

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA UMKM SATE TEGAL
MAMASE DI JELAMBAR**



DIAJUKAN OLEH :

NAMA : KEVIN ANUTTARA HASAN

NPM : 115210175

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT – SAYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANEGARA
JAKARTA**

2024

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA UMKM SATE TEGAL
MAMASE DI JELAMBAR**



DIAJUKAN OLEH :

NAMA : KEVIN ANUTTARA HASAN

NPM : 115210175

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT – SAYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANEGARA

JAKARTA

2024

SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Kevin Anuttara Hasan
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115210175
Program Studi : Manajemen Bisnis
Alamat : Apartemen Pluit Sea View, Tower Maldives B1905
Telp: _____
HP: 081299178300

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/ menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 11 Juni 2025

Kevin Anuttara Hasan

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Kevin Anuttara Hasan
NIM : 115210175
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : Kewirausahaan
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK,
KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA UMKM SATE TEGAL MAMASE DI
JELAMBAR

Jakarta, 10 Juni 2025

Pembimbing:



Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E., M.M., GRC-E.

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

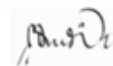
NAMA : Kevin Anuttara Hasan
NIM : 115210175
PROGRAM/JURUSAN : S1/MANAJEMEN
KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA UMKM SATE TEGAL MAMASE DI JELAMBAR

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 1 Juli 2025 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : - **Dra. Rodhiah, M.M**
2. Anggota Penguji : - **Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E., M.M**
- **R.R. Kartika Nuringsih, S.E., M.SI**

Jakarta, 1 Juli 2025

Pembimbing,



(Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E., M.M)

ABSTRACT

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

- (A) KEVIN ANUTTARA HASAN (115210175)
- (B) THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY, AND PRICE ON CUSTOMER SATISFACTION AT UMKM SATE TEGAL MAMASE IN JELAMBAR
- (C) XX + 112 *Pages*, 32 *Tables*, 11 *Pictures*, 18 *Attachments*
- (D) *ENTREPRENEURIAL MANAGEMENT*
- (E) *Abstract: This study aims to analyze the effect of product quality, service quality, and price on customer satisfaction at UMKM Sate Tegal Mamase in Jelambar. This research uses a quantitative approach with a non-experimental design with a comparative causal subdesign. A total of 150 respondents who were customers of Tegal Mamase Satay were involved as samples. Data was collected through a digital questionnaire using Google Forms which was distributed offline. The data were then analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with SmartPLS software. The results showed that product quality, service quality, and price positively and significantly influenced customer satisfaction at UMKM Sate Tegal Mamase.*
- (F) *Keywords: Product quality, service quality, price, customer satisfaction, UMKM Sate Tegal Mamase*
- (G) *References* 61 (1985-2024)
- (H) Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E., M.M., GRC-E.

ABSTRAK

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

- (A) KEVIN ANUTTARA HASAN (115210175)
- (B) PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA UMKM SATE TEGAL MAMASE DI JELAMBAR
- (C) XX + 112 Halaman, 32 Tabel, 11 Gambar, 18 Lampiran
- (D) MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN
- (E) Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Sate Tegal Mamase di Jelambar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain non-eksperimen subdesain kausal komparatif. Sebanyak 150 responden yang merupakan pelanggan Sate Tegal Mamase dilibatkan sebagai sampel. Data dikumpulkan melalui kuesioner digital menggunakan *Google Forms* yang disebarluaskan secara offline. Data kemudian dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan software SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, dan harga secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Sate Tegal Mamase.
- (F) Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, Kepuasan Pelanggan, UMKM Sate Tegal Mamase
- (G) Daftar Acuan 61 acuan (1985-2024)
- (H) Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E., M.M., GRC-E.

HALAMAN MOTTO

Sesuatu yang belum dikerjakan, seringkali tampak mustahil; kita baru yakin kalau kita telah berhasil melakukannya dengan baik.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur, karya ini saya persembahkan untuk orang-orang terkasih yang senantiasa menjadi inspirasi dan pilar kekuatan dalam setiap langkah. Terima kasih atas dukungan, bimbingan, dan motivasi tiada henti yang telah mengantarkan saya hingga titik ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM Sate Tegal Mamase di Jelambar”** dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi sebagian syarat guna mencapai gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi berupa bimbingan, dukungan, motivasi, serta doa, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik, khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E., M.M., GRC-E. selaku Dosen Pembimbing Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta penuh kesabaran dalam membimbing serta memberikan pengarahan pada penulis selama proses penulisan dan penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Sawidji Widodoatmodjo, S.E., M.M., M.B.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Dr. Frangky Selamat, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
5. Keluarga yang penulis sayangi, Ibu (Endah Yuniarti) dan adik perempuan saya (Citta Devi), yang telah memberi dukungan moril maupun materiil, semangat, motivasi, kasih sayang dan doa kepada penulis supaya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, lancar dan tepat waktu, tanpa ada rasa penderitaan.

6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh penulis, yang telah membantu penulis dari awal perkuliahan hingga selesainya proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik yang membangun dari semua pihak guna menyempurnakan penelitian ini. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 11 Juni 2025



Kevin Anuttara Hasan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Permasalahan	1
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Identifikasi Masalah.....	6
3. Batasan Masalah	6
4. Rumusan Masalah.....	6
B. Tujuan dan Manfaat	7
1. Tujuan	7
2. Manfaat	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	8

A.	Gambaran Umum Teori	8
1.	<i>Theory of Planned Behavior</i>	8
B.	Definisi Konseptual Variabel	9
1.	Kualitas Produk.....	9
2.	Kualitas Layanan	9
3.	Harga.....	10
4.	Kepuasan Pelanggan	11
C.	Penelitian Terdahulu	12
D.	Kaitan Antar Variabel.....	26
1.	Kaitan antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan	26
2.	Kaitan antara Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pelanggan	26
3.	Kaitan antara Harga dengan Kepuasan Pelanggan	27
E.	Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	28
1.	Kerangka Pemikiran	28
2.	Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN		31
A.	Desain Penelitian	31
B.	Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel.....	31
1.	Populasi.....	31
2.	Teknik Pemilihan Sampel	31
3.	Ukuran Sampel	32
C.	Operasionalisasi Variabel dan Instrumen.....	32
D.	Analisis Validitas dan Realibilitas.....	35
1.	Validitas	35
2.	Reliabilitas	36

E.	Analisis Data.....	36
1.	Koefisien Determinasi	37
2.	<i>Effect Size</i>	37
3.	Koefisien Jalur (<i>Path Coefficient</i>)	37
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		39
A.	Deskripsi Subjek Penelitian	39
1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	40
4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
B.	Deskripsi Objek Penelitian	41
1.	Kualitas Produk.....	42
2.	Kualitas Layanan	43
3.	Harga.....	44
4.	Kepuasan Pelanggan	45
C.	Hasil Analisis Validitas dan Reabilitas.....	46
1.	Validitas	46
2.	Reabilitas	49
D.	Hasil Analisis <i>Inner Model</i>	50
1.	Hasil Analisis Koefisien Determinasi	50
2.	Hasil Analisis <i>Effect Size</i>	51
3.	Hasil Analisis Path Coefficient	51
E.	Pembahasan	53
BAB V PENUTUP		57
A.	Kesimpulan	57

B. Keterbatasan dan Saran.....	57
1. Keterbatasan.....	57
2. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN.....	65
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	89
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Literature Review.....	12
Tabel 2. 2 Tabel Literature Review Lanjutan II	13
Tabel 2. 3 Tabel Literature Review Lanjutan III.....	13
Tabel 2. 4 Tabel Literature Review Lanjutan IV	14
Tabel 2. 5 Tabel Literature Review Lanjutan V	15
Tabel 2. 6 Tabel Literature Review Lanjutan VI.....	16
Tabel 2. 7 Tabel Literature Review Lanjutan VII	16
Tabel 2. 8 Tabel Literature Review Lanjutan VIII.....	18
Tabel 2. 9 Tabel Literature Review Lanjutan IX	18
Tabel 2. 10 Tabel Literature Review Lanjutan X.....	19
Tabel 2. 11 Tabel Literature Review Lanjutan XI.....	20
Tabel 2. 12 Tabel Literature Review Lanjutan XII	21
Tabel 2. 13 Tabel Literature Review Lanjutan XIII.....	21
Tabel 2. 14 Tabel Literature Review Lanjutan XIV.....	22
Tabel 2. 15 Tabel Literature Review Lanjutan XV	22
Tabel 2. 16 Tabel Literature Review Lanjutan XVI.....	23
Tabel 2. 17 Tabel Literature Review Lanjutan XVI.....	25
Tabel 3. 1 Skala Likert	32
Tabel 3. 2 Tabel operasionalisasi Variabel Kualitas Produk	33
Tabel 3. 3 Tabel Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan	33
Tabel 3. 4 Tabel Operasionalisasi Variabel Harga	34
Tabel 3. 5 Tabel Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan.....	34
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	40
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Kualitas Produk.....	42

Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Kualitas Produk.....	43
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Harga.....	44
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Kepuasan Pelanggan	45
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Average Variance Extracted (AVE).....	46
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Outer Loading	47
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Cross Loading	48
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Cronbach's Alpha.....	49
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Composite Reliability	49
Tabel 4. 14 Hasil analisis Koefisien Determinasi	50
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Effect Size.....	51
Tabel 4. 16 Hasil Uji Hipotesis	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	29
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	65
Lampiran 2 Tanggapan Responden Kualitas Produk (X1)	68
Lampiran 3 Tanggapan Responden Kualitas Layanan (X2)	72
Lampiran 4 Tanggapan Responden Harga (X3)	75
Lampiran 5 Tanggapan Responden Kepuasan Pelanggan (Y).....	79
Lampiran 6 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	83
Lampiran 7 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	83
Lampiran 8 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	84
Lampiran 9 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	84
Lampiran 10 Hasil Analisis Cronbach's Alpha, Composite Reliability, dan AVE.	84
Lampiran 11 Hasil Analisis HTMT	84
Lampiran 12 Hasil Analisis Fornell-Larcker	84
Lampiran 13 Hasil Analisis Cross Loadings.....	85
Lampiran 14 Hasil Analisis Loading Factor	86
Lampiran 15 Hasil Hasil Outer Loadings	86
Lampiran 16 Hasil Analisis Multikolinearitas	87
Lampiran 17 Hasil Analisis R-Square (R^2).....	87
Lampiran 18 Hasil Path Coefficient	88
Lampiran 19 Hasil Uji f-Square (f^2)	88

BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Didalam dunia bisnis di Indonesia tercatat bahwa usaha bisnis yang mampu bertahan dari berbagai krisis ekonomi yang telah terjadi yang telah terjadi adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM bergerak di berbagai bidang usaha, mulai dari kerajinan tangan, kuliner, pengolahan makanan dan juga industri yang menyediakan jasa layanan. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) DKI Jakarta tercatat jumlah UMKM di DKI Jakarta telah mencapai 1.100.000 unit. Angka ini menunjukkan seberapa besarnya peran UMKM dalam perekonomian, khususnya di kota besar seperti Jakarta.

UMKM adalah bentuk bisnis rakyat yang sering kali diawali dengan modal yang relatif kecil, namun kontribusinya sangat besar terhadap perkembangan perekonomian masyarakat Sunarsi (2020). UMKM tidak hanya menyediakan lapangan pekerjaan, tetapi juga membantu untuk mendistribusikan pendapatan masyarakat secara merata. UMKM juga memiliki keunggulan berupa fleksibilitas dan juga kemampuan mereka yang cepat beradaptasi dengan perubahan pasar yang memungkinkan untuk bertahan di pertengahan tantangan ekonomi, termasuk juga dengan krisis.

Meskipun UMKM berkontribusi besar, UMKM sering kali menghadapi berbagai tantangan mulai dari keterbatasan modal, akses berbagai macam pasar, dan juga persaingan yang dihadapi dengan menghasilkan inovasi yang memiliki perbedaan dari produk lainnya untuk bertahan di pasar lokal maupun juga pasar internasional (Simangunsong, 2022). UMKM juga perlu mengatasi tantangan lainnya seperti kurangnya dukungan logistik dan infrastruktur, rendahnya akses teknologi. Oleh karena itu UMKM perlu fokus kepada faktor – faktor meningkatkan kepuasan

pelanggan, karena kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang erat dengan loyalitas dan keberlanjutan usaha.

Kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor yang menentukan keberhasilan suatu usaha UMKM dalam mempertahankan eksistensi pasar. Namun banyak UMKM di Indonesia masih mengalami banyak masalah dalam menjaga Tingkat kepuasan pelanggan yang optimal. Salah satu masalah yang sering dialami adalah ketidakkonsistenan kualitas produk yang disebabkan oleh keterbatasan modal, banyak UMKM yang tidak mampu untuk mempertahankan kualitas produk ketika bahan baku mengalami kenaikan harga atau kualitas.

Selain itu, UMKM juga sering kali menghadapi kendala dalam memberikan pelayanan. Pelayanan yang tidak ramah, kurang cepat, atau ketidakmampuan untuk merespon keluhan yang dialami oleh pelanggan. Faktor ini biasanya terjadi karena keterbatasan tenaga kerja yang kurang terlatih untuk melayani pelanggan.

Faktor harga juga menjadi masalah yang sering kali dialami oleh UMKM. Banyak UMKM yang menetapkan harga yang kompetitif yang bertujuan untuk menarik lebih banyak pelanggan, tetapi tidak diimbangi oleh dengan kualitas produk dan layanan yang ditawarkan. Hal ini menyebabkan ketidakpuasan pelanggan, dimana mereka merasa harga yang telah dibayar tidak sebanding dengan nilai atau pengalaman yang mereka dapatkan. Hasilnya, pelanggan menganggap mereka membayar terlalu mahal untuk produk atau layanan yang tidak memuaskan, sehingga tingkat kepuasan usaha tersebut turun.

Fenomena tersebut juga dialami oleh UMKM Sate Tegal Mamase, usaha yang bergerak dibidang kuliner dengan fokus penyajian sate dan sup kambing khas Tegal yang telah berdiri sejak 16 juli 2023 dan dikenal dengan cita rasa bumbu tradisional. Berawal dari toko listrik sederhana di Jakarta, namun melihat peluang yang memungkinkan dan bagus di industri kuliner serta keinginan untuk menyajikan sate dengan potongan sate yang cukup besar tetapi harga terjangkau untuk masyarakat sekitar. Dengan modal dan

pengalaman yang sangat terbatas, pemilik tidak hanya mengandalkan resep melainkan meluangkan waktu untuk mempelajari Teknik pengolahan yang tepat dari daerah asalnya di Tegal.

Peralihan usaha dari toko listrik menjadi bisnis kuliner melewati banyak tantangan dan perlu memahami faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Masalah yang dialami oleh Sate Tegal Mamase adalah Penurunan penjualan yang telah terjadi beberapa bulan terakhir yang menunjukkan kemungkinan ketidakpuasan dari pelanggan terhadap produk dan layanan yang diberikan. Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan kepada 30 pelanggan setia pada bulan April 2025, sebanyak 40% responden mengaku mulai jarang berkunjung karena rasa sate yang dinilai tidak konsisten, sementara 33% responden merasa pelayanan karyawan kurang ramah dan lambat pada saat jam sibuk. Selain itu, 27% responden menyatakan bahwa harga yang ditawarkan mulai terasa kurang sebanding dengan kualitas yang diterima, terutama ketika porsi sate mengecil. Temuan ini menunjukkan bahwa ketidakpuasan pelanggan berpotensi menjadi penyebab utama turunnya penjualan, dan perlu segera ditangani melalui peningkatan kualitas produk, layanan, serta evaluasi strategi harga. Kepuasan pelanggan mampu mendukung pelanggan untuk memiliki kesan positif terhadap produk dan layanan yang ditawarkan oleh organisasi bisnis (Khairawati, 2019). Hal ini sangat penting karena kepuasan pelanggan memiliki peran kunci dalam menciptakan citra positif terhadap bisnis. Ketika pelanggan merasa tidak puas, mereka cenderung pindah ke pesaing lainnya, yang pada akhirnya mempengaruhi penjualan serta keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, dalam penelitian ini dipilih beberapa variabel independen yang berpotensi mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kualitas produk adalah suatu kemampuan atau upaya dari pengusaha untuk memuaskan pelanggan. Menurut Kotler & Armstrong (2018) kualitas produk adalah salah satu alat pemosisian utama pemasar. Kualitas mempengaruhi kinerja produk atau layanan. Dengan demikian, kualitas terkait erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. dan kepuasan pelanggan.

Dalam arti yang paling sempit, kualitas dapat didefinisikan sebagai “tidak ada cacat”. Namun dengan arti yang lebih luas lagi, kualitas yang mencakup seluruh ekspektasi dari para pelanggan. Tidak hanya sebatas dari aspek produk fisik, tetapi juga mencakup dimensi pengalaman, emosi, dan layanan yang dialami oleh para pelanggan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ferdiansyah et al. (2024) menemukan bahwa Kualitas produk secara signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan, terbukti dengan adanya korelasi positif dan persamaan regresi pada penelitian yang dilakukan. Hal ini juga dikonfirmasi oleh Permana & Septiani (2024) yang menemukan bahwa kualitas produk merupakan faktor penentu kepuasan pelanggan yang berpengaruh secara positif dan signifikan. Tetapi hal ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Deloria et al. (2019) menemukan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh kecil terhadap kepuasan pelanggan,

Kualitas layanan adalah suatu tingkat keunggulan yang memenuhi harapan para pelanggan dari aspek kenyamanan, ketepatan, kecepatan, dan keramahan. Menurut Kotler & Keller (2018) usaha yang dikelola dengan baik yang dapat mencapai keunggulan pemasaran memiliki fokus terhadap pelanggan, pemahaman apa yang dibutuhkan oleh pelanggan, komitmen terhadap kualitas layanan, dan kebutuhan untuk melayani pelanggan yang bernilai tinggi untuk mengelola keluhan pelanggan. Dengan pendekatan ini suatu usaha dapat menciptakan pengalaman yang positif terhadap pelanggan sehingga pelanggan dapat membangun kepercayaan yang kuat terhadap usaha tersebut. Berdasarkan riset yang telah dilakukan oleh Ria et al. (2024) kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini juga dikonfirmasi oleh Tansatrisna et al. (2024) yaitu dimensi kualitas layanan seperti empati, keandalan, daya tanggap, dan jaminan berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Tetapi beberapa pernyataan positif tersebut bertolak belakang dengan penelitian Djatola & Hilal (2023) yang menyimpulkan bahwa meskipun keandalan, daya tanggap, dan jaminan berpengaruh positif terhadap

kepuasan pelanggan, empati dan bukti fisik tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

Harga adalah jumlah uang yang harus dikeluarkan untuk membeli atau menggunakan suatu produk atau jasa layanan. Menurut Rachmat & Rachmat et al. (2023) untuk menetapkan harga yang adil, perusahaan harus mempertimbangkan biaya produksi, promosi, dan layanan mereka. Para pengusaha sering kali menentukan harga dengan membandingkan produk yang serupa, agar produk terbaik dapat dijual dengan harga yang sesuai. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Indajang et al. (2023) menunjukkan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan merasa harga dari produk atau layanan adil dan masuk akal, tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Pernyataan ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Pranata & Wibowo (2023) yang menemukan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Tetapi, hasil penelitian ini bertolak belakang dengan temuan F. A. Ramadhan et al. (2021) yang menunjukkan bahwa harga dan kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan, bahkan ia menyatakan bahwa penurunan harga tidak selalu meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, *research gap* yang muncul adalah perbedaan hasil dari penelitian terdahulu terkait faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan di UMKM Sate Tegal Mamase di Jelambar untuk meneliti fenomena yang terjadi saat ini dan melakukan lebih pengujian mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM Sate Tegal Mamase di Jelambar”**

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang, maka identifikasi masalah sebagai berikut :

- a. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
- b. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
- c. Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
- d. Kendala dalam pelayanan
- e. Kesulitan untuk menetapkan harga dan kesesuaian nilai dengan harapan pelanggan
- f. Konsistensi kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

3. Batasan Masalah

Berdasarkan penjabaran terkait identifikasi masalah di atas, pembatasan masalah dilakukan mengingat luasnya ruang lingkup penelitian, yaitu sebagai berikut:

- a. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari empat variabel yaitu kualitas produk, kualitas layanan, dan harga sebagai variabel independen, kemudian kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen
- b. Subjek dalam penelitian ini dibatasi hanya pada pelanggan Sate Tegal Mamase.

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tentang identifikasi masalah dan batasan masalah diatas, maka rumusan masalah yang dirumuskan sebagai berikut :

- a. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Sate Tegal Mamase ?
- b. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Sate Tegal Mamase ?
- c. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Sate Tegal Mamase ?

B. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan UMKM Sate Tegal Mamase di Jelambar
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan UMKM Sate Tegal Mamase di Jelambar
- c. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan UMKM Sate Tegal Mamase di Jelambar

2. Manfaat

Adapun manfaat dalam penelitian adalah :

a. Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang bagaimana kualitas produk, kualitas layanan, dan harga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk meningkatkan aspek – aspek tersebut guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

b. Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah referensi kajian ilmiah terkait UMKM, khususnya dalam bidang kepuasan pelanggan serta faktor – faktor yang mempengaruhinya seperti kualitas produk, kualitas layanan, dan harga

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1985). From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. *Springer Series in Social Psychology*.
https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3_2
- Armaniah, H., Marthanti, A. S., & Yusuf, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Bengkel AHASS Honda Tangerang. *Penelitian Ilmu Manajemen*, 2(2), 2614–3747. <https://bmspeed7.com>
- Arsyad, M. R. P. S. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 183–197. <https://journal.steamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/4613>
- Azis, A., & Aswan, K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Kecamatan Lunang. *JURNAL ECONOMINA*, 2(6), 1203–1217. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i6.581>
- Baihaky, S., Yogatama, A. N., & Mustikowati, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi Snacks Malang. *Jurnal Ilmu Sosial*, 1(2). <https://bajangjournal.com/index.php/JISOS/article/view/1643>
- Bessie, J. L. D., & Suki, N. N. (2023). The Influence Of Service Quality, Product Quality and Price Towards Customer Satisfaction (Study On Waroenk Resto & Café, Kupang City). *LORY Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 4. <https://doi.org/https://doi.org/10.35508/glory.v4i1.10205>
- Budiarno, B., Bagus Nyoman Udayana, I., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(2), 226–233. <https://doi.org/https://doi.org/10.25134/equi.v19i02.4531>
- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoretis*. International Research and Development for Human Beings.
- Chandra, W., & Cokki. (2024). Peran Kualitas Layanan dan Ulasan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Tiktok Shop. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 6(2), 552–558. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jmk.v6i2.29858>
- Deloria, J., Altejar, L., & Dizon, C. (2019). *Study of the Effects of Customer Service Quality and Product Quality on Customer Satisfaction and Customer Loyalty*. 10. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.10055225.v1>

- Djatola, H. R., & Hilal, N. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Café Tanaris Sulawesi Tengah. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inova Bisnis*, 5(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.47201/jamin.v5i2.139>
- Ferdiansyah, R., Rahman, A. L., Fauzi, S., Dewi, V., Fathoni, V. R., & Wiharso, G. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Regresi Linier. *Jurnal Pariwisata Bisnis Digital Dan Manajemen*, 3(1), 1–7. <https://doi.org/10.33480/jasdim.v3i1.5019>
- Hair, J. F., hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sartetd, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A workbook* (1st ed.). Springer.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Indajang, K., Candra, V., Sianipar, M. Y., Sembiring, L. D., & Simatupang, S. (2023). The Effect of Service Quality and Price on Customer Satisfaction. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(3), 942–950. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i3.3090>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- Irena Julianti, F., & Cokki. (2023). Pengaruh Autentisitas Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Uniqlo di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 05(02), 315–322. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jmk.v5i2.23400>
- Jonathan, M. N., Firdausy, C. M., & Andrew, R. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Tamanm Impian Jaya Ancol. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 6(4), 1001–1009. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jmk.v6i4.32745>

- Juwanto. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Rahayu Demak. Universitas Semarang. *Universitas Semarang*.
<https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/B11A/2016/B.131.16.0303/B.131.16.0303-15-File-Komplit-20200303021334.pdf>
- Khairawati, S. (2019). Effect of customer loyalty program on customer satisfaction and its impact on customer loyalty. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478), 9(1), 15–23.
<https://doi.org/10.20525/ijrbs.v9i1.603>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed). Pearson.
https://opac.atmaluhur.ac.id/uploaded_files/temporary/DigitalCollection/ODIjY2E4ODIyODViZjFkODgzNDUxYWZlNWZhZmY2MGE5MDc0ZDVmYw==.pdf
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing management : an Asian perspective*. Pearson Education Limited.
- Masruroh, S., Wahyono, D., Muhaimin, Katjina, H., & Judijanto, L. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2464–2471. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i6.1728>
- Nathalia, T. C., & Soegandi, K. E. (2024). Journal of Economics, Finance and Management Studies The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction at 5-Star Hotels in Central Jakarta. *Journal of Economics Finance and Management Studies*, 7(1). <https://doi.org/10.47191/jefms/v7-i1-63>
- Novel, A. H., Kamanda, S. V., & Kusumayanti, K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (CFC Batuaji Batam). *Jurnal AL-AMAL*, 1(1), 26–32. <https://e-journal.institutabdullahsaid.ac.id/index.php/jurnal-al-amal/article/view/123>
- Novia, M. A., Semmaila, B., & Imaduddin. (2020). Pengaruh kualitas Layanan Dan KuaLitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Tata Kelola*, 7. <https://doi.org/10.52103/tatakelola.v7i2.174>
- Pane, A. D. P., & Lubis, F. A. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Ayam Geprek Dower Pekanbaru). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 484–493.
<https://doi.org/https://doi.org/10.37385/msej.v4i1.1453>

- Permana, A., & Septiani, F. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Alfamart VL Melati Mas Kota Tangerang Selatan (PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk). *JORAPI : Journal of Research and Publication Innovation*, 2(4).
<https://jurnal.portalpublikasi.id/index.php/JORAPI/index>
- Pertiwi, A. B., Ali, H., & Sumantyo, F. D. S. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan: analisis persepsi harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6).
<https://doi.org/https://doi.org/10.31933/jimt.v3i6.1093>
- Pranata, M. A., & Wibowo, Y. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indomaret Narogong Dayeuh Cileungsi. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4.
<https://doi.org/https://doi.org/10.55681/jige.v4i2.897>
- Rachmat, Z., Kom, S., Soepriyadi, M. M. I., Nur, M. M., Suprayitno, F., Eigis, M. M., Pramularso, Y., Yanuar, T., Syah, R., Ana, M. S., Bilgies, F., Justin, M. M., Soputra, H., Arief, Y., & Rukmana, S. T. (2023). *Kewirausahaan* (S. Ag. , M. M. Dr. Fachrurazi, Ed.). PT Global Eksekutif Teknologi. www.globaleksekutifteknologi.co.id
- Ramadhan, A. I., & Djawoto. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Restoran DK 26). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 12(9).
<https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/5512>
- Ramadhan, F. A., Marsudi, & Praharja, A. (2021). The Effect of Price on Customer Satisfaction Mediated by Brand Image. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 01(03).
<https://doi.org/https://doi.org/10.22219/jamanika.v1i3.17766>
- Reza Aliyanda, Ira Mayasha, Raihani Fadila, Ahlamul Jaris, Ridho Laksamana Fajri, & Pani Akhiruddin Siregar. (2024). Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Usaha Lontong Pak Muslim. *Ekonomi Keuangan Syariah Dan Akuntansi Pajak*, 1(4), 76–87.
<https://doi.org/10.61132/eksap.v1i4.559>
- Ria, A. M., Andari, T. T., & Yulianingsih, Y. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 11–19. <https://doi.org/10.57151/jeko.v3i1.295>
- Riswanto, A. L., Kim, S., & Kim, H. S. (2023). Analyzing Online Reviews to Uncover Customer Satisfaction Factors in Indian Cultural Tourism

- Destinations. *Behavioral Sciences*, 13(11).
<https://doi.org/10.3390/bs13110923>
- Sari, R. F., & Marlius, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada D'sruput Lapai Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, 1801–1812.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th Edition). Wiley. <https://library.ucyp.edu.my/wp-content/uploads/2024/01/Research-methods-for-business-A-skill-building-approach.pdf>
- Septianty, E., Elwisam, E., & Digdowiseiso, K. (2024). The Influence of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction Dunkin' Donuts South Jakarta. *Journal of Social Science*, 5(3), 946–955.
<https://doi.org/10.46799/jss.v5i3.843>
- Setiawan, W., & Safitri, K. (2019). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang beras batang gadis di agen S. Riyadi melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 3(3).
<https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v3i3.628>
- Simangunsong, B. Y. P. (2022). Peluang dan Tantangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM): Systematic Literature Review. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 1. <https://jurnal.ubt.ac.id/index.php/jureka/article/view/125>
- Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Giant Dept Store cabang BSD Tangerang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 7–13.
<https://doi.org/https://doi.org/10.29103/e-mabis.v21i1.473>
- Sutrisno, Irwansyah, S. R., Rochmi, A., Wibowo, T. S., & Rahmawati, H. U. (2022). Analysis Of Product Quality, Price And Brand Awareness On The Purchase Decision Of Coffee Products At Mccafe Fast Food Restaurant. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(6), 4121–4128.
<https://doi.org/https://doi.org/10.37385/msej.v3i6.1302>
- Tansatrisna, Y. A., Data, A., & Saragih, F. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Maxim Bike pada Mahasiswa FKIP Universitas Nusa Cendana. *Journal Economic Education, Business and Accounting (JEEBA)*, 3(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.35508/jeeba.v3i2.18530>
- Trilaksono, A. I., & Prabowo, B. (2023). Analisis Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel

- Intervening: Studi Kasus pada Gojek di Surabaya. *Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5, 101. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v5i1.1262>
- Wijaya, W. R. B., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Restoran ABC Di Pantai Indah Kapuk). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 1(3). <https://doi.org/10.38035/jkmt.v1i3>