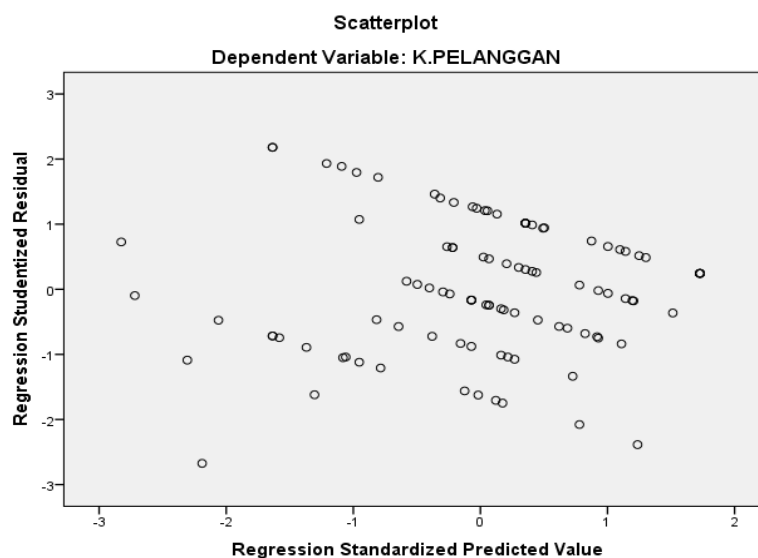
a. Test Distribution is Normal

b. Calculated from data

Dalam menggunakan kolmogorov smirnov, residual normal jika nilainya  $>0,05$ . Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai sig yaitu 2,52 bisa disimpulkan nilai residual berdistribusi normal.

### Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7. Uji Heteroskedastisitas



Dari analisis hesteroskedastisitas diatas disimpulkan hasil uji menunjukan tidaak adanya pola yang jelas atau titik-titik tersebar pada gambar. Titik diatas dan dibawah nilai 0 pada sumbu Y menunjukan data tidak mengalami hesteroskedastisitas.

#### Uji Multikolinearitas

Tabel 8. uji multikolinearitas

Coefficients			
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Produk	0.659	1.518
	Persepsi Harga	0.724	1.381
	Kualitas Pelayanan	0.804	1.244

Sumber SPSS 2020

Berdasarkan tabel no.6 menunjukan uji multikolinearitas di lihat dari VIF dan tolerance sehingga kesimpulannya nilai VIF variabel kualitas produk (1.518), variabel persepsi harga (1.281) dan variabel kualitas pelayanan(1.244) nilai VIF <10. Dan nilai tolerance variabel kualitas produk (0.659), variabel persepsi harga (0,724) dan variabel kualitas pelayanan (0.804) Nilai tolerance >0,1 dengan demikian kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan tidak ditemukan masalah multikolinearitas.

#### Uji Liniearitas

Table 9. Uji Liniearitas

ANOVA						
Tabel						
	metode	Sum Squares	Of df	Mean Square	F	Sig
Kualitas produk	Linearity	36.319	1	36.319	17.594	0.000
Persepsi Harga	linearity	56.563	1	56.563	29.658	0.000
Kualitas Pelayanan	linearity	13.866	1	13.866	5.632	0.000

Sumber SPSS 2020

Berdasarkan tabel tersebut, nilai signifikansi untuk hubungan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan dan persepsi harga dengan kepuasan pelanggan serta kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan adalah lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara semua variabel independen dengan variabel terikat bersifat linier.

#### Analisis Regresi Linear Berganda

Table 10. Analisi Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
Model		B	Std. Error	Beta
	(Constant)	8,734	2.366	
	Kualitas Produk	-,158	.072	-,238

1	Persepsi Harga	.491	.093	.542
	Kualitas Pelayanan	.156	.094	.163

Sumber SPSS 2020

Dari tabel berikut banyak regresi menggunakan variabel independent. Regresi linier berganda menggunakan beberapa variabel independent. SPSS 20 menunjukkan bagaimana kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Dari tabel tersebut dapat dilihat jika model regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini yaitu : Kepuasan pelanggan =  $8,734 + 0.158 \text{ kualitas produk} + 0.491 \text{ persepsi harga} + 0.156 \text{ kualitas pelayanan}$ . Dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = 8,734 + 0,158 (X1) + 0,491 (X2) + 0,156 (X3)$$

Uji F

Table 11. Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	67,996	3	22,665	11,661	.000 <sup>b</sup>
	Residual	186,594	96	1,944		
	Total	254,590	99			
					Adjusted R Square	
		Kepuasan pelanggan			0,222	

Sumber: SPSS 2020

Dari tabel diatas, nilai signifikansi adalah 0,000 lebih kecil dari 0,005, maka H0 ditolak H1 diterima dengan demikian dapat disimpulkan kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Dn Bakeshop. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat bahwa nilai adjusted R square sebesar 0,222 atau 22,2%. Hal ini menunjukkan jika persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependent sebesar 22,2% atau variasi variabel bebas yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel terikat sebesar 22,2%. Sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

UJI T

Table 12. Uji T

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		T	Sig.
1	(Constant)	3,692	.000
	Kualitas Produk	-2,207	.030
	Persepsi Harga	5,276	.000
	Kualitas Pelayanan	1,668	.099

Sumber SPSS 2020

Dari tabel diatas menunjukkan jika variabel kualitas produk memiliki nilai sig 0.030 < 0.05, H1 diterima. Dengan ini bisa disimpulkan jika kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa hasil variabel persepsi harga memiliki nilai sig 0.000 < 0.05 H2 diterima. Demikian dapat disimpulkan jika persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari tabel diatas menunjukan jika hasil varibel kualitas pelayanan memiliki nilai sig  $0.099 > 0.05$ ,  $H_3$  ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini menginvestigasi bagaimana kepuasan pelanggan berperan sebagai perantara melalui media dalam menghubungkan kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini dapat menambah kontribusi pengetahuan.

Hipotesis pertama kualitas produk di Don Bakeshop memiliki pengaruh terhadap Kepuasan pelanggan. berdasarkan hasil uji t untuk variabel kualitas produk memiliki nilai  $0.030 > 0.05$ , yang dimana artinya diterima karena memiliki kualitas produk yang fresh serta aman untuk dikonsumsi. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa konsumen cenderung memilih produk dengan kualitas terjamin untuk memenuhi kebutuhan. Menurut Kotler (2009) kualitas produk adalah cara strategis utama yang dilakukan pelaku usaha untuk menempatkan produk atau merek di benak konsumen. Penelitian ini didukung oleh peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh Nainggolan (2022) kualitas produk secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis kedua persepsi harga di Don Bakeshop memiliki pengaruh terhadap Kepuasan pelanggan. berdasarkan hasil uji t untuk variabel persepsi harga memiliki nilai  $0.000 > 0.05$ , yang dimana artinya diterima karena Don Bakeshop memberikan harga yang terjangkau. Dan dapat disimpulkan bahwa persepsi harga dapat meningkatkan minat konsumen terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Olson (2014) persepsi harga adalah sebagaimana cara informasi tentang harga tersebut mampu dimengerti oleh konsumen. Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu menyatakan persepsi harga secara signifikan berpengaruh kepada kepuasan pelanggan (Runtunuwu1, 2014).

Hipotesis ketiga kualitas pelayanan di Don Bakeshop tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dikarenakan berdasarkan hasil uji t variabel kualitas pelayanan memiliki nilai  $0.099 > 0.05$  dengan demikian hipotesis ketiga ditolak. Hal ini bisa disebabkan karena faktor-faktor lain yang lebih dominan, seperti kualitas produk dan persepsi harga. Selain itu jumlah karyawan yang minim membuat keluhan pelanggan dikarenakan tidak dapat memberikan pelayanan yang maksimal ketika ada banyak konsumen yang berbelanja. Menurut Mudiarni (2016) kualitas pelayanan adalah citra produk tanggung jawab suatu perusahaan akan nama baik jasa dan tanggung jawab perusahaan kepada konsumen atas kesepakatan yang telah disepakati. Penelitian ini didukung oleh peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh Budiarno et al (2022) menunjukan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

## SIMPULAN

Hasil penelitian ini berdasarkan hasil yang telah saya uji adalah : 1. kualitas produk (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), 2. Persepsi harga (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dan 3. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) dan 4. kepuasan pelanggan (Y) dipengaruhi oleh kualitas produk (X1) dan Persepsi harga (X2).

Hasil ini menunjukan bahwa kualitas produk dan persepsi harga berperan penting untuk berbelanja di Don Bakeshop jika ini terpenuhi maka pelanggan akan datang Kembali berbelanja. Toko seharusnya memperhatikan kebutuhan pelanggan dan masukan serta kritikan dari pelanggan terkait kualitas pelayanan guna untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik untuk kedepannya. dari hasil penelitian ini pihak perusahaan seharusnya dapat meningkatkan kualitas pelayanan dengan baik. Dengan ini penelitian dapat dilakukan untuk mengeksplorasi variabel lain yang juga berpotensi mempengaruhi kepuasan pelanggan promosi, citra merk dan faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2018). *manajemen pemasaran & pemasaran jasa* (Alfabeta (ed.); 13th ed., p. 396). alfabeta.
- Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan.

- Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 226–233.  
<https://doi.org/10.25134/equi.v19i02.4531>
- Daga, R. (2017). *Buku 1, Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (Issue May 2017, pp. 1–285).
- didin fatihudin, anang firmansyah. (2019). *pemasaran jasa* (1st ed.). deepublish.
- Fiazisyah, A. F. (2018). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RESTORAN CEPAT SAJI KFC BASUKI RAHMAT SURABAYA*. 168–187.
- Indrasari, M. (2019). *pemasaran dan kepuasan pelanggan*.
- Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran (Kotler, Keller)* (p. 143).
- Laksana, F. (2008). *manajemen pemasaran* (1st ed.). graha ilmu.
- Maramis, F. S. (2018). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. AIR MANADO*.
- Marsum. (2005). *restoran dan segala permasalahannya*.
- Mudiarni, ni wayan. (2016). *analisis kualitas layanan diklat ( i wayan Jondra (ed.)).* lpmp bali.
- Olson, paul petter & jerry c. (2014). perilaku konsumen dan strategi pemasaran. In *Manajem Pemasaran*.
- Pon, B., & Iman. (2017). *manajemen pemasaran*.
- rambat lupiyoadi. (2013). *produk.pdf*.
- Runtunuwu1, J. G. (2014). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA CAFE DAN RESTO CABANA MANADO*.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2018). *persepsi harga* (p. Schiffman, & Kanuk. (2018). Persepsi Harga (Schiff).
- Sugiyono. (2014). *metode penelitian kuantitatif kualitatif*.
- Sugiyono. (2015). *metode penelitian manajemen* (Setiyawami (ed.)). alfabeta.
- Suri, H., & Nainggolan, B. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan di Pippo Italian Senayan Restaurant. *Jurnal Ilimiah Core IT*, 8(1), 43–52.