

ANALISIS HUBUNGAN KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN STUDI KASUS PADA KONSUMEN ALFABIAH COOKIEES)

Arnida*¹ Tamrin Meda², Sabridah³

^{1,2,3}Universitas Handayani

e-mail: *arnidaanggriani@gmail.com, tamrin.samata@gmail.com, Sabridah2@gmail.com

Received: 04 April

Revised: 29 Juli

Accepted: 26 Agustus 2023

Abstrak

Bisnis Cookies atau kue kering merupakan bisnis trend yang akhir akhir ini peminatnya cukup banyak dikalangan masyarakat hal ini jelas terlihat banyaknya penawaran masyarakat mengkonsumsi cookies bukan hanya ketika hari raya atau ketika saat acara tertentu. Namun, seiring berjalannya waktu, cookies menjadi camilan sehari-hari. Hal ini membuat permintaan cookies di masyarakat menjadi tinggi. Pada penelitian bertujuan untuk mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko alfabiah cookies penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengukur pengaruh unsur-unsur tersebut. sehingga berdasarkan analisis, dapat disimpulkan bahwa secara bersamaan terdapat pengaruh variabel kualitas produk (X1), Kualitas pelayanan (X2), harga (X3), dan promosi (X4). Mempengaruhi kepuasan Konsumen (Y), Dimana hasilnya menunjukkan dampak paling signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk kue toko alfabiah cookies.

Kata kunci: Kualitas produk, Kualitas pelayanan, harga, promosi, kepuasan pelanggan

Abstract

The Cookies or pastries business is a trending business which lately has had quite a lot of interest among the public. It is clear that there are many offers for the public to consume cookies, not only during holidays or during certain events. However, over time, cookies became a daily snack. This makes the demand for cookies in the community to be high. The research aims to determine the variables that influence customer satisfaction. This research was conducted to determine whether product quality, service quality, price and promotion affect customer satisfaction at Alfabiah Cookies Store. This research uses multiple linear regression analysis to measure the influence of these elements. so based on the analysis, it can be concluded that simultaneously there is an influence of product quality variables (X1), service quality (X2), price (X3), and promotion (X4). Affect customer satisfaction (Y), where the results show the most significant impact on customer satisfaction of alfabiah cookies shop cake products.

Keywords: Product quality, service quality, price, promotion, customer satisfaction

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan waktu cookies atau dikenal dengan kue kering menjadi usaha rumahan yang mengambil andil tertinggi dalam pasar wirausaha mandiri, salah satunya adalah usaha Alfabiah cookies adalah bisnis rumahan yang mengolah dan memasarkan kue kering alhasil cukup banyak peminatnya dimasyarakat. Kue kering ini yang biasanya tingkat penjualannya tinggi pada hari raya dan pada acara tertentu saat ini menjadi suatu cemilan yang setiap saat diminati. Tentunya dalam pasaran kue kering ini banyak varian rasa dan varian harga yang mempengaruhi tingkat minat dan kepuasan para konsumen.

Perkembangan usaha cookies yang semakin meningkat menjadi usaha yang penuh persaingan disetiap pelaku usaha cookies, perhatian atas kualitas bahan kue, harga, kualitas pelayanan dan promosi menjadi perhatian untuk itu diperlukan riset dan pengembangan untuk meningkatkan kepuasan pada pelanggan sehingga loyalitas konsumen pada produk cookies bisa dipertahankan

Teori perilaku konsumen menyebutkan bahwa yang mempengaruhi keputusan seorang konsumen untuk memutuskan membeli produk antara lain adalah kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, serta bentuk promosi. Dari beberapa variable inilah yang membuat toko Cookies alfabia melakukan penelitian terkait kepuasan konsumen.

Kualitas produk merupakan faktor dasar yang mempengaruhi konsumen dalam memilih berbagai jenis produk dan jasa yang berkembang pesat pada saat ini. Kualitas produk mempunyai hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan karena kualitas dari suatu produk mempunyai nilai dari kemampuan produk itu sendiri untuk menciptakan kepuasan pelanggan. (Ransulangi et al., 2015). Dalam kasus toko Alfabia cookies kualitas produk dipengaruhi dari kualitas bahan kue yang berhubungan dengan cita rasa sehingga semakin bagus cita rasa kue yg ditawarkan maka berpengaruh kepuasan pelanggan

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Cara untuk mempertahankan konsumen adalah memberikan jasa dengan kualitas pelayanan yang lebih tinggi dari pesaing secara konsisten dan memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen. Sebaliknya kualitas pelayanan yang buruk akan menurunkan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. (Gulla et al., 2015).

Untuk Pelayanan yang terjadi pada Toko alfabia cookies sendiri dari waktu ke waktu masih perlu ditingkatkan hal ini karena masih kurangnya karyawan pada toko tersebut beberapa keluhan konsumen yang terjadi yakni kurangnya service kepada konsumen seperti penawaran rasa baru jika ada varian baru yang dibuat, pesanan kue yang kurang lambat, jumlah kue yang diproduksi dalam satu hari biasanya kurang sehingga membuat konsumen harus menunggu hari esok untuk varian kue tertentu. Karena kurang maksimalnya kualitas pelayanan yang terjadi maka kualitas pelayanan dari toko alfabia cookies harus ditingkatkan agar bisa bersaing dan konsumen merasa puas sehingga akan meningkat pula penjualannya.

Kesesuaian harga dengan manfaat Aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen atau penjual yang sesuai dengan manfaat yang dapat di peroleh konsumen dari produk yang dibeli. (Stanton dalam Ofela dan Agustin 2016:4). Pada toko Alfabia cookies yang terletak didaerah Kab Gowa tepatnya di jalan Pelita Taborong sungguminasa memproduksi bervariasi rasa dan harga kue yang mengkondisikan dengan kebutuhan pasar yang melihat peminat cita rasa yang betul betul diminati =. untuk kualitas produk kue berhubungan dengan Cita rasa kue semakin bagus kualitas bahan kue maka harga juga semakin mahal, rasa kue yang sifatnya recommended salah satu faktor kepuasan konsumen untuk Kembali membeli kue

Berikut adalah beberapa jenis varian kue dan harga yang dijual pada toko alfabia cookies:

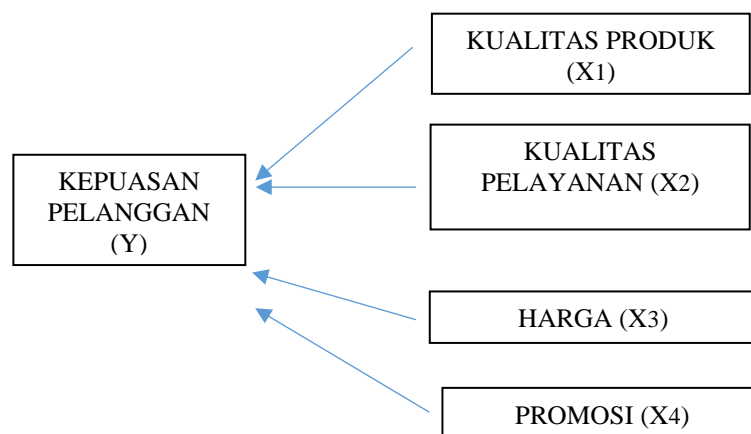
Tabel 1
Varian Cookies dan Harga Kue “Alfabiah Cookies”

NO	Nama Cookies	Harga	
1	Kastangel Clasic	Rp.	85,000
2	Kestangel Premium	Rp.	110,000
3	Nastar oroginal	Rp.	80,000
4	Nastar Premium	Rp.	100,000
5	Nutbal Premium	Rp.	130,000
6	Sultana Basic	Rp.	85,000
7	Coco Mete	Rp.	85,000
8	Coco Stick	Rp.	85,000
9	Almond coco	Rp.	85,000
10	Salju Milo	Rp.	85,000
11	Putri salju	Rp.	85,000
12	Choco Chips	Rp.	85,000
13	choco Cheese	Rp.	85,000
14	Corn Flake	Rp.	85,000

Sumber : Toko Alfabiah Cookiees

Promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang penting bagi perusahaan dalam mempertahankan kontinuitas serta meningkatkan kualitas penjualan, dan untuk meningkatkan kegiatan pemasaran terhadap barang atau jasa dari suatu perusahaan. Promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara efektif dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. (Gulla et al., 2015). Indikator promosi menurut Kotler dan Armstrong (2012:432) yaitu: Advertising (periklanan), Sales promotion (promosi penjualan), Personal selling (penjualan perseorangan), Public relations (hubungan masyarakat), Direct marketing (penjualan langsung), hal tersebut merupakan indikator penting dalam promosi. Pada toko alfabiah cookies ini sifat promosinya menggunakan media social, mulut kemulut, dan promosi antar keluarga, hal terpenting dari promosi yakni menyesuaikan hal hal yang disampaikan ke publik tentang rasa, kualitas produk, ketersediaan produk sehingga kepuasan pelanggan bisa tercipta dan tingkat penjualan juga bisa meningkat.

Dari beberapa permasalahan diatas maka hipotesis yang bisa dimunculkan sbb:



Gambar 1 Hipotesis Penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menganalisis tentang hubungan antara kualitas Produk (X1) dengan kepuasan Pelanggan(Y), hubungan antara kualitas pelayanan (X2) dengan kepuasan pelanggan (Y), hubungan antara harga (X3) dengan kepuasan pelanggan (Y), hubungan antara promosi (X4) dengan kepuasan pelanggan(Y).

Dilihat berdasarkan permasalahan yaitu bagaimana pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan, maka metode penelitian dirancang dengan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.

Metode Penelitian *Kuantitatif* yaitu penelitian yang datanya diproses menggunakan angka-angka. "Penelitian kuantitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu".(Sugiyono,2013:13). Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah setiap orang yang pernah membeli dan mengkonsumsi produk kue ditoko alfabiah cookies. Adapun populasi ditentukan dengan kriteria mengetahui adanya berbagai macam jenis bentuk dan rasa kue di toko alfabiah cookies, mereka yang pernah membeli dan mengkonsumsi kue dialfahiah cookies selama 5 bulan terakhir. Sugiyono dalam Sudaryono (2017:167) menyatakan bahwa sampel sebagai bagian elemen dari populasi. Sampel dalam penelitian ini sebesar 120 responden, yang dianggap sudah dapat mewakili pelanggan atau konsumen.

Metode analisis data yang digunakan berupa analisa kuantitatif dengan menggunakan *Statistical Product for Service Solution* (SPSS) versi 24.0 dimana membantu dalam mengolah data yang sebelumnya berbentuk tabulasi sederhana. Pengolahan data menggunakan SPSS versi 24.0 meliputi pengolahan data identitas responden dan analisa data. Untuk penentuan jumlah sampel maka akan dilakukan perhitungan dengan rumus penelitian ini menggunakan rumus Slovin (Sugiyono, 2013 : 57) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N \cdot e^2 + 1}$$

Dimana : n = jumlah sampel
 N = Jumlah Populasi
 e^2 = nilai toleransi sebesar $0,05^2$
maka $n= 120$

Dalam penelitian ini terdapat variable bebas yakni variabel yang menyebabkan perubahan atau timbulnya variabel terikat, (Sugiyono,2012:39). Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Kualitas Produk (X1), Kualitas pelayanan (X2), Harga (X3) dan Promosi (X4). Variabel terikat (Y) adalah variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas. Sugiyono (2012:39).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Validitas Data

Hasil uji validitas data yakni keseluruhan angka $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,175), sehingga kesimpulannya semua item pada indikator Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X3),Promosi dan Kepuasan Pelanggan (Y) adalah valid, maka dari itu tidak ada pertanyaan yang dihilangkan sehingga semua pertanyaan bisa digunakan untuk semua model pengujian.

Uji Reabilitas Data

Tabel 2
Hasil Uji Reabilitas Data

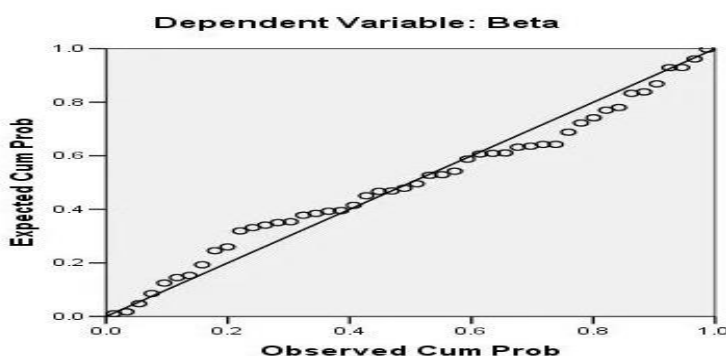
Variable	Nilai Cronbach's Alpha	Kriteria	Keputusan
Kualitas Produk (X1)	0,867	>0,62	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,825	>0,62	Reliabel
Harga (X3)	0,871	>0,62	Reliabel
Promosi (X4)	0,855	>0,62	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,877	>0,62	Reliabel

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS20 (2018)

Dari tabel diatas, semua variabel yaitu variabel X1, X2, X3 dan Y, mempunyai nilai Cronbach Alpha $\geq 0,60$ untuk hasil dari uji reabilitas dari semua variable bebas adalah reliabel, sehingga semua pertanyaan dapat dipercaya dan penelitian bisa dilanjutkan.

Pengujian Data Penelitian (Uji Asumsi Klasik)
Uji normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : Data diolah menggunakan SPSS24 (2018)

Gambar.2
Uji Normalitas Data P-P Plot.

Dari hasil grafik normal probability plot menunjukkan titik menyebar dan mengikuti garis diagonal sehingga dinyatakan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinearitas Dengan Kepuasan Konsumen
Sebagai Variabel Dependen

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Produk	0,425	2,395
Kualitas Pelayanan	0,430	2,394
Persepsi Harga	0,647	1,536
Promosi	0,395	1,487

a. DependentVariable: KepuasanKonsumen

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 24 (2018)

Dari hasil di atas nilai tolerance dan VIF masing-masing variabel sebagai berikut: Nilai tolerance untuk semua variabel > 0,10 artinya tidak terjadi hubungan antar variabel independen yang nilainya > 95%, Nilai VIF < 10 sehingga semua variabel tidak ada tanda multikolonieritas.

Uji Autokororelasi

Table 4
Uji Autokorelasi (Uji Durbin Watson)
Model Summary^b

Model	R	Rsquare	AdjustedSquare	Std. Error of the Estimate	DurbinWatson
1	.732 ^a	0,551	0,532	3,70627	1,821

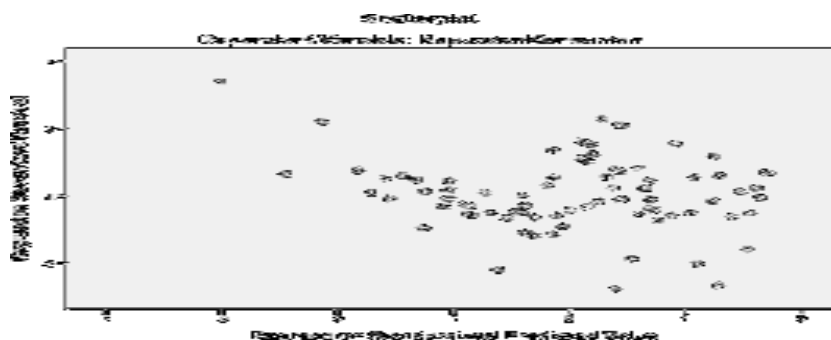
1. Predictors:(Constants),Harga, Pelayanan, KualitasProduk ,Promosi

2. DependentVariable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS24 (2018)

Dari hasil di atas diketahui nilai Durbin-Watson (Dw) 1,821 angka tersebut akan dibandingkan dengan nilai tabel, dengan menggunakan nilai signifikansi 5%, dari hasil pengukuran autokorelasi bahwa nilai 1,821 berada diantara 1,56 sampai 3,56 yang artinya tidak terjadi autokorelasi, sehingga berdasarkan hasil penelitian ini kesimpulannya adalah tidak ada outokorelasi baik positif ataupun negatif.

Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data diolah dengan SPSS 24 (2018)

Gambar 4.2
Uji Heteroskedastisitas

Dari grafik di atas menunjukkan titik menyebar acak, bawah ataupun di atas angka 0 (nol) pada sumbu Y dengan pola yang tidak jelas, maka kesimpulannya tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Data

Regresi Berganda

Analisis regresi berganda pada penelitian ini digunakan untuk memprediksi variabel terikat berupa kepuasan pelanggan (Y) dengan empat variabel bebas sebagai prediktor berupa Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X3), Promosi (X4) dihasilkan tabel berikut.

Tabel 5
Hasil Analisis Regresi Berganda Kualitas Produk (X1), Pelayanan (X2), Harga (X3) dan Promosi (X4) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constants)	8,136	4,167		1,841	0,045
	Kualitas Produk	0,134	0,078	0,185	1,546	0,103
	Pelayanan	0,215	0,091	0,206	2,162	0,032
	Harga	0,593	0,090	0,478	6,350	0,000
	Promosi	0,145	0,075	0,165	1,453	0,090

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data diolah dengan SPSS 24

Nilai regresi linier berganda dari tabel diatas adalah

$$Y = 8,136 + 0,143X_1 + 0,215X_2 + 0,593X_3 + 0,145(X_4)$$

Konstanta sebesar 8,136 menyatakan bahwa tanpa adanya kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan promosi, kepuasan konsumen akan tetap terbentuk senilai 8,136.

Analisis Pengaruh Secara Simultan (Uji F).

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1175.623	5	287.471	365.578	.000 ^b
	Residual	105.670	116	.645		
	Total	1281.293	119			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, Promosi

Hasil diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut, dimana f- tabel $\alpha = 0,05$, $df_2 = n-k = 120-1 = 145$, $df_1 = k-1 = 120-4 = 116$, maka diperoleh f- tabel sebesar 5,65 :

Nilai f-hitung sebesar 365,578 dengan nilai sig. sebesar 0,000

- Nilai f-hitung sebesar $365,578 > f\text{-tabel } 5,65$ maka menolak H_0 , menerima H_a

- Sig $0,000 < 0,05$ maka, menolak H_0 , menerima H_a .

Berdasarkan data diatas maka, variabel independen yaitu Kualitas Produk (X1), Kualitas Layanan (X2), Harga (X3), Promosi (X4) berpengaruh dan signifikan terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y)

PEMBAHASAN

Pengujian Analisis Regresi Berganda dari table 4 menghasilkan persamaan

$Y = 8,136 + 0,143X_1 + 0,215X_2 + 0,593X_3 + 0,145(X_4)$ sehingga dapat dijelaskan bahwa :

Pengaruh Kualitas Produk(X1) Terhadap Kepuasan Konsumen(Y).

- a. Persamaan dari analisis regresi linier sederhana adalah $Y=8,136+0,143X$. Artinya nilai konstanta (a) 8,136 hal tersebut membuktikan ketika produk (X1) bernilai 0, maka kepuasan konsumen (Y) 8,135. Koefisien regresi nilai (b) 0,143 (positif) yaitu membuktikan pengaruh searah artinya ketika kualitas produk naik senilai satu satuan, kepuasan konsumen meningkat senilai 0,143 satuan.
- b. Nilai korelasi kualitas produk(X1) 0,550 membuktikan hubungan kualitas produk (X1) dengan kepuasan konsumen(Y) mempunyai tingkat hubungan sedang.
- c. Nilai t_{hitung} kualitas produk (X1) sebesar $7,687 > t_{tabel}$ 1,980 dengan angka signifikansi 0,000 lebih kecil 0,05 sehingga H_0 ditolak serta H_a diterima, hal ini menunjukkan kualitas produk(X1) berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen(Y).

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

- a. Persamaan dari analisis regresi linier sederhana adalah $Y=11,923+0,623X$, Artinya konstanta (a) sebesar 11,923 hal tersebut membuktikan ketika pelayanan (X2) bernilai 0, maka variabel kepuasan konsumen (Y) bernilai 11,923. Koefisien regresi nilai (b) 0,586 (positif) yaitu membuktikan pengaruh searah artinya ketika kualitas pelayanan naik senilai satu satuan, kepuasan konsumen meningkat senilai 0,623 satuan.
- b. Nilai korelasi kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,610 membuktikan hubungan antara kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) memiliki tingkat hubungan sedang.
- c. Nilai t_{hitung} kualitas pelayanan (X2) sebesar $8,112 > t_{tabel}$ 1,980 dengan angka signifikansi 0,000 lebih kecil 0,05 sehingga H_0 ditolak serta H_a diterima, hal ini menunjukkan kualitas pelayanan(X2) berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen(Y).

Pengaruh Harga (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen(Y).

- a. Persamaan dari analisis regresi linier sederhana $Y=23,012+0,813X$. Artinya konstanta (a) sebesar 23,012 hal tersebut membuktikan bahwa ketika persepsi harga (X3) 0, maka kepuasan konsumen(Y) 23,014. Koefisien regresi nilai (b) 0,813 (positif) yaitu membuktikan pengaruh searah artinya ketika harga naik sebesar satu satuan, kepuasan konsumen meningkat sebesar 0,819 satuan.
- b. Nilai korelasi Harga (X3) 0,675 membuktikan hubungan antara persepsi harga(X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) memiliki hubungan kuat.
- c. Hasil uji t_{hitung} Harga (X3) sebesar $10,302 > t_{tabel}$ 1,980 dengan angka signifikansi 0,000 lebih kecil 0,05 sehingga H_0 ditolak serta H_a diterima, hal ini menunjukkan harga (X3) berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen(Y).

Pengaruh Promosi (X4) Terhadap Kepuasan Konsumen(Y).

- a. Persamaan dari analisis regresi linier sederhana $Y=11,723+0,576X$. Artinya konstanta (a) sebesar 11,723 hal tersebut membuktikan bahwa ketika promosi (X3) 0, maka kepuasan konsumen(Y) 11,723. Koefisien regresi nilai (b) 0,576 (positif) yaitu membuktikan pengaruh searah artinya ketika

tingkat promosi naik sebesar satu satuan, kepuasan konsumen meningkat sebesar 0,819 satuan.

- b. Nilai korelasi Harga(X3) 0,589 membuktikan hubungan antara persepsi harga(X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) memiliki hubungan kuat.
- c. Hasil uji t_{hitung} Harga (X3) sebesar 6,981 > t_{tabel} 1,980 dengan angka signifikansi 0,000 lebih kecil 0,05 sehingga H_0 ditolak serta H_a diterima, hal ini menunjukkan harga (X3) berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen(Y).

Pengaruh Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Harga (X3) Secara Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen(Y).

Hasil Persamaan yang diperoleh dari uji regresi linier berganda adalah $Y = 8,136 + 0,143X_1 + 0,215X_2 + 0,593X_3 + 0,145X_4$, Artinya Konstanta sebesar 8,136 tanpa adanya kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan promosi maka Kepuasan Konsumen tetap terbentuk senilai 8,136.

KESIMPULAN

Hasil penelitian yang telah dilakukan Toko Kue Alfabiah Cookies dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada toko kue Alfabiah Cookies.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan toko kue Alfabiah Cookies.
3. Secara signifikan juga harga berpengaruh signifikan dan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan toko kue Alfabiah Cookies
4. Promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan toko kue Alfabiah Cookies

SARAN

Setelah diadakannya penelitian pada toko kue alfabiah Cookies maka ada beberapa hal yang perlu diperhatikan terkait beberapa variable dalam penelitian ini yakni:

1. Salah satu Kepuasan konsumen adalah kualitas produk sehingga produk yang dianggap cukup diminati oleh pelanggan karena kualitasnya harus tetap dipertahankan sehingga kepercayaan konsumen lebih baik lagi
2. Pelanggan adalah raja sehingga untuk meningkatkan kepuasan pelanggan maka tingkatkan pelayanan yang lebih untuk lebih memberi nilai plus bagi Pelanggan
3. Pertahankan harga yang sudah ada dengan tidak menurunkan kualitas produk sehingga para pelanggan tetap akan memilih dan tetap nyaman dalam membeli kue kesukaan pelanggan
4. Tingkatkan promosi yang lebih gencar lagi karena melihat banyaknya persaingan akhir akhir ini dengan produk yang sama dengan varian bentuk dan rasa yang tidak kalah rekomendednya dengan produk anda
5. Masih banyaknya variable lain yang layak untuk menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya dalam meneliti kepuasan pelanggan karena setiap waktu tingkat kepuasan berubah berubah sesuai ekspektasi pelanggan

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan adanya hasil penelitian ini ucapan terimakasih kepada semua pihak yang

telah berpartisipasi utamanya owner toko alfabiah cookies yang setia dengan waktunya selalu memberi informasi dan data, para karyawan toko alfabiah cookies dalam dukungan data, serta beberapa konsumen setia alfabiah cookies yang telah bersedia waktunya untuk wawancara dan pengisian kuisioner. Semoga penelitian ini menjadi bahan referensi bagi pengembangan usaha toko alfabiah cookies dan para pengusaha cookies lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aris Ariyanto (2019 Juni)** Analisis Kualitas Produk, Kulaitas Pelayanan dan harga yang mempengaruhi kepuasan konsumen serat dampaknya terhadap loyalitas pelanggan pada “ CIRENG MONCROT” CV GOOD **FOOD** – Tanegerang Jurnal Ekonomi Efektif, (Vol. 1, No. 3)
- Hana Ofela, 2016, Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen :Volume 5, Nomor 1, Januari 2016 ISSN : 2461-0593
- Kotler., Keller. (2016). Marketing Management (15th ed.), Pearson Education..Sugiyono, (2012) Metode Penelitian Bisnis (MPB), Jakarta: Alfabeta
- Kasmir, 2010, Pengantar Manajemen Keuangan, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Masnia Mahardi Yanuar1 , Nurul Qomariah, dan Budi Santoso (2017,Juni) DAMPAK KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN OPTIK MARLIN CABANG JEMBER Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia (Vol. 3 No. 1)
- Ofela., Agustin (2016, Januari). Pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kebab kingabi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Jurnal ilmu dan riset manajemen. (Vol.5, No 1).
- Prof. Dr.H.Saban Echdar , SE.,M.Si , 2017 Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Panduam Komprehensi Langkah demi Langkah Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Desertasi
- Sofiati Qomariah & N Hermawan (2018) Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Jurnal sains dan manajemen dan Bisnis Indonesia 8.(2) 244-259