

PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA UPT WASERDA SELAMAT

Erna Habibah ¹⁾, Eka Purwanti ²⁾

¹⁾ Program Studi Teknik Industri, STT POMOSDA, ernahabibah@gmail.com

²⁾ Program Studi Teknik Industri, STT POMOSDA, ekablog319@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Apakah harga dan produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Pada Toko Waserda Selamat, dengan jumlah sampel sebanyak 73 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang diperoleh dari kuesioner dan studi pustaka yang diambil dengan metode Purposive Sampling dan daftar pertanyaan yang pengukurannya menggunakan skala likert. Berdasarkan hasil penelitian, hasil uji signifikansi berpengaruh secara simultan dengan uji F, harga dan kualitas terhadap produk secara bersamaan atau serempak, memiliki pengaruh yang signifikan (statistik) terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil pengujian pengaruh parsial dengan uji t, bahwa semua variabel bebas, yaitu harga dan kualitas terhadap produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Data diolah secara statistik dengan program SPSS for windows, yaitu model uji t, uji f, dan koefisien determinan (R²). Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) hasil uji signifikansi pengaruh simultan dengan uji F, diketahui bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara serempak terhadap kepuasan pelanggan dibuktikan dari nilai $F_{hitung}=31.565 > F_{tabel}= 1.99$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, (2) variabel harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dibuktikan dari $T_{hitung}=0.474 > T_{tabel} 0.2303$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, (3) variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dibuktikan dari $T_{hitung}=0.474 > 0.2303$ $T_{tabel} =$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai Adjusted R Square sebesar 0.689 atau 68.9%. Nilai koefisien determinasi R² sebesar 0.474 atau 47.4%.

Kata kunci: Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi serta pengaruh globalisasi membawa dampak dan pengaruh yang berarti pada perkembangan perekonomian negara kita pada umumnya serta pada perusahaan bisnis khususnya. Krisis ekonomi yang muncul pada tahun-tahun kebelakang dan masih berdampak sampai saat ini mengakibatkan perusahaan-perusahaan bisnis di Indonesia menjadi kalang kabut. Di sisi lain daya beli masyarakat yang kian lemah, serta didukung dengan carut-marutnya sistem perekonomian yang masih dalam perbaikan belum sempurna. Hal ini berakibat pada perilaku konsumen yang semakin pandai terhadap pemilihan produk-produk yang mereka konsumsi. Mereka tidak gampang memberikan keputusan apabila produk tersebut kurang dapat memberikan kepuasan yang maksimal.

UPT. MAKARTI merupakan salah satu unit yang bertempat di salah satu pesantren yang bernama POMOSDA (Pondok Modern Sumber Daya At – Taqwa) yang bertempat di Tanjunganom, Nganjuk, Jawa Timur. UPT. MAKARTI beroperasi di bawah naungan Pimpinan Pondok salah satunya toko waserda selamat. WASERDA POMOSDA adalah suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa, yaitu jasa pelayanan, pelayanan yang dilakukan oleh WASERDA POMOSDA selama ini adalah menjual produk-produk kebutuhan rumah tangga, pakaian dan berbagai macam makanan, dengan cara membeli barang dari berbagai perusahaan dan individu yang kemudian dijual kembali. WASERDA POMOSDA sudah berdiri sejak sebelum tahun 2000 oleh pengasuh

PONDOK MODERN SUMBER DAYA AT-TAQWA (POMOSDA) pada saat itu yaitu Bpk.KH M.Munawar Affandi, yang dikoordinatori oleh Ibu Susiana Rahmawati.

Berkaitan dengan kualitas produk, hasil survei dan wawancara dengan beberapa pelanggan pelanggan waserda menyatakan kualitas produk yang terkesan standar, mode yang kurang *up to date*, bahan produk yang kurang bagus sehingga cepat pudar, kurang nyaman, sehingga berdampak pada kurangnya kesetiaan pelanggan. Selain kualitas produk, harga juga menjadi penyebab menurunnya kepuasan dan kesetiaan pelanggan. Pelanggan waserda selamat rata-rata dari kalangan remaja, dimana sumber keuangannya untuk membeli produk masih dari orang tua, mereka mengatakan bahwa harga toko waserda selamat lebih mahal dari toko yang ada di sekitarnya tetapi tidak diimbangi dengan kualitas produk, tampilan atau model dari produk yang dijual. Menghadapi permasalahan tersebut, Toko waserda selamat harus mampu meningkatkan kinerja pemasarannya demi profitabilitas toko di masa mendatang terutama dalam hal kualitas produk dan harga. Selain itu diperlukan pemahaman yang serius dari pihak waserda selamat terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan volume penjualan dengan cara meningkatkan kepuasan dan kesetiaan.

METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linear Berganda dengan uji Validitas, Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas dan Uji Hipotesis

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 4.5 Hasil Analisis Deskriptif

	Minimum	Maximum	Sum	Mean
Produk	10.00	20.00	1118.	15.31
Harga	9.00	16.00	903.	12.36
Kepuasan Pelanggan	8.00	16.00	923.	12.64

Sumber: data diolah dengan SPSS

Analisis Distribusi Frekuensi

Dari hasil penyebaran kuesioner diperoleh jawaban responden terhadap “Produk yang di jual waserda sangat lengkap” dapat dilihat pada tabel dibawah :

Tabel 4.6 Hasil Analisis frekuensi

Jawaban	Frekuensi	Presentase %
Tidak setuju	3	4.1
Kurang setuju	19	26.0
Setuju	45	61.6
Sangat setuju	6	8.2
Total	73	100.0

Sumber: data diolah dengan SPSS

1. Produk yang di jual di waserda sangat bervariasi

Dari hasil penyebaran kuesioner diperoleh jawaban responden terhadap Produk yang di jual di waserda sangat bervariasi dapat dilihat pada tabel dibawah :

Tabel 4.7 Hasil Analisis Frekuensi

Jawaban	Frekuensi	Presentase %
Tidak setuju	0	0
Kurang setuju	5	6.8
Setuju	46	63.0
Sangat setuju	22	30.1
Total	73	100.0

Sumber: data diolah dengan SPSS

Tabel 4.8 Hasil Analisis Frekuensi

Jawaban	Frekuensi	Presentase %
Tidak setuju	1	1.4
Kurang setuju	9	12.3
Setuju	52	71.2
Sangat setuju	11	15.1
Total	73	100.0

Sumber: data diolah dengan SPSS

2. Ada berbagai macam pilihan *merk* produk yang tersedia di waserda

Dari hasil penyebaran kuesioner diperoleh jawaban responden terhadap Ada berbagai macam pilihan *merk* produk yang tersedia di waserda dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4.9 Hasil Analisis Frekuensi

Jawaban	Frekuensi	Presentase %
Tidak setuju	0	0
Kurang setuju	5	6.8
Setuju	49	67.1
Sangat setuju	19	26.0
Total	73	100.0

Sumber: data diolah dengan SPSS

3. Ketahanan produk baik

Dari hasil penyebaran kuesioner diperoleh jawaban responden terhadap Ketahanan produk baik dapat dilihat pada tabel dibawah :

Tabel 4.10 Hasil Analisis Frekuensi

Jawaban	Frekuensi	Presentase %
Tidak setuju	1	1.4
Kurang setuju	6	8.2
Setuju	47	64.4
Sangat setuju	19	26.0
Total	73	100.0

Sumber: data diolah dengan SPSS

4. Harga yang ditawarkan cukup terjangkau

Dari hasil penyebaran kuesioner diperoleh jawaban responden terhadap Ketahanan produk baik dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4.11 Hasil Analisis Frekuensi

Jawaban	Frekuensi	Presentase %
Tidak setuju	3	4.1
Kurang setuju	6	8.2
Setuju	48	65.8
Sangat setuju	16	21.9
Total	73	100.0

Sumber: data diolah dengan SPSS

5. Variasi harga sesuai dengan kualitas produknya

Dari hasil penyebaran kuesioner diperoleh jawaban responden terhadap Variasi harga sesuai dengan kualitas produknya dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4.12 Hasil Analisis Frekuensi

Jawaban	Frekuensi	Presentase %
Tidak setuju	2	2.7
Kurang setuju	2	2.7
Setuju	49	67.1
Sangat setuju	20	27.4
Total	73	100.0

Sumber: data diolah dengan SPSS

6. Harga diwaserda lebih ekonomis dari toko lain

Dari hasil penyebaran kuesioner diperoleh jawaban responden terhadap Harga diwaserda lebih ekonomis dari toko lain dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4.13 Hasil Analisis Frekuensi

Jawaban	Frekuensi	Presentase %
Tidak setuju	0	0
Kurang setuju	14	19.2
Setuju	46	63.0
Sangat setuju	13	17.8
Total	73	100.0

Sumber: data diolah dengan SPSS

7. Harga diwaserda dapat bersaing dengan toko lain

Dari hasil penyebaran kuesioner diperoleh jawaban responden terhadap Harga diwaserda dapat bersaing dengan toko lain dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4.14 Hasil Analisis Frekuensi

Jawaban	Frekuensi	Presentase %
Tidak setuju	0	0
Kurang setuju	8	11.0
Setuju	47	64.4
Sangat setuju	18	24.7
Total	73	100.0

Sumber: data diolah dengan SPSS

8. Memiliki keinginan yang kuat untuk terus berlangganan diwaserda

Dari hasil penyebaran kuesioner diperoleh jawaban responden terhadap Memiliki keinginan yang kuat untuk terus berlangganan diwaserda dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4.15 Hasil Analisis Frekuensi

Jawaban	Frekuensi	Presentase %
Tidak setuju	2	2.7
Kurang setuju	6	8.2
Setuju	37	50.7
Sangat setuju	28	38.4
Total	73	100.0

Sumber: data diolah dengan SPSS

9. Respon dari pelayanan baik

Dari hasil penyebaran kuesioner diperoleh jawaban responden terhadap Respon dari pelayanan baik dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4.16 Hasil Analisis Frekuensi

Jawaban	Frekuensi	Presentase %
Tidak setuju	4	5.5
Kurang setuju	12	16.4
Setuju	35	47.9
Sangat setuju	22	30.1
Total	73	100.0

Sumber: data diolah dengan SPSS

Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas yaitu persoalan yang berhubungan dengan pertanyaan sejauh mana suatu alat ukur telah mengukur apa yang seharusnya diukur. Kriteria pengujian untuk uji validitas yaitu:

Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas X1

No	R Hitung	R Tabel	Nilai Sig	Tingkat Error
1	0.489	0.2303	0,00	0,05
2	0.724	0.2303	0,00	0,05
3	0.660	0.2303	0,00	0,05
4	0.694	0.2303	0,00	0,05
5	0.474	0.2303	0,00	0,05

Sumber: data diolah dengan SPSS

Menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan adalah valid, yang dapat dilihat dari R hitung yang > dari R table dan nilai sig < (0,05) pada setiap butir pertanyaan. Sehingga diperoleh kesimpulan bahwa 5 pertanyaan valid akan digunakan untuk penelitian.

Table 4.20 Hasil Validitas X2

No	R Hitung	R Tabel	Nilai Sig	Tingkat Error
1	0.798	0.2303	0,00	0,05
2	0.728	0.2303	0,00	0,05
3	0.638	0.2303	0,00	0,05
4	0.693	0.2303	0,00	0,05

Sumber: data diolah dengan SPSS

Menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan adalah valid, yang dapat dilihat dari R hitung > dari R tabel dan nilai sig < (0,05) pada setiap butir pertanyaan. Sehingga diperoleh kesimpulan bahwa 4 pertanyaan valid akan digunakan untuk penelitian.

Tabel 4.21 Hasil Validitas Y

No	R Hitung	R Tabel	Nilai Sig	Tingkat Error
1	0.669	0.2303	0,00	0,05
2	0.772	0.2303	0,00	0,05
3	0.801	0.2303	0,00	0,05
4	0.735	0.2303	0,00	0,05

Sumber: data diolah dengan SPSS

Menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan adalah valid, yang dapat dilihat dari R hitung > dari R table dan nilai sig < (0,05) pada setiap butir pertanyaan. Sehingga diperoleh kesimpulan bahwa 4 pertanyaan valid akan digunakan untuk penelitian.

B.Uji Reliabilitas

Reliabilitas atau tingkat ketepatan adalah tingkat kemampuan suatu alat atau instrumen penelitian dalam mengumpulkan data atau informasi secara tepat atau konsisten. Teknik yang digunakan yaitu nilai *Cronbach Alpha* dengan kriteria sebagai berikut

a. Uji Reliabilitas X1

Tabel 4.21 Hasil uji reliabilitas X1

<i>Cronbach's Alpha</i>	Hasil <i>Cronbach's Alpha</i>
0.6 - 0.7	0.616

Sumber: data diolah dengan SPSS

Pada 4 pernyataan dengan tingkat signifikansi 5% diketahui bahwa koefisien alpha adalah sebesar 0.616. Ini berarti $0.616 > 0.60$ sehingga dapat dinyatakan bahwa kuesioner tersebut telah reliabel dan dapat disebarakan kepada responden untuk dijadikan sebagai instrumen penelitian.

b. Uji Reliabilitas X2

Tabel 4.22 Hasil Uji Reliabilitas X2

<i>Cronbach's Alpha</i>	Hasil <i>Cronbach's Alpha</i>
0.6 - 0.7	0.683

Sumber: data diolah dengan SPSS

Pada 5 pernyataan dengan tingkat signifikansi 5% diketahui bahwa koefisien *alpha* adalah sebesar 0.683. Ini berarti $0.683 > 0.60$ sehingga dapat dinyatakan bahwa kuesioner tersebut telah reliabel dan dapat disebarakan kepada responden untuk dijadikan sebagai instrumen penelitian.

c. Uji Reliabilitas Y

Tabel 4.23 Hasil Uji Reliabilitas Y

<i>Cronbach's Alpha</i>	Hasil <i>Cronbach's Alpha</i>
0.6 - 0.7	0.713

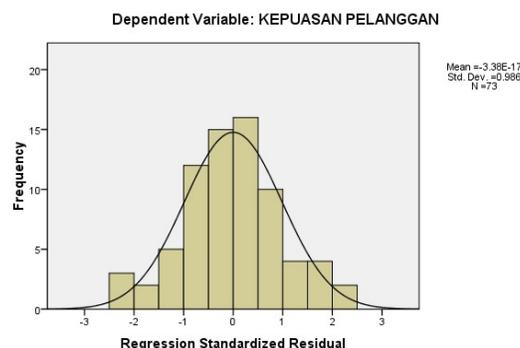
Sumber: data diolah dengan SPSS

Pada 4 pernyataan dengan tingkat signifikansi 5% diketahui bahwa koefisien alpha adalah sebesar 0.713. Ini berarti $0.713 > 0.60$ sehingga dapat dinyatakan bahwa kuesioner tersebut telah reliabel dan dapat disebarakan kepada responden untuk dijadikan sebagai instrumen penelitian.

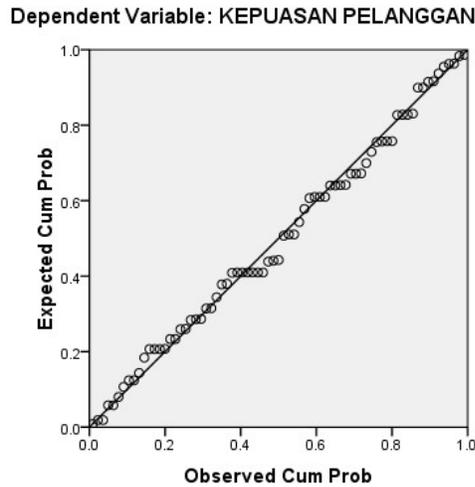
Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik yang digunakan untuk memenuhi asumsi regresi yang diisyaratkan sehingga sebaran data tidak bias. Dalam penelitian ini asumsi-asumsi yang harus dipenuhi meliputi Uji Normalitas data, Uji *Heterokedastisitas*, dan Uji *Multikolonearitas*.

a. Uji Normalitas

Histogram

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.2 Gradik Plot

Pada gambar diatas terlihat titik-titik mendekati dan mengikuti garis diagonalnya sehingga dapat disimpulkan regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji 1 *Sample* Kolmogrov-Smirnov

Untuk lebih memperkuat uji normalitas dengan P Plot maka ditambah dengan uji 1 *sample* Kolmogrov-Smirnov. Adapun hasil yang didapatkan, sebagai berikut:

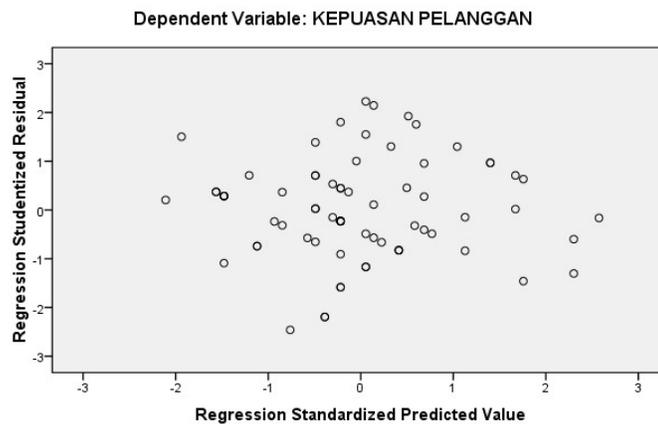
Tabel 4.24 Hasil Uji Normalitas

Nilai sig
0.918

Sumber: data diolah dengan SPSS

Uji *Heteroskedastisitas*

Scatterplot

Gambar 4.3 Scatterplot Hasil Uji *Heteroskedastisitas*

Uji Multikolinearitas

Tabel 4.25 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	Nilai Vif
Produk	0.679	1.472
Harga	0.679	1.472

Sumber: data diolah dengan SPSS

Berdasarkan output diatas dapat diketahui bahwa nilai tolerance variabel produk (X1) dan harga (X2) yakni 0.679 lebih besar dari 0.05, sementara itu nilai VIF variabel produk (X1) dan harga (X2) yakni 0.1472 lebih 0.05. Sehingga disimpulkan maka terjadi multikolinieritas.

Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan hasil pengolahan data seperti terlihat pada Tabel 4.27 kolom *Unstandardized Coefficients* bagian B diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

Tabel 4.26 Model Summary

No	Nilai Korelasi	Nilai Koefisin
1	0.689	0.474

Sumber: data diolah dengan SPSS

Pada tabel diatas menjelaskan tentang besarnya nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0.689 dan diketahui nilai koefisien determinan sebesar 0.474 (R²).

Tabel 4.27 Coefficients

		Hasil
1	(Constant)	0.670
	Produk	0.379
	Harga	0.498

Sumber: data diolah dengan SPSS

Uji Hipotesis

Uji Pengaruh Serempak (Uji- F)

Tabel .28 Hasil Anova

F	Sig
31.565	.000

Sumber: data diolah dengan SPSS

Uji Signifikan Parsial (Uji- T)

Tabel 4.29 Hasil Uji T

Model	B	T	Sig
(constant)	0.670	0.425	.672
Produk	0.379	3.185	.002
Harga	0.498	4.195	.000

Sumber: data diolah dengan SPSS

Berdasarkan output *coefficients* di atas, diketahui bahwa nilai koefisien variabel produk (X1) adalah sebesar 0.379 bernilai positif (+), sehingga dapat dikatakan bahwa produk(X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y). Pengaruh positif diartikan bahwa semakin meningkatkan produk (X1) maka akan meningkat pula kepuasan pelanggan (Y). Selanjutnya untuk mengetahui apakah pengaruh tersebut signifikansi atau tidak, maka nilai koefisien regresi dari variabel produk (X1) ini akan diuji signifikansinya.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) ini didapat dari hasil kuadrat nilai korelasi/hubungan (R) yang merupakan presentase besarnya pengaruh variabel X_1, X_2 terhadap Variabel Y . Jadi, dari tabel *model summary* nilai R sebesar 0.689 yang berarti mempunyai pengaruh yang kuat karena berada pada tingkatan 0,60 – 0,799 sedangkan nilai R^2 sebesar 0.474, dapat diketahui bahwa pengaruh produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 0.474 ($0.474 \times 100 = 47.4$) atau sebesar 47.4%, sedangkan sisanya sebesar 52.6% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

PEMBAHASAN

Dari penelitian yang telah dilakukan terhadap responden dengan jumlah 73 orang, maka didapatkan data primer sebagai bahan analisis. Hasil dari analisis regresi berganda yang telah dilakukan memperlihatkan bahwa koefisien korelasi sebesar 0.689 yang termasuk kategori kuat pengaruhnya. Sedangkan kontribusi pengaruh signifikan produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0.474 atau 47.4% dan berdasarkan hasil hipotesis, produk (X_1) harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Dari hasil analisis deskriptif variabel harga dapat diketahui bahwa indikator harga pada penelitian ini cukup sering digunakan di waserda selamat Tanjunganom Nganjuk. Dari hasil uji validitas yang dilakukan dapat dilihat bahwa keseluruhan indikator harga dinyatakan valid.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan bahwa :

- Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pada Toko Waserda Selamat
- Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pada Toko Waserda Selamat
- Produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pada Toko Waserda Selamat

Dengan nilai koefisien korelasi yang didapatkan sebesar 0.689, yang berarti mempunyai pengaruh yang kuat dan nilai koefisien determinasinya sebesar 0.474 atau 47.4 %. Persamaan yang didapatkan adalah $Y = 0.670 + 0.379 X_1 + 0.498 X_2$ yang artinya :

- konstanta = 0.670 apabila produk dan harga = 0 maka kepuasan pelanggan sebesar 0.670
- koefisien regresi positif sebesar 0.379 dan 0.498 jika nilai produk meningkat sebesar 0.379 dan nilai harga sebesar 0.498 atau 0.877 maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.379 dan 0.498 atau 0.877.

Saran

Berdasarkan dari hasil dan kesimpulan diatas dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

- Untuk masalah harga produk waserda yang dianggap hampir keseluruhan responden sudah baik maka pihak waserda selamat hanya perlu mempertahankannya dan harus dapat mampu menjaga agar harga terus terjangkau, sehingga dapat menjaga bahkan mampu meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk di waserda
- Untuk masalah kualitas Produk waserda yang dianggap sebagian responden juga sudah cukup baik maka pihak waserda selamat hanya perlu mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas produk yang mereka tawarkan. Terutama untuk dapat terus berinovasi agar bisa menciptakan fitur-fitur produk yang lebih menarik lagi bagi konsumen. Serta menawarkan lebih banyak manfaat lain dari produk yang tidak dimiliki oleh pesaing.
- Untuk masalah Kepuasan Pelanggan dari produk waserda, mayoritas responded telah menyatakan sudah merasa puas atas produk yang diteloh ditawarkan oleh waserda selamat.

- hanya perlu terus mempertahankan dan bahkan harus bisa meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan agar pelanggan akan selalu setia menggunakan produk waserda.
- d. Bagi peneliti lanjutan diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian yang sejenis serta menambah atau meneliti variabel lainnya yang kemungkinan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arfeni Malina Daulay (2015) *"Pengaruh Pelayanan, Kualitas Produk, Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Telkomsel SIMPATI Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi"*
- Chairuna Fani 2017 *"Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Indihome Dari Pt. Telkom Witel Medan Sumatera Utara (Studi Kasus Di Komplek Tasbih 1 Dan 2)"* Tanggal 10 april 2018, waktu 10.00 WIB
- David Sepang, Lotje Kawet, dan Silvy Mandey (2016) *"Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Transvision Manado"*
- Eriyanto Prastyo Nugroho 2011 *"Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer"* Tanggal 20 mei 2018, waktu 10.00 WIB
- Ferry Rostya Adi Albertus 2012 *"Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan"* Tanggal 8 Agustus 2018
- Liecardo William 2017 *"Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Kesetiaan Pelanggan Fashion Cryspyduck Pada Toko Skate Element Medan"* Tanggal 10 April 2018, waktu 10.00 WIB
- Melya Puri 2016 *"Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Provita Bandar Lampung"*
- Merdian Andri Wili 2010 *"Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan"*
- Patricia Diana Paramita Dharu Kusuma Wardani, dan Maria Minarsih (2016) *"Pengaruh Produk, Harga, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen"(Studi Kasus Pada Pelanggan PT. Ntronik Lintas Nusantara Semarang)*