
Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kenyamanan Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Joker

Ahmad Afiq Salwa*

Budi Wahono**

M. Ridwan Basamalah***

Email : ahmadafiq976@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

The aim of this research is to determine and analyze the influence of product quality, price and comfort of place on consumer satisfaction at Joker Stalls. Quantitative research is the focus of this research. The data used in this research is primary data. The data collection method used was a questionnaire. The data analysis method used in this research uses multiple linear regression analysis. The population in this research is warung Joker consumers. The sample in this study was 80 respondents. The result of this research are that product quality, price and comfort of the place have a significant effect on consumer satisfaction at Joker Stalls simultaneously and partially.

Keywords: Product Quality, Price, Comfort of Place, Consumer Satisfaction.

Pendahuluan

Di era revolusi industri 4.0 perkembangan teknologi dan informasi menyebabkan persaingan antar perusahaan dan perusahaan di pasar menjadi semakin kompetitif. Pada era ini, ruang lingkup, skala, kompleksitas dan perubahan aktivitas manusia dialami dalam dunia bisnis. Dalam keseharian masyarakat pasti membutuhkan tempat makan dan minum, atau hanya sekedar menikmati waktu untuk meminum kopi dan berkumpul bersama orang-orang terdekat.

Mengutip data dari Badan Pusat Statistik ([BPS](#)) yang dirilis pada Juni 2022, terdapat sebanyak 11.223 usaha kuliner yang tersebar di seluruh Indonesia pada tahun 2020. Sebanyak 8.042 usaha (71,65 persen) di antaranya berupa restoran atau rumah makan, 269 usaha (2,40 persen) berupa katering, dan sisanya 2.912 usaha (25,95 persen) masuk dalam kategori lainnya. Hal tersebut menyatakan bahwa jumlah usaha warung atau restoran lebih mendominasi. Namun berhubung di kota Malang banyak penduduk yang berasal dari luar kota yang berstatus menjadi mahasiswa ataupun pekerja rantauan, membuat warung makan lebih dipilih ketimbang memilih untuk ke restoran disebabkan mayoritas adalah anak kost yang harus meminimalisirkan pengeluaran.

Konsumen melakukan penyesuaian produk sesuai keinginan dan kebutuhannya karena kebutuhan konsumen merasa terpenuhi setelah menerima merek yang disesuaikan dengan kebutuhannya. Pembelian produk tentu saja memiliki fase dimana konsumen mempertimbangkan kemampuan finansial saat mengambil keputusan pembelian. Oleh karena itu, perusahaan harus berhati-hati dalam menentukan harga jual produknya.

Warung Joker salah satu warung makan dan warung kopi di Malang. Warung Joker ini didirikan oleh Bapak Edi. Warung ini didirikan pada tahun 2022. Makanan dan minuman yang dijual di warung ini dimulai dengan harga rata-rata 4.000 sampai 20.000 dengan sistem penjualannya yaitu bisa *dine-in*, *take away*, dan *online*. Semakin meningkat juga jumlah

konsumen yang datang ke Warung Joker karena telah dilakukan dengan cara kualitas produk yang diberikan oleh pelaku usaha kepada konsumen. kualitas produk yang diberikan oleh pelaku usaha yakni cita rasa dari makanan yang konsisten hingga sekarang dan kehygienisan terhadap bahan baku yang digunakan walaupun cuma sekedar warung sederhana. Harga yang diberikan juga sudah menyesuaikan dengan target pasar dari pelaku usaha yakni yang menargetkan mahasiswa, *driver* ojol, karyawan kerja, dan para konsumen lainnya. Pemberian fasilitas dari pelaku usaha juga berdampak positif pada kenyamanan tempat yang diberikan kepada konsumen. Dengan penyediaan *wi-fi* dan stopkontak yang membuat konsumen nyaman dan betah di tempat tersebut. Adapun tempat parkir yang luas untuk kendaraan roda dua dan roda empat, serta lokasi strategis yang terletak di kawasan zona kos mahasiswa yang membuat konsumen dari kalangan mahasiswa meningkat.

Dengan demikian penelitian ini bermaksud untuk mengetahui kualitas produk yang konsisten walaupun hanya warung sederhana, harga dari Warung Joker yang relatif terjangkau untuk konsumen, serta kenyamanan tempat yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap Warung Joker.

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

Kepuasan Konsumen

Evaluasi kinerja suatu produk terhadap kinerja sendiri digunakan untuk mengetahui kepuasan konsumen seperti yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2012). Menurut Sunyoto (2013:35) mengemukakan bahwa konsumen dapat merasakan tiga jenis kepuasan utama, yaitu kekecewaan, kurangnya kinerja dan kepuasan secara keseluruhan. Merasa puas, dan bila hasilnya melebihi ekspektasi, maka konsumen merasa sangat puas, senang dan bahagia.

Definisi kepuasan yang disebutkan sebelumnya dapat diartikan sebagai membandingkan layanan atau hasil pelanggan dengan harapan mereka. Jika produk yang diterima pelanggan sesuai dengan harapannya, maka pelanggan merasa puas. Sebaliknya, ketika pelanggan tidak menerima sesuatu yang tidak sesuai harapannya, maka pelanggan merasa kecewa.

Adapun indikator kepuasan konsumen sebagai berikut :

1. Kepuasan pada suatu produk.
2. Sesuai dengan harapan dalam membeli jenis produk.
3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain, mempengaruhi orang lain juga merasakan bahwa akan kualitas produk.
4. Melakukan pembelian ulang karena merasa puas akan sebuah produk.

Kualitas Produk

Segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk pembayaran, perolehan, penggunaan atau konsumsi dan dapat memberikan kepuasan kebutuhan masyarakat (Kotler dan Armstrong, 2015:248). Kualitas produk sebagai bentuk kapasitas suatu merek tertentu guna menjalankan fungsi yang diharapkan (Assauri, 2015:211).

Indikator dalam mengukur kualitas produk (Kotler dan Keller, 2016:8-10) antara lain yaitu bentuk (*form*), fitur (*feature*), kualitas kinerja (*performance quality*), kesan kualitas (*perceived quality*), ketahanan (*durability*), keandalan (*realibility*), kemudahan perbaikan (*repairability*), gaya (*style*) dan desain (*design*).

Harga

Harga adalah bagian satu-satunya komponen pada bauran pemasaran yang mendapatkan keuntungan perusahaan (Tjiptono, 2016:218). Harga sebagai sejumlah sesuatu dalam bentuk uang yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk/jasa (Suparyanto dan Rosad, 2015:141). Berdasarkan beberapa definisi yang telah diuraikan, harga yang ditentukan oleh produsen atau pedagang bertujuan untuk mendapatkan penghasilan. Harga memiliki peranan yang sangat penting pada bauran pemasaran sebab harga menghasilkan pendapatan.

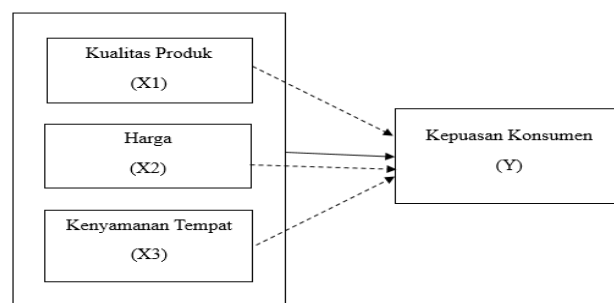
Tujuan harga yang ditetapkan setiap perusahaan berbeda-beda, tergantung manfaat dan tujuan apa yang ingin dicapai perusahaan. Menurut Tjiptono (2016:220), harga mempunyai tujuan yang berbeda secara mendasar, yaitu *Survival*, *Laba*, *Return On Investment (ROI)*, *Pangsa Pasar* dan *Aliran Kas*. Harga memiliki beberapa ukuran antara lain (Sindoro dan Molan, 2012:318) antara lain yaitu, keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat dan harga sesuai kemampuan atau daya saing harga.

Kenyamanan Tempat

Menurut Permana (2021) dalam penelitiannya menemukan bahwa kenyamanan tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ketika tingkat kenyamanan meningkat maka kepuasan pelanggan juga meningkat. Karena kenyamanan tempat sangat penting bagi pengusaha untuk menarik konsumen datang kepada pengusaha. Sedangkan menurut Dhillon et al., (2019) kenyamanan merupakan kondisi suatu ruangan yang diinginkan konsumen, seperti *coffeshop* yang bersih, pencahayaan yang cukup, nyaman dan suhu tidak panas. Konsumen merasa senang ketika mendapatkan lebih dari yang diharapkan.

Setiap orang mempunyai persepsi tertentu terhadap lingkungannya (Iskandar, 2012). Persepsi lingkungan merupakan proses persepsi lingkungan melibatkan aktivasi simultan faktor kognitif, emosional, interpretasi sensorik dan evaluatif dalam berbagai subjek yang terkait dengan panca indera (Itellson & Prohansky, 1978). Kenyamanan dapat diukur melalui beberapa indikator (Nguyen et al, 2015) antara lain yaitu lokasi, parkir, jam buka dan ketersediaan.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Keterangan:

- > = Pengaruh secara simultan
- > = Pengaruh secara parsial

Hipotesis

H1 : Bahwa kualitas produk, harga, dan kenyamanan tempat berpengaruh simultan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Joker Malang

H2 : Bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh parsial terhadap kepuasan konsumen pada Warung Joker Malang

H3 : Bahwa harga mempunyai pengaruh parsial terhadap kepuasan konsumen pada Warung Joker Malang

H4 : Bahwa kenyamanan tempat mempunyai pengaruh parsial terhadap kepuasan konsumen pada Warung Joker Malang

Metode Penelitian

Penelitian kuantitatif menjadi fokus penelitian ini. Lokasi penelitian ini dilakukan pada konsumen Warung Joker yang beralamat di Jl. Soekarno Hatta No 8a, Kelurahan Mojolangu, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Metode analisa data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda.

Populasi pada penelitian ini adalah konsumen dengan rata-rata per bulannya dari Warung Joker yang sebanyak 3000 konsumen. Sampel pada penelitian ini menggunakan metode Malhotra. jumlah pengunjung yang membeli di Warung Joker tidak mudah ditentukan, untuk menentukannya digunakan rumus yang melibatkan minimal empat sampai lima survei. Terdapat 16 indikator dalam penelitian ini. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 80 sampel (16 soal x 5). Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini merupakan teknik Purposive Sampling dengan *Purposive Sampling* dengan kriteria:

- 1) Melakukan pembelian di Warung Joker
- 2) Usia di atas 18 tahun
- 3) Masyarakat Kota

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Uji Validitas dan Reliabilitas

a) Uji Validitas

Tabel 1. Ringkasan Hasil Uji Validitas

No.	Indikator	Jumlah Data	R tabel	R Hitung	Keterangan
1	X1.1	80	0,1829	0,757	Valid
2	X1.2	80	0,1829	0,882	Valid
3	X1.3	80	0,1829	0,669	Valid
4	X1.4	80	0,1829	0,777	Valid
5	X2.1	80	0,1829	0,801	Valid
6	X2.2	80	0,1829	0,830	Valid
7	X2.3	80	0,1829	0,513	Valid
8	X2.4	80	0,1829	0,865	Valid
9	X3.1	80	0,1829	0,829	Valid
10	X3.2	80	0,1829	0,746	Valid
11	X3.3	80	0,1829	0,684	Valid
12	X3.4	80	0,1829	0,820	Valid
13	Y1.1	80	0,1829	0,877	Valid
14	Y1.2	80	0,1829	0,939	Valid
15	Y1.3	80	0,1829	0,922	Valid
16	Y1.4	80	0,1829	0,921	Valid

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan hasil pengujian diketahui nilai koefisien korelasi (r-hitung) masing-masing item pertanyaan dibandingkan dengan nilai r table, memiliki nilai r hitung lebih besar dari 0.1829. Maka dapat dinyatakan bahwa data valid dan dapat digunakan untuk penelitian.

b) Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach alpha	Keterangan
Kualitas Produk	0,776	Reliabel
Harga	0,753	Reliabel
Kenyamanan Tempat	0,768	Reliabel
Kepuasan	0,932	Reliabel

Sumber : Data Primer, 2024

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *cronbach alpha* memiliki nilai lebih dari 0,6 maka data reliabel dan bisa digunakan dalam penelitian.

Uji Normalitas

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.95752549
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.075
	Negative	-.065
Kolmogorov-Smirnov Z		.671
Asymp. Sig. (2-tailed)		.759

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan data hasil pengujian normalitas di atas diperoleh informasi bahwa data variabel Kualitas Produk, Harga, Kenyamanan Tempat dan Kepuasan memiliki nilai normalitas yang dapat dilihat dari *Asym. Sig (2-tailed)* sebesar 0,759 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan data tersebut berdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik

a) Uji Multikolinearitas

**Tabel 4. Hasil Uji Multikolonearitas
Coefficients^a**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	KualitasProduk	.742	1.348
	Harga	.785	1.274
	KenyamananTempat	.933	1.072

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan data hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai Tolerance lebih dari 0,10 yang berarti tidak ada kolerasi antar variabel independen. Hasil perhitungan nilai Variance Inflation Factor (VIF) juga menunjukkan nilai VIF kurang dari 10. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel dalam model regresi penelitian ini.

b) Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.496	1.732		2.018	.047
	KualitasProduk	-.016	.070	-.029	-.236	.814
	Harga	.062	.046	.111	1.353	.178
	KenyamananTempat	.059	.065	.102	.918	.362

Sumber : Data Primer,2024

Dari hasil pengujian heteroskedastisitas sebagaimana di paparkan dalam tabel 4.11, dapat diketahui bahwa nilai signifikan variabel Kualitas Produk (X_1) sebesar 0,814. Nilai signifikan variabel Harga (X_2) sebesar 0,178 dan nilai signifikan variabel Kenyamanan Tempat (X_3) sebesar 0,362. Jadi, berdasarkan nilai signifikansi yang terdapat pada ketiga variabel tersebut lebih besar dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-8.265	3.050		-2.709	.008
1 Kualitas Produk	.553	.123	.400	4.510	.000
Harga	.562	.102	.473	5.486	.000
KenyamananTempat	.302	.114	.209	2.649	.010

Sumber : Data Primer, 2024

Dari hasil analisis di atas, maka persamaan model regresi pada penelitian ini yaitu

$$Y = -8.265 + 0,553X_1 + 0,562X_2 + 0,302X_3 + e$$

Uji Hipotesis

a) Uji F (Uji Simultan)

Tabel 7. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14.868	3	4.956	3.858	.013 ^b
	Residual	97.624	76	1.285		
	Total	112.492	79			

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan hasil pengujian secara simultan pada tabel 4.13 menunjukkan nilai F hitung sebesar 3,858 dengan signifikansi F sebesar 0,013 ($0,013 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk, Harga dan Kenyamanan Tempat berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Joker Malang dengan demikian hipotesis H_1 diterima.

b) Uji t (Uji Parsial)

Tabel 8. Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-8.265	3.050		-2.709	.008
1 KualitasProduk	.553	.123	.400	4.510	.000
Harga	.562	.102	.473	5.486	.000
KenyamananTempat	.302	.114	.209	2.649	.010

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan hasil uji t dapat dianalisis sebagai berikut:

1. Nilai signifikansi kualitas produk (X_1) sebesar 0.000 atau < 0.05 . Artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Nilai signifikansi harga (X_2) sebesar 0.000 atau < 0.05 . Artinya harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Nilai signifikansi kenyamanan tempat (X_3) sebesar 0.000 atau < 0.05 . Artinya kenyamanan tempat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.364 ^a	.256	.229	1.13337

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (*Adjusted R²*) sebesar 0,229. Hal ini berarti sebesar 22,9% Kepuasan Konsumen pada Warung Joker Malang dipengaruhi oleh Variabel Kualitas Produk, Harga dan Kenyamanan Tempat sedangkan sisanya sebesar 77,1% (100% – 22,9%) dipengaruhi oleh variabel lain seperti *Brand Image*, promosi, media sosial, dan kualitas pelayanan.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kenyamanan Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji F pada variabel kualitas produk, harga dan kenyamanan tempat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Warung Joker yang artinya Hipotesis pertama (H1) diterima. Hasil analisis statistik menggambarkan bahwa variabel kualitas produk, harga dan kenyamanan tempat dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada Warung Joker. Hasil uji ini sejalan dengan penelitian Gladis, Lotje, dan Jantje (2017) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pasar Tradisional Remboken.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan secara parsial menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Warung Joker. Nilai Koefisien beta menunjukkan nilai sebesar 0,553 (berpengaruh positif) dengan demikian maka H₂ diterima. Kualitas Produk merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan seorang konsumen. Kualitas Produk yang baik akan memberikan dampak positif bagi sebuah usaha yang akhirnya akan memberikan keuntungan bagi pemilik usaha melalui peningkatan pembelian konsumen karena adanya kepuasan dari konsumen terhadap suatu produk. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Gregorius Alvino (2020), Rina Sukmawati (2018) dan Sjendry, Agus, Jefry (2014).

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan secara parsial menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Warung Joker. Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa harga makanan atau minuman yang ditawarkan oleh pemilik Warung Joker Malang kepada konsumen kompetitif, terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang diberikan, merupakan salah satu cara untuk memuaskan konsumen. Penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Pamungkas (2020), Gregorius Alvino (2020), Rina Sukmawati (2018) dan Sjendry, Agus, Jefry (2014).

Pengaruh Kenyamanan Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan secara parsial menunjukkan bahwa kenyamanan tempat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa kenyamanan tempat dari segi lokasi, parkir, jam buka serta ketersediaan merupakan faktor penentu terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini

mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Melinda, Suryadi, Nani (2023), Pamungkas (2020), dan Gladis, Lotje, dan Jantje (2017).

Kesimpulan

Dari hasil pengujian dengan menggunakan model regresi linear berganda, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian secara simultan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga dan Kenyamanan Tempat berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Joker Malang.
2. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Joker Malang.
3. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Joker Malang.
4. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel Kenyamanan Tempat berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Joker Malang.

Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, sebagai tindak lanjut dari beberapa penelitian, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan menambah lokasi penelitian
2. Untuk penelitian selanjutnya dapat menambah variabel independen lain seperti *brand image*, promosi, media sosial dan kualitas pelayanan.

Referensi

- Amstrong & Philip, Kotler. (2012) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo. Alma, B.
- Assauri, Sotjan. 2015. *Manajemen pemasaran : Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Alvino, G. (2020, November 20). *Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*. Retrieved from https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/20958/2/T1_212015200_Full%20text.pdf
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bailia, J. F., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan di Kota Manado. *Emba*, 1686-1814.
- Chester L. Hunt dan Paul B. Horton, 1993. *Sosiologi*, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Choirunisa, M. P., Suryadi, & Septiani, N. (2023). Pengaruh Kenyamanan, Kualitas Pelayanan, Dan Keragaman Produk Terhadap. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 133-140.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guilford, J.P., & Fruchter, B. (1978). *Fundamental Statistic in Psychology*. California: Brooks/Cole Publishing Company
- G. M., L. K., & J. S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pasar Tradisional Remboken. *EMBA*, 2469-2477.
- Iskandar, Z. 2012. *Psikologi Lingkungan : Teori dan Konsep*. Bandung: Reflika Aditama

- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip & Armstrong. 2012. *Marketing Management*. 14th Edition. Prentice Hall: New Jersey.
- Kotler, Philip & Armstrong. 2015. *Marketing an Introducing Prentice Hall Twelfth edition*. England : Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th Edition. Pearson Education, Inc.
- Kusumaningrum, P. W. (2020, Mei 9). *Pengaruh Kenyamanan Tempat, Harga, Varian Produk, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*. Retrieved from <https://eprints.ums.ac.id/84720/1/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>
- Nguyen, The Ninh, et.al. 2015. The Impact of Marketing Mix Elements on food Buying Behavior: A Study of Supermarket Consumers in Vietnam. *International Jurnal of Business and Management*. (Online). Vol.10, No.10, diakses tanggal 14 November 2016. Pukul 14.13 WIB.
- Priyatno, D. 2010. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Permana, A. Y., Nurrahman, H., & Permana, A. F. S. (2021). Systematic Assessment with “POE” Method in Office Buildings cases study on The Redesign Results of Office Interior after Occupied and Operated. *Journal of Applied Engineering Science*, 19(2), 448–465. <https://doi.org/10.5937/jaes0-28072>
- Slovin (Sevilla et. al., 1960 : 182) Menentukan jumlah sampel dengan rumus Slovin.
- Sopiah. Syihabudhin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung : Alfabeta.
- Sukmawati, R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 130-142.
- Suparyanto & Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. IN MEDIA : Bogor
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi III. Andi. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy & Chandra. 2016. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta : Andi.
- Weisman Gerald D. (1981). *Modelling Environment – Behavior System : Brief Note*, *Journal Of Man– Environment Relation*, The Pennsylvania State. University USA.

Ahmad Afiq Salwa* Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Budi Wahono** Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

M. Ridwan Basamalah*** Adalah Dosen Tetap FEB Unisma