

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PRICE ON CUSTOMER
SATISFACTION OF COOKING OIL
SANIA IN PT. ALDORAYA
LESTARI**

Fitri Setiawati, Fabiola Andriki, Novia Reswita Sugiarti
University of Prima Indonesia

ABSTRACT

Consumer satisfaction has decreased in recent times. This can be seen from the complaints that occur by consumers who buy Sania cooking oil. Product quality is a standard measure of the product. Poor product quality can be seen from the number of products returned by consumers when making a purchase. Price is the value of a product in the company. With the appropriate selling price, consumers are expected to feel comfortable in using and buying products from the company. Price is a basic consideration for consumers in buying a product. Methods of collecting data by interviewing, distributing questionnaires and documenting studies. The number of consumers as a population of 178 people and the technique of determining the sample using the Slovin formula obtained by respondents as many as 123 people. The partial test value of the product quality variable is $(4.984 > 1.979)$ and the price variable is $(4.245 > 1.979)$. While the results of the F test $(47,695 > 3.07)$. Based on the results of the study it can be concluded that product quality and prices have a positive and significant effect on the satisfaction of customers of Indonesian cooking oil at PT Aldoraya Lestari.

Keywords : *Product Quality, Price, Consumer Satisfaction*

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN MINYAK GORENG
SANIA PADA PT. ALDORAYA
LESTARI**

Fitri Setiawati, Fabiola Andriki, Novia Reswita Sugiarti
Universitas Prima Indonesia

ABSTRAK

Kepuasan konsumen mengalami penurunan pada beberapa waktu terakhir. Hal ini dapat terlihat dari komplain yang terjadi oleh konsumen yang membeli minyak goreng sania. Kualitas produk merupakan ukuran standar yang dimiliki produk. Kualitas produk yang kurang baik dapat terlihat dari jumlah produk yang dikembalikan oleh konsumen ketika sudah melakukan pembelian. Harga merupakan nilai dari sebuah produk di perusahaan. Dengan harga jual yang sesuai diharapkan konsumen akan merasa nyaman dalam menggunakan dan membeli produk dari perusahaan. Harga merupakan pertimbangan dasar bagi konsumen dalam membeli sebuah produk. Metode pengumpulan data dengan wawancara, pembagian kuesioner dan studi dokumentasi. Jumlah konsumen sebagai populasi sebanyak 178 orang dan teknik penentuan sampel dengan menggunakan rumus *slovin* diperoleh responden sebanyak 123 orang. Nilai uji parsial variabel kualitas produk sebesar ($4.984 > 1,979$) dan variabel harga sebesar ($4.245 > 1,979$). Sedangkan hasil uji F ($47.695 > 3,07$). Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen minyak goreng sania pada PT Aldoraya Lestari.

Kata kunci : *Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Konsumen*

1.1. Latar Belakang

Penerapan strategi dalam melakukan pemasaran produk selalu akan membuat perubahan keputusan pembelian. Situasi persaingan yang ketat membuat perusahaan harus membuat strategi pemasaran yang lebih tepat dalam mengatasi berbagai perubahan pasar yang terus berubah dengan menciptakan berbagai alternatif strategi pemasaran untuk terus mampu dalam mendukung kegiatan pemasaran perusahaan. Dengan strategi pemasaran yang tepat membuat kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian semakin meningkat. Kepuasan konsumen adalah rasa puas yang dimiliki oleh konsumen dalam melakukan pembelian produk yang dilakukan. Kepuasan muncul dikarenakan merasa nyaman dengan penggunaan produk yang dirasakan sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen. Dengan kepuasan yang ada diharapkan konsumen akan mendapatkan kenyamanan dalam menggunakan dan terus membeli produk secara berulang. Beberapa hal yang memiliki hubungan dengan kepuasan konsumen adalah salah satunya kualitas produk. Kualitas produk adalah ukuran standar yang dimiliki oleh sebuah produk dalam mempengaruhi nilai yang dimiliki oleh produk tersebut. Konsumen selalu berusaha dalam memutuskan produk yang baik dan sesuai dengan keinginan mereka sebelum membeli produk tersebut. Selain kualitas produk, harga juga menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam mendapatkan kepuasan pasca pembelian. Harga adalah nilai yang dimiliki oleh sebuah produk yang menjadi nilai yang harus dibayar

oleh konsumen dalam melakukan pembelian. Dengan memberikan harga yang tepat maka akan membuat konsumen merasa puas dalam membeli produk yang dijual perusahaan. PT. Aldoraya Lestari Medan adalah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan dan distribusi minyak goreng bermerek Sania. Kepuasan konsumen mengalami penurunan pada beberapa waktu terakhir. Hal ini dapat terlihat dari komplain yang terjadi oleh konsumen yang membeli minyak goreng sania. Kepuasan konsumen yang menurun tentu merugikan bagi perusahaan. Kualitas produk merupakan ukuran standar yang dimiliki produk. Kualitas produk yang kurang baik dapat terlihat dari jumlah produk yang dikembalikan oleh konsumen ketika sudah melakukan pembelian. Perusahaan yang belum mampu dalam menjamin kualitas produk dengan baik akan mengakibatkan komplain yang terus-menerus terjadi di perusahaan. Harga merupakan nilai dari sebuah produk di perusahaan. Dengan harga jual yang sesuai diharapkan konsumen akan merasa nyaman dalam menggunakan dan membeli produk dari perusahaan. Harga merupakan pertimbangan dasar bagi konsumen dalam membeli sebuah produk. Konsumen akan selalu memilih harga yang lebih murah dan tentu dengan kualitas yang lebih baik. Harga yang lebih mahal dari produk sejenis akan menjadi pertimbangan tertentu bagi konsumen. Berdasarkan permasalahan yang terjadi di perusahaan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di PT Aldoraya Lestari yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan**

Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Minyak Goreng Sania Pada PT. Aldoraya Lestari”

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, dapat dibuat perumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen minyak goreng sania pada PT. Aldoraya Lestari?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen minyak goreng sania pada PT. Aldoraya Lestari?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen minyak goreng sania pada PT. Aldoraya Lestari?

2. Landasan Teori

2.1. Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:273), kualitas sebagai karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan tersirat. Menurut Abdullah dan Tantri (2013:159), indikator kualitas produk adalah sebagai berikut : (1) Keawetan. Daya tahan suatu produk juga akan menentukan kualitas dari produk tersebut. (2) Keandalan. Keunggulan suatu produk akan ditentukan oleh kualitas produk tersebut. (3) Ketepatan. Ketepatan sasaran produk juga menunjukkan bahwa kualitas yang dimiliki sudah baik. (4) Kemudahan dipergunakan dan diperbaiki. Mudahnya penggunaan dan perbaikan produk

juga memperlihatkan kualitas dari sebuah produk.

2.2. Harga

Menurut Laksana (2008:105), harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Menurut Lupioyadi (2013:139, adapun faktor-faktor yang mempengaruhi atau perlu dipertimbangkan dalam penentuan harga. Faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut : (1) Elastisitas permintaan. (2) Struktur biaya. (3) Persaingan. (4) Penentuan posisi dari jasa yang ditawarkan. (5) Sasaran yang ingin dicapai perusahaan. (6) Daur hidup jasa. (7) Sumber daya yang dipergunakan. (8) Kondisi ekonomi. Menurut Kurniawan (2014:44), metode penetapan harga tersebut adalah (1) Metode harga berbasis permintaan. Metode ini lebih menekankan kepada faktor-faktor selera dan preferensi pelanggan. (2) Metode harga berbasis biaya. Harga ditetapkan setelah menghitung biaya produksi dan pemasaran ditambah dengan jumlah tertentu sehingga dapat menutupi biaya-biaya langsung, biaya *overhead* dan laba. (3) Metode penetapan harga berbasis laba. Tujuan dari metode ini adalah menyeimbangkan antara pendapatan dan biaya dalam penetapan harga. (4) Metode penetapan harga berbasis persaingan. Metode yang memfokuskan penetapan harga pada harga pasar atau pesaing.

2.3. Kepuasan Konsumen

Menurut Sudaryono (2016:78), kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Menurut Herlambang (2014:79), untuk mencapai kepuasan dalam konteks pelayanan diperlukan beberapa kondisi dan usaha, antara lain: (1) Pemahaman tentang filosofi kepuasan pelanggan. (2) Mengenal kebutuhan atau harapan pelanggan. (3) Membuat standar dan pengukuran kepuasan pelanggan. (4) Orientasi karyawan dalam pelayanan. (5) Pelatihan. (6) Keterlibatan karyawan. (7) Pengakuan dan penghargaan. Menurut Tjiptono (2012:318), secara garis besar ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan yakni : (1) Sistem keluhan dan saran. (2) *Ghost shopping (mystery shopping)*. (3) *Lost customer analysis*. (4) Survei kepuasan pelanggan

2.4. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2012:93), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori. Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah yang diajukan, dan jawaban itu masih akan diuji secara empiris kebenarannya. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁ : Kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap terhadap kepuasan konsumen minyak goreng sania pada PT. Aldoraya Lestari

H₂ : Harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen minyak goreng sania pada PT. Aldoraya Lestari.

H₃ : Kualitas produk dan harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen minyak goreng sania pada PT. Aldoraya Lestari

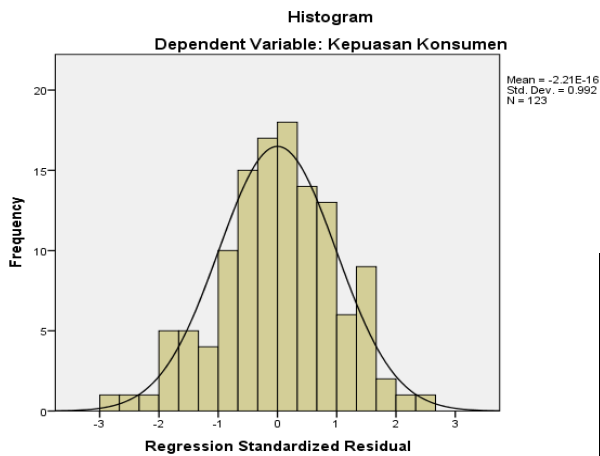
3. Metode Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Sifat penelitian ini adalah deskriptif *explanatory*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara dan studi dokumentasi. Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Penelitian ini memiliki populasi yaitu seluruh konsumen PT Aldoraya Lestari yang berjumlah 178 orang. Teknik pengambilan sampling menggunakan *simple random sampling* dan teknik penentuan sampel menggunakan rumus *slovin* sehingga diperoleh sampel sebanyak 123 orang.

4. Hasil Penelitian

4.1 Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2013:160-161), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau *residual* memiliki distribusi normal.

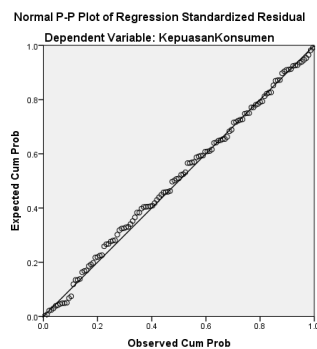


Gambar 1.1

Uji Normalitas Histogram

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (Data diolah)

Grafik histogram pada Gambar 1.2 menunjukkan data riil membentuk garis kurva cenderung simetri (U) tidak melenceng ke kiri atau pun ke kanan maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.



Gambar 1.2

Uji Normalitas P-P Plot

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (Data diolah)

Grafik Normalitas P-P Plot pada Gambar 1.2 diatas, terlihat data menyebar disekitar garis diagonal, penyebarannya sebagian besar mendekati garis diagonal dan data berdistribusi normal.

Berikut ini adalah uji normalitas secara statistik menggunakan *Kolmogorov Smirnov*.

Tabel 1.1 Uji Normalitas One Sample Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		123
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	4.45673046
Most Extreme	Absolute	.041
Differences	Positive	.040
	Negative	-.041
Test Statistic		.041
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (Data diolah)

Hasil uji normalitas *Kolmogorov Smirnov* menunjukkan nilai signifikan $0,200 > 0,05$ dengan demikian dari hasil uji *Kolmogorov Smirnov* menunjukkan data terdistribusi normal.

4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas adalah adanya suatu hubungan *linear* yang sempurna antara beberapa atau semua variabel independen. Menurut Ghozali (2013:105), “Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen”.

Tabel 1.2 Uji Multikolinearitas Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Produk	.695	1.440
	Harga	.695	1.440

a. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (Data diolah)

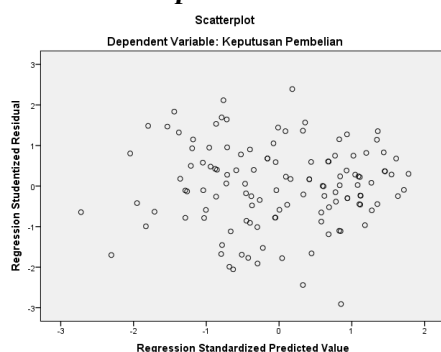
Nilai *tolerance* untuk variabel kualitas produk dan harga berada diatas 0,10 sedangkan nilai VIF variabel kualitas produk dan harga

berada dibawah 10. Dengan demikian pada uji Multikolinearitas tidak terjadi korelasi antar variabel independen.

4.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2013:139). uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain.

Gambar 1.3 Uji Heteroskedastisitas Grafik Scatterplot



Sumber : Hasil Penelitian, 2018
(Data diolah)

Dari grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas baik diatas maupun dibawah angka nol (0) pada sumbu Y, tidak berkumpul disatu tempat, sehingga dari grafik *scatterplot* dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Pendeteksian ada tidaknya heteroskedastisitas bisa juga dilakukan dengan menggunakan metode *Glejser Test*. Uji *glejser* ini

dilakukan dengan meregresikan variabel-variabel bebas terhadap nilai *absolute residual*. Sebagai pengertian dasar, residual adalah selisih antara nilai observasi dengan nilai prediksi, dan *absolut* adalah nilai mutlaknya. Jika nilai signifikasi antara variabel independen dengan residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Tabel 1.3 Uji Glejser Coefficients^a

Model	T	Sig.
1 (Constant)	5.689	.000
Kualitas Produk	-1.158	.249
Harga	-1.220	.225

a. Dependent Variable: absut

Sumber : Hasil Penelitian, 2018
(Data diolah)

Hasil Uji Gletjer Pada Tabel IV.12 diatas menunjukkan nilai signifikan dari kualitas produk 0,249 > 0,05 dan harga 0,225 > 0,05 dengan demikian dari hasil uji *Glejser* dapat dikatakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

4.4 Model Penelitian

Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian adalah dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Model regresi yang digunakan adalah sebagai berikut :

Tabel 1.4 Analisis Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	
1 (Constant)	8.666	1.804	.000
Kualitas Produk	.351	.070	.000
Harga	.327	.077	.000

a. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (Data diolah)

$$\text{Keputusan Pembelian} = 8.666 + 0.351 \text{ Kualitas Produk} + 0.327 \text{ Harga}$$

Makna dari persamaan regresi linier berganda diatas adalah :

1. Konstanta sebesar 8.666 menyatakan bahwa jika kualitas pelayanan dan promosi tidak ada atau konstan maka kepuasan konsumen minyak goreng sania pada PT Aldoraya Lestari sebesar 13.345 satuan.
2. Koefisien regresi harga sebesar 0.351 dan bernilai positif, hal ini menyatakan bahwa setiap kenaikan kualitas produk 1 satuan akan meningkatkan kepuasan konsumen minyak goreng sania pada PT Aldoraya Lestari sebesar 0.351 satuan dengan anggapan variabel lainnya tetap.
3. Koefisien regresi promosi sebesar 0.327 dan bernilai positif, hal ini menyatakan bahwa setiap kenaikan promosi 1 satuan akan menyebabkan kenaikan kepuasan konsumen minyak goreng sania pada PT Aldoraya Lestari sebesar 0.327 satuan dengan anggapan variabel lainnya tetap.

4.5 Koefisien Determinasi Hipotesis (R^2)

Koefisien determinasi ditujukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat.

Tabel 1.5 Uji Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.665 ^a	.443	.434	4.49372

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (Data diolah)

Hasil Uji Koefisien Determinasi diperoleh nilai *Adjusted R square* sebesar 0.434 hal ini berarti 43.4% dari variasi variabel dependen kepuasan konsumen minyak goreng sania pada PT Aldoraya Lestari yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen kualitas produk dan harga sisanya sebesar 56.6% (100% - 43.4%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini, seperti citra merek, kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen.

5. Pengujian Hipotesis

5.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Tabel 1.6 Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a			
Model		F	Sig.
1	Regression	47.695	.000 ^b
	Residual		
	Total		

a. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

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

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (Data diolah)

Dari tabel di atas dapat terlihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 47.695 dengan probabilitas 0,000, karena probabilitasnya lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan konsumen. Hal ini juga dapat dilihat dari F_{hitung} (47.695) > F_{tabel} (3,07), maka H_3 diterima yang berarti bahwa variabel kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen minyak

goreng sania pada PT Aldoraya Lestari.

5.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Pengujian t-test digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 1.7 Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
1 (Constant)	8.666	1.804	4.803	.000
Kualitas Produk	.351	.070	4.984	.000
Harga	.327	.077	4.245	.000

a. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

Sumber : Hasil Penelitian, 2018
(Data diolah)

Dari hasil uji t di atas dapat disimpulkan bahwa untuk variabel Kualitas produk, diperoleh t_{hitung} (4.984) > t_{tabel} (1,979) serta nilai probabilitas (0,000) < 0,05, maka H_1 diterima berarti ada pengaruh signifikan positif dari variabel Kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan konsumen minyak goreng sania pada PT Aldoraya Lestari. Lalu, untuk variabel harga, diperoleh t_{hitung} (4.245) > t_{tabel} (1,979) serta nilai probabilitas (0,000) < 0,05, maka H_2 diterima berarti ada pengaruh signifikan positif dari variabel harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen minyak goreng sania pada PT Aldoraya Lestari.

6. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengujian hasil secara parsial menunjukkan bahwa kualitas

produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen minyak goreng sania pada PT. Aldoraya Lestari

2. Pengujian hasil secara parsial menunjukkan bahwa harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen minyak goreng sania pada PT. Aldoraya Lestari
3. Pengujian hasil secara simultan menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen minyak goreng sania pada PT. Aldoraya Lestari

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Ed. 1, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Dewi. Cokorda Istri Agung Krisna. 2018. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Pembangunan Daerah Bali. *E-Jurnal Manajemen UNUD*, Vol. 7, No. 8.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS 21*, Cetakan Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Penerbit CAPS, Yogyakarta.

- Herlambang, Susatyo. 2014. **Basic Marketing (Dasar – Dasar Pemasaran) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran**. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2008. **Prinsip – Prinsip Pemasaran**. Edisi Kedua Belas Jilid 1, Jakarta: Penerbit Erlangga,
- Laksana, Fajar. 2008. **Manajemen Pemasaran**, Ed.1 Graha Ilmu.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Ed.3, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Machfoedz, Mahmud. 2007. **Pengantar Pemasaran Modern**. Penerbit UPP STIM YKPN.
- Marwanto, Aris. 2015. **Marketing Sukses**. Cetakan Kesatu, Yogyakarta: Kobis.
- Nasution, M. N. 2010. **Manajemen Jasa Terpadu**. Cetakan Kedua, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Pardede, Pontas M., 2007. **Manajemen Operasi dan Produksi Teori, Model dan Kebijakan**. Edisi Revisi. Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Randang, Wahyudi. 2013. Kualitas Produk, Atribut Produk dan ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng. **Jurnal EMBA**
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. 2013. **Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian**. Yogyakarta: CV Andi Offset (Penerbit Andi).
- Sugiyono. 2012. **Metode Penelitian Bisnis**. Bandung : PT Alfabeta
- Sunyoto. Danang. 2012. **Dasar – Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)**.CetakanKetiga. Yogyakarta: CAPS
- Supranto, J. & Nandan Limakrisna. 2011. **Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran : Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis**. Ed. 2, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Suyanto, M. 2007. **Marketing Strategy Top Brand Indonesia**. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Tristiana. Ani. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda Vario 125. **Jurnal Riset dan Manajemen**
- Tjiptono. Fandy. 2012. **Service Management Mewujudkan Layanan Prima**. Yogyakarta. CV Andi Offset.
- Tjiptono. Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. **Service, Quality dan Satisfaction**. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Zulganef. 2008. **Metode Penelitian Sosial Dan Bisnis**. Yogyakarta: Graha Ilmu.

