

**PENGARUH LOKASI, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
SENTRA KULINER PASAR SENGGOL DI KECAMATAN GRESIK**

Imam Rahman Anandito¹ Abdul Halik²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email : ¹ditorahman@gmail.com, ²halik@untag-sby.ac.id.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh dari lokasi, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Sentra Kuliner Pasar Senggol di Kecamatan Gresik. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen atau pengunjung dari Sentra Kuliner Pasar Senggol di Kecamatan Gresik.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling dimana teknik dengan menggunakan kriteria oleh peneliti dalam memilih sampel dan diperoleh sebanyak 100 responden. Menggunakan perhitungan SPSS versi 26.

Penelitian ini menjelaskan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi model sebesar 55%, sisanya 45% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Teknik analisis data menggunakan Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi R^2 , dan pengujian hipotesis menggunakan Uji t dan Uji F. Uji Asumsi Klasik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heteroskedastisitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Sentra Kuliner Pasar Senggol di Kecamatan Gresik. (2) Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Sentra Kuliner Pasar Senggol di Kecamatan Gresik. (3) Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Sentra Kuliner Pasar Senggol di Kecamatan Gresik. (4) Lokasi, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Sentra Kuliner Pasar Senggol di Kecamatan Gresik.

Kata Kunci : UMKM, Lokasi, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This study aims to prove and analyze the effect of location, price perception, and service quality on consumer satisfaction at Senggol Market Culinary Center in Gresik District. The research approach used in this study uses a quantitative descriptive approach. The population in this study were all consumers or visitors from the Senggol Market Culinary Center in Gresik District.

The sampling technique used was a purposive sampling technique where the technique used the criteria by the researcher in selecting samples and obtained as many as 100 respondents. Using SPSS version 26 calculations.

This study explains that customer satisfaction is influenced by the model by 55%, the remaining 45% is influenced by other variables that are not in this study. Data analysis

techniques used Multiple Linear Regression, Coefficient of Determination R^2 , and hypothesis testing using the t test and F test. The classical assumption test used in this study used the Normality Test, Multicollinearity Test, and Heteroscedasticity Test.

The results showed that (1) Location has a significant effect on consumer satisfaction at the Senggol Market Culinary Center in Gresik District. (2) Price perception has a significant effect on consumer satisfaction at Senggol Market Culinary Center in Gresik District. (3) Service quality has a significant effect on consumer satisfaction at the Senggol Market Culinary Center in Gresik District. (4) Location, Perceived Price, and Quality of Service simultaneously have a significant effect on Consumer Satisfaction at the Senggol Market Culinary Center in Gresik District.

Keywords: UMKM, Location, Perceived Price, Quality of Service, and Consumer Satisfaction

PENDAHULUAN

Dunia usaha bisnis tentunya akan terus mengalami perkembangan yang berdampak signifikan terhadap perekonomian masyarakat sekitar. Salah satu penggerak perekonomian masyarakat sekitar adalah kegiatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. UMKM merupakan usaha produktif milik perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha dan dinilai berkembang. Serta mampu meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. Di Indonesia sendiri terdapat banyak pelaku UMKM yang dapat ditemui diberbagai kalangan masyarakat. Tentunya hal ini mendukung dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya masyarakat setempat. Adanya persaingan bisnis UMKM baik dari sentra kuliner atau UMKM yang bergerak dibidang kuliner yang tersebar di berbagai tempat dan daerah lainnya

Penamaan tempat menggunakan nama sentra kuliner karena izin yang diberikan Dinas Koperasi, Usaha Mikro, dan Perindustrian dan Perdagangan (Diskoperindag) Kabupaten Gresik. Adalah izin pendirian usaha bidang kuliner atau makanan yang berlokasi di Jalan Arif Rahman Hakim Gresik, yang mampu

menarik banyak konsumen atau wisatawan. Langkah pemerintah Kabupaten Gresik melalui Dinas Koperasi, Usaha Mikro, dan Perindustrian dan Perdagangan (Diskoperindag) dalam menaungi paguyuban pedagang ini adalah. Pengenalan potensi yang ada, dan diberikan izin pendirian usaha. Tempat berupa tanah pendirian usaha serta izin usaha sehingga usaha dapat berdiri dengan izin yang berlaku yang tidak dapat dirubah tanpa keputusan bersama, dan Sentra kuliner pasar senggol di kecamatan Gresik termasuk jenis UMKM Mikro.

Konsumen Sentra Kuliner Pasar Senggol Di Kecamatan Gresik pada umumnya merupakan masyarakat Gresik. Terutama di sekitar lokasi Sentra Kuliner Pasar Senggol Di Kecamatan Gresik ini berdiri. Seperti pelajar, mahasiswa, pekerja, dan masyarakat sekitar. Tidak hanya itu konsumen dari Sentra Kuliner Pasar Senggol Di Kecamatan Gresik ini juga para pendatang karena penasaran dengan keberadaan sentra kuliner ini. Dikarenakan faktor harga yang ditetapkan terbilang terjangkau, dengan pelayanan yang memuaskan dan dengan rasa yang lezat. Oleh karena itu kepuasan konsumen menjadi salah satu faktor yang harus diperhatikan untuk mempertahankan

konsumen. Baik yang sudah pernah datang berkunjung, untuk berkunjung kembali. Karena mereka memiliki daya kekuatan yang dinilai besar untuk menarik konsumen baru untuk berkunjung.

Faktor konsumen masyarakat Gresik menyukai keberadaan Sentra Kuliner Pasar Senggol Di Kecamatan Gresik ini adalah karena selain lokasi yang strategis. Pelayanan di Sentra Kuliner Pasar Senggol Di Kecamatan Gresik ini bagus dan didukung oleh faktor pendukung lainnya. Pengaruh variabel kepuasan konsumen terhadap variabel lokasi yaitu, lokasi menentukan jalannya usaha berdiri. Penelitian ini lokasi yang digunakan dinilai strategis dan dekat dari jangkauan konsumen seperti lokasi usaha dekat pemukiman warga. Dekat dengan kawasan sekolah dan perguruan tinggi atau Universitas, berada di jalan utama, dan dekat fasilitas umum Gresik.

Pengaruh variabel kepuasan konsumen terhadap variabel persepsi harga yaitu, dengan penetapan harga yang ditetapkan dinilai terjangkau dan ekonomis oleh konsumen. Maka produk akan diminati dan meningkatkan kepuasan pada konsumen. Harga yang ditetapkan di sentra kuliner pasar senggol di kecamatan gresik terjangkau, dan dilengkapi dengan adanya papan harga atau daftar menu kuliner yang diletakkan tepat didepan etalase atau depan usaha itu didirikan.

Pengaruh variabel kepuasan konsumen terhadap variabel kualitas pelayanan yaitu, dengan meningkatnya kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Akan meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen dalam membeli produk. Seperti halnya dengan memberikan pelayanan yang terbaik, mampu

memberikan penjelasan terkait makanan dan minuman baik tentang rasa, keluhan, dan mampu memberikan solusi yang terbaik terkait dengan keluhan yang dirasakan konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah dan penjelasan tersebut dapat diketahui kepuasan konsumen di Sentra Kuliner Pasar Senggol Di Kecamatan Gresik. Maka rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sentra kuliner pasar senggol di Kecamatan Gresik ?
2. Apakah persepsi harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sentra kuliner pasar senggol di Kecamatan Gresik ?
3. Apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sentra kuliner pasar senggol di Kecamatan Gresik ?
4. Apakah lokasi, persepsi harga, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sentra kuliner pasar senggol di Kecamatan Gresik ?

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2017:6) Manajemen pemasaran adalah manajemen pemasaran merupakan pasar sasaran untuk menarik, mempertahankan, dan meningkatkan konsumen dengan menciptakan dan memberikan kualitas penjualan yang baik. Sehingga dapat disimpulkan manajemen pemasaran adalah, ilmu yang digunakan dan diterapkan dalam bisnis dengan proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian. Konsep

pemasaran yang menarik dan menghasilkan konsep pemasaran yang mampu meningkatkan konsumen dengan cara memilih dan menetapkan pasar potensial yang tepat sasaran.

Perilaku Konsumen

Kotler dan Keller (2016:179) Perilaku konsumen merupakan sebagai studi tentang bagaimana tindakan suatu kelompok, organisasi atau individu dalam memilih dan membeli suatu produk atau jasa terhadap kebutuhan atau keinginan pelanggan. Dalam buku "Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran" halaman 2 oleh Dr. M. Anang Firmansyah. Mengatakan bahwa perilaku konsumen adalah, proses erat kaitannya dengan proses pembelian, dimana konsumen melakukan aktivitas pencarian, meneliti, dan evaluasi produk dan jasa.

Lokasi

Kotler dan Armstrong (2018:51) Lokasi merupakan berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian produk atau jasa kepada para konsumen dan dimana lokasi yang strategis. Menurut Kuswatiningsih (2018:15) indikator lokasi yaitu sebagai berikut :

1. Akses
2. Visibilitas
3. Lalu lintas
4. Tempat parkir
5. Ekspansi
6. Lingkungan
7. Persaingan
8. Peraturan pemerintah

Persepsi Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:324) Persepsi harga merupakan cara konsumen melihat harga yang tinggi, rendah dan wajar, dan proses individu dalam memilih, mengatur dan mengubah informasi yang ada. Menjadi gambaran keseluruhan untuk melihat harga, dan jumlah uang yang dihabiskan atau dikeluarkan untuk produk atau layanan jasa. Indikator yang mencirikan harga menurut Kotler dan Keller (2016:112) diantaranya yaitu :

1. Keterjangkauan harga dengan kualitas produk
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk atau jasa
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan fokus yang berhubungan dengan kepuasan kebutuhan dan persyaratan. Serta ketepatan waktu dalam rangka memenuhi harapan pelanggan atau konsumen Arianto (2018:83). Menurut Arianto (2018:83) indikator kualitas pelayanan yaitu :

1. *Reliability* atau kehandalan
2. *Tangibles* atau bukti langsung
3. *Responsiveness* atau daya tanggap
4. *Assurance* atau jaminan
5. *Empati* atau empati

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk yang diperkirakan

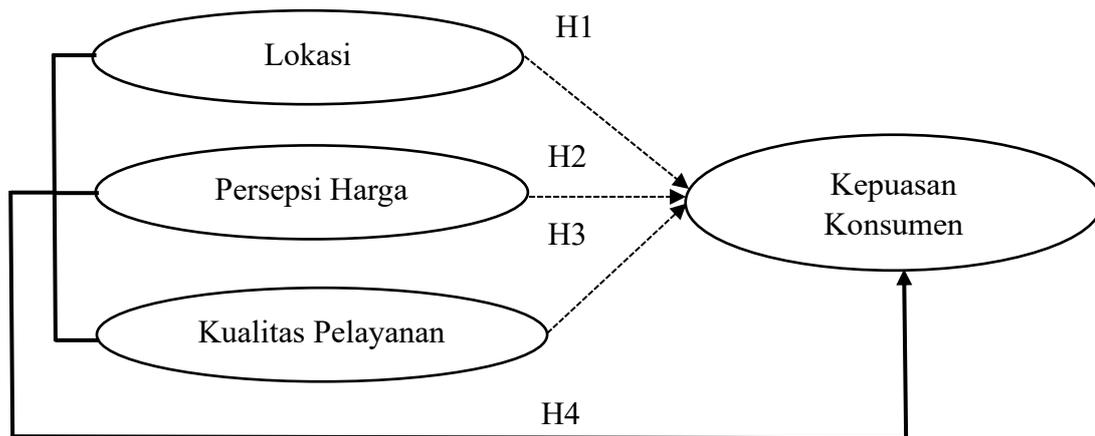
terhadap kinerja yang diharapkan. Kotler dan Keller dalam donni juni priansah (2017:196). Menurut Indrasari (2019:92) indikator kepuasan konsumen yaitu :

1. Kesesuaian harapan
2. Minat berkunjung kembali
3. Kesiediaan merekomendasikan

Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka kerangka pikir dan model hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Kerangka Konseptual



Hipotesis Penelitian

- 1) Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sentra kuliner pasar senggol di kecamatan Gresik
- 2) Persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap terhadap kepuasan konsumen sentra kuliner pasar senggol di kecamatan Gresik
- 3) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sentra kuliner pasar senggol di kecamatan Gresik
- 4) Lokasi, persepsi harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sentra kuliner pasar senggol di kecamatan Gresik

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Populasinya adalah seluruh konsumen atau pengunjung Sentra Kuliner Pasar Senggol Di Kecamatan Gresik yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti. Dengan sampel sebanyak 100 responden, menggunakan rumus perhitungan Cochran. Menggunakan data primer yaitu melalui kuesioer, menggunakan metode *non probability sampling*. Data diolah menggunakan IBM SPSS versi 26, dengan menggunakan analisis Regresi Linier Berganda yaitu Koefisien Determinasi R^2 . Pengujian hipotesis yaitu menggunakan Uji t dan Uji F. Uji Asumsi Klasik yaitu menggunakan Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heteroskedastisitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh

dari lokasi, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara parsial dan simultan Sentra Kuliner Pasar Senggol di Kecamatan Gresik.

Hasil Uji Statistik t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	10,447	4,485		2,329	,022
	Lokasi (X1)	,255	,099	,224	2,584	,011
	Persepsi Harga (X2)	,768	,162	,449	4,756	,000
	Kualitas Pelayanan (X3)	,245	,084	,226	2,902	,005

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber : Lampiran 7 Output Hasil Pengujian Hipotesis (SPSS)

Nilai signifikan pengaruh variabel Lokasi terhadap variabel Kepuasan Konsumen yaitu sebesar $0,011 < 0,05$ atau nilai $t_{hitung} 2,584 > \text{nilai } t_{tabel} 1,660$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Lokasi dapat diterima yang berarti Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Sentra Kuliner Pasar Senggol Di Kecamatan Gresik.

Nilai signifikan pengaruh variabel Persepsi Harga terhadap variabel Kepuasan Konsumen yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ atau nilai $t_{hitung} 4,756 > \text{nilai } t_{tabel} 1,660$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Persepsi Harga

dapat diterima yang berarti Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Sentra Kuliner Pasar Senggol Di Kecamatan Gresik.

Nilai signifikan pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap variabel Kepuasan Konsumen yaitu sebesar $0,005 < 0,05$ atau nilai $t_{hitung} 2,902 > \text{nilai } t_{tabel} 1,660$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dapat diterima yang berarti Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Sentra Kuliner Pasar Senggol Di Kecamatan Gresik.

Hasil Uji Simultan F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1483,383	3	494,461	39,088	,000 ^b
	Residual	1214,407	96	12,650		
	Total	2697,790	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X3), Lokasi (X1), Persepsi Harga (X2)

Dari tabel diatas diketahui F_{hitung} yaitu sebesar 39,088. Sedangkan F_{tabel} yaitu 2,70. Sehingga dapat disimpulkan F_{hitung} $39,088 > F_{tabel}$ 2,70. Dari signifikansi yang dihasilkan yaitu $0,000 < 0,05$, sehingga dari hipotesis yaitu H_4 diterima H_0 ditolak atau hipotesis dapat diterima. Menyatakan hipotesis diterima. Sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini Lokasi, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

Pembahasan

Pengaruh Lokasi (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil analisis variabel lokasi diperoleh t_{hitung} sebesar $2,584 > t_{tabel}$ 1,660 dan nilai signifikan $0,011 < 0,05$. Disimpulkan Lokasi (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Diartikan keberadaan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan semakin strategis lokasi itu berada maka kepuasan konsumen akan meningkat. Sebaliknya apabila lokasi usaha berada di tempat yang tidak strategis maka kepuasan konsumen akan semakin menurun.

Pengaruh Persepsi Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasar hasil analisis variabel persepsi harga diperoleh t_{hitung} sebesar $4,756 > t_{tabel}$ 1,660 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Disimpulkan Persepsi Harga (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan persepsi harga juga menentukan tingkat kepuasan konsumen. Apabila persepsi harga

ditetapkan terlalu tinggi maka konsumen akan membeli di tempat lain yang memiliki produk yang sama dengan harga dibawahnya. Persepsi harga yang ditetapkan tinggi akan mengurangi tingkat kepuasan konsumen. Sebaliknya apabila harga yang ditetapkan bernilai ekonomis maka kepuasan konsumen akan dinilai semakin meningkat.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasar hasil analisis variabel kualitas pelayanan diperoleh t_{hitung} sebesar $2,902 > t_{tabel}$ 1,660 dan nilai signifikan $0,005 < 0,05$. Disimpulkan Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Diartikan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan pedagang kepada konsumen maka kepuasan konsumen akan meningkat. Sebaliknya apabila kualitas pelayanan yang diberikan dinilai buruk dan tidak sesuai dengan harapan konsumen maka kepuasan konsumen akan semakin menurun.

Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Di Sentra Kuliner Pasar Senggol Di Kecamatan Gresik

Hasil analisis Hipotesis secara simultan melalui Uji F didapatkan dari variabel bebas atau independen yaitu : Lokasi (X1), Persepsi Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen atau terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y). Dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar

$0,000 < 0,05$ dan F_{hitung} sebesar 39,088 sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 2,70. Dengan F_{hitung} nilai $39,088 > F_{tabel}$ 2,70. Artinya Lokasi, persepsi harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin strategis lokasi, semakin baik harga yang diberikan akan menimbulkan persepsi harga yang baik, dan semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan. Dapat meningkatkan tingkat kepuasan konsumen. Sebaliknya apabila lokasi, persepsi harga, dan kualitas pelayanan dinilai buruk atau tidak sesuai harapan konsumen maka kepuasan konsumen akan dinilai semakin menurun.

KESIMPULAN

1. Lokasi berpengaruh parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Sentra Kuliner Pasar Senggol di Kecamatan Gresik.
2. Persepsi harga berpengaruh parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Sentra Kuliner Pasar Senggol di Kecamatan Gresik.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Sentra Kuliner Pasar Senggol di Kecamatan Gresik.
4. Lokasi, persepsi harga, dan kualitas pelayanan secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Sentra Kuliner Pasar Senggol di Kecamatan Gresik.

DAFTAR PUSTAKA

Baharudin, D. N., & Lestariningsih, M. (2018). Pengaruh Produk, Harga, Tempat dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kafe Kopi Rolag. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(10), 1–18.

Muttaqin, M. Z., & Kartini, I. A. N. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Gojek Di Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo. *JEM17: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(2), 1–16.

Nugroho, A., & Astuti, P. B. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(3), 598–608.

Nurchahyo, B. H., & Khasanah, I. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Word Of Mount Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Taman Joglo Cafe Semarang). *Jurnal Operasional Variabel. Diponegoro Journal of Management*, 5, 1–16.

Prastyo, Y. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Diskuupi Cafe Surabaya. *Repository Untag*.

Rizmawardi, F., & Sonang Sitohang. (2021). Pengaruh Lokasi, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Chronos Cafe Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(9), 1–16.

Sukarsih, N. K. O., & Suputra, G. A. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Habitat Ubud. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(3), 861–872.

- Susanti, D. D. (2019). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Surabaya Food Street. Repository Untag.
- Firmansyah, M. A. (2018). PERILAKU KONSUMEN Sikap dan Pemasaran. Surabaya: Deepublish Publisher.
- Matantu, R. N., Tamp, D. L., & Mangindaan, J. V. (2020). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Gran Puri Manado. *Productivity, Vol. 1 No. 4*, 355-360.
- Nugraha, R. C., Hurriyati, R., & Utama, D. H. (Number 1, May 2018). Persepsi Merek Mewah Untuk Membangun Minat Beli. *Journal of Business Management Education*, 122-128.
- Pramudita, D. T., Gunawan, N. F., Ningsih, M. C., & Adilah, R. (Volume 3, Issue 1, 2022). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Harga Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran) *JMPIS jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu sosial*, 424-436.
- William, & Purba, T. (Februari 2020). Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mazda Di Kota Batam. *Jurnal EMBA*, 1987-1996.