



PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI WISATA KULINER KAWA DAUN PARIANGAN

¹Angelina Diaz Viera, ²Lise Asnur, ³Yulia

^{1,2}Universitas Negeri Padang

³Kedai Kawa Daun Puncak Mortir

Corresponding author, e-mail: lise.asnur@fpp.unp.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kualitas produk memengaruhi kepuasan konsumen terhadap minuman Kawa Daun di Wisata Kuliner Kawa Daun Pariangan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan desain kausal-asosiatif. Populasi dalam penelitian ini mencakup 450 konsumen yang mengonsumsi minuman Kawa Daun selama periode satu bulan. Melalui teknik purposive sampling dan perhitungan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, diperoleh sampel sebanyak 82 responden. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner berskala Likert yang sebelumnya telah diuji validitas dan reliabilitasnya, kemudian data tersebut diolah dengan teknik analisis regresi linear sederhana. Berdasarkan hasil pengolahan data, ditemukan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, yang ditunjukkan melalui nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,546, nilai Beta 0,497, nilai t hitung 4,844, serta tingkat signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini dinyatakan diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kualitas produk yang dirasakan oleh konsumen, maka semakin meningkat pula kepuasan yang mereka rasakan terhadap minuman Kawa Daun di Wisata Kuliner Kawa Daun Pariangan.

Abstract

This research was conducted to determine the extent to which product quality affects consumer satisfaction with Kawa Daun drinks at Kawa Daun Culinary Tourism in Pariangan. The method used is a quantitative approach with a causal-associative design. The population in this study includes 450 consumers who consumed Kawa Daun drinks over a one-month period. Melalui teknik purposive sampling dan perhitungan rumus Slovin dengan margin of error 10%, diperoleh sampel sebanyak 82 responden. La recolección de datos se llevó a cabo utilizando un cuestionario de escala Likert que había sido previamente probado por su validez y fiabilidad, y luego los datos fueron procesados utilizando técnicas de análisis de regresión lineal simple. Berdasarkan hasil pengolahan data, ditemukan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, yang ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,546, nilai Beta sebesar 0,497, nilai t sebesar 4,844, dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Thus, the hypothesis in this study is accepted. These findings indicate that the higher the perceived quality of the product by consumers, the greater their satisfaction with the Kawa Daun drink at the Kawa Daun Culinary Tour in Pariangan.

Kata kunci: kualitas produk, kepuasan konsumen, kawa daun, wisata kuliner

PENDAHULUAN

Ketertarikan masyarakat terhadap dunia kuliner semakin meningkat, tidak hanya sebagai kebutuhan sehari-hari, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup dan pengalaman berwisata. Wisata kuliner merupakan salah satu unsur penting yang menjadi daya tarik dalam pengembangan destinasi pariwisata di Indonesia. Hal ini turut mendorong perkembangan Wisata Kuliner Kawa Daun Pariangan sebagai destinasi yang mengangkat kearifan lokal, sehingga para pelaku usaha di dalamnya perlu menjaga dan meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan guna memenuhi ekspektasi serta menciptakan kepuasan bagi konsumen. Dengan demikian, kualitas produk menjadi salah satu faktor krusial yang berkontribusi terhadap tingkat kepuasan konsumen dalam sektor kuliner [1].

Salah satu warisan kuliner Minangkabau yang masih bertahan hingga kini adalah kawa daun, minuman berbahan dasar daun kopi kering yang diolah menyerupai teh. Konon, minuman ini lahir dari keterbatasan masyarakat Minangkabau pada masa kolonial untuk menikmati biji kopi, sebab hasil panen kopi kala itu lebih diprioritaskan untuk kepentingan ekspor. Dari situlah muncul kebiasaan memanfaatkan daun kopi sebagai pengganti. Tradisi ini kemudian berkembang subur di wilayah Pariangan dan Batusangkar, Kabupaten Tanah Datar salah satu pusat peradaban Minangkabau. Cara penyajiannya pun masih dipertahankan secara tradisional, yakni menggunakan sayak atau tempurung kelapa, sehingga kawa daun menjelma menjadi ikon Wisata Kuliner Kawa Daun Pariangan yang menawarkan lebih dari sekadar minuman ia juga menghadirkan cerita sejarah dan kekayaan budaya Minangkabau kepada setiap wisatawan yang berkunjung [2], [3]

Dalam industri kuliner, kepuasan konsumen menjadi penentu keberlangsungan sebuah usaha. Saat konsumen merasa apa yang mereka terima sepadan atau bahkan melampaui ekspektasi, kecenderungan untuk kembali membeli, memberi ulasan positif, dan merekomendasikan produk kepada orang lain akan meningkat. Sebaliknya, ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan akan berdampak pada menurunnya minat konsumen untuk melakukan transaksi ulang di kemudian hari, Nugroho dalam [4][5]

Salah satu unsur yang diyakini paling berperan dalam membentuk kepuasan tersebut adalah kualitas produk. Konsep ini merujuk pada sejauh mana suatu produk sanggup memenuhi kebutuhan dan ekspektasi konsumen, yang tercermin lewat sejumlah atribut seperti performa, fitur, daya tahan, kesesuaian dengan standar, dan nilai estetika. Produk bermutu tinggi cenderung menghadirkan pengalaman konsumsi yang memuaskan, sehingga secara langsung turut mengangkat tingkat kepuasan konsumen, Kotler & Keller dalam [6], [7]

Berdasarkan hasil observasi awal yang peneliti lakukan pada April 2026 di kawasan Wisata Kuliner Kawa Daun Pariangan, serta peninjauan lapangan berupa pengamatan langsung dan wawancara singkat dengan 30 konsumen, ditemukan adanya variasi penilaian konsumen terhadap kualitas produk minuman kawa daun. Sebagian konsumen mengungkapkan bahwa kualitas produk yang disajikan belum sepenuhnya konsisten, misalnya rasa yang terkadang cenderung lebih pahit

dibandingkan yang diharapkan, suhu penyajian yang tidak selalu stabil, serta tingkat konsistensi penyajian yang masih berbeda-beda pada setiap kunjungan. Temuan awal ini mengindikasikan bahwa terdapat sejumlah aspek kualitas produk yang masih perlu mendapat perhatian, mengingat hal tersebut berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan kajian lebih mendalam guna menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Wisata Kuliner Kawa Daun Pariangan.

Bertolak dari persoalan itu, penelitian ini disusun dengan tujuan untuk menelaah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada minuman Kawa Daun di Wisata Kuliner Kawa Daun Pariangan. Diharapkan, temuan penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan praktis bagi pengelola usaha dalam upaya memperbaiki mutu produk yang disuguhkan, sekaligus menjadi rujukan akademik bagi riset-riset berikutnya tentang kepuasan konsumen atas produk kuliner tradisional yang dikemas dalam bingkai pariwisata.

METODOLOGI

Jenis dan Lokasi Penelitian

Riset ini menganut paradigma kuantitatif dengan rancangan kausal-asosiatif, yang diarahkan untuk mengungkap ada tidaknya pengaruh antara kualitas produk sebagai variabel bebas dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat. Pengumpulan data lapangan bersumber dari kuesioner yang disebarkan kepada pengunjung yang telah menikmati sajian “kawa daun” di kawasan Wisata Kuliner Kawa Daun Pariangan, Kecamatan Pariangan, Kabupaten Tanah Datar. Pengambilan data berlangsung sepanjang bulan Juni hingga Juli 2026.

Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini mencakup keseluruhan pengunjung yang mengonsumsi minuman Kawa Daun di lokasi penelitian selama kurun waktu satu bulan, dengan jumlah total 450 orang. Dari jumlah populasi tersebut, dipilih 82 responden sebagai sampel penelitian melalui teknik purposive sampling, yakni metode penentuan sampel yang didasarkan pada kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria yang ditetapkan bagi responden meliputi: (1) telah berusia minimal 17 tahun, (2) pernah membeli sekaligus mengonsumsi minuman Kawa Daun di lokasi penelitian, dan (3) bersedia berpartisipasi sebagai responden dengan mengisi kuesioner penelitian secara lengkap. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin pada tingkat kesalahan sebesar 10%, sehingga diperoleh angka 82 responden yang dianggap cukup representatif untuk mewakili populasi penelitian secara keseluruhan.

Tabel 1 Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	46	56,10%
	Perempuan	36	43,90%
Usia	< 17 Tahun	5	6,10%
	17–25 Tahun	54	65,85%
	26–35 Tahun	23	28,05%
	36–45 Tahun	0	0,00%
	> 45 Tahun	0	0,00%
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	39	47,56%
	Pegawai Swasta	14	17,07%
	Wiraswasta	14	17,07%
	Lainnya	15	18,29%

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase
Frekuensi Berkunjung	1 Kali	1	1,22%
	2–3 Kali	76	92,68%
	4–5 Kali	5	6,10%
	> 5 Kali	0	0,00%

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 27, 2026

Instrumen dan Pengukuran Penelitian

Proses pengumpulan data di lapangan dilakukan dengan menggunakan angket terstruktur berskala Likert lima poin, mulai dari opsi "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju". Instrumen penelitian ini terdiri atas dua kelompok variabel, yaitu kualitas produk dan kepuasan konsumen. Pengukuran kualitas produk mengacu pada lima dimensi, meliputi performa, fitur, ketahanan, kesesuaian dengan standar, dan estetika. Khusus pada minuman Kawa Daun, dimensi performa berkaitan dengan kemampuan produk menghadirkan rasa dan aroma khas yang sesuai dengan harapan konsumen; dimensi fitur berhubungan dengan keunikan penggunaan bahan serta cara penyajian minuman; dimensi ketahanan menunjukkan konsistensi mutu produk dari waktu ke waktu; dimensi kesesuaian dengan standar mencerminkan keseragaman porsi, kebersihan proses pembuatan, dan kestabilan suhu penyajian; sementara dimensi estetika berkaitan dengan tampilan visual minuman serta cara penyajian yang menarik bagi konsumen. Adapun kepuasan konsumen diukur berdasarkan enam dimensi, yang mencakup kepuasan secara keseluruhan, penilaian subjektif konsumen, kesesuaian dengan harapan yang dikonfirmasi, minat untuk melakukan pembelian ulang, kesediaan memberikan rekomendasi, serta indikasi adanya ketidakpuasan.

Tabel 2 Kisi-kisi Instrumen, Validitas, dan Reliabilitas

Variabel	Indikator	Jumlah Butir	Pearson Product Moment (r-hitung)	Cronbach's Alpha
Kualitas Produk	Performa, fitur, ketahanan, kesesuaian dengan standar, estetika	9	0,533–0,840	0,870
Kepuasan Konsumen	Kepuasan menyeluruh, penilaian konsumen, konfirmasi harapan, minat beli ulang, kesediaan merekomendasikan, ketidakpuasan konsumen	9	0,517–0,738	0,907

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 27, 2026

Uji coba validitas melibatkan 30 responden yang berada di luar sampel penelitian utama, sehingga tidak termasuk dalam 82 responden yang digunakan pada pengumpulan data penelitian. Uji validitas menggunakan teknik Pearson Product-Moment dengan patokan r tabel sebesar 0,361. Seluruh item pada variabel kualitas produk dan kepuasan konsumen memiliki nilai r -hitung yang lebih besar daripada r tabel serta nilai signifikansi di bawah 0,05, sehingga seluruh butir pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan dalam pengumpulan data utama. Sementara itu, pengujian reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha menunjukkan nilai 0,870 pada variabel kualitas produk dan 0,907 pada variabel kepuasan konsumen. Karena kedua nilai tersebut berada di atas batas minimum 0,60, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang baik hingga sangat baik.

Prosedur Pengumpulan Data

Penyebaran angket ditujukan kepada pengunjung Wisata Kuliner Kawa Daun Pariangan yang sudah mencicipi sajian kawa daun. Setiap partisipan diberi penjelasan bahwa data yang mereka berikan semata-mata untuk kepentingan akademik dan keikutsertaan mereka bersifat sukarela, tanpa paksaan. Redaksi pernyataan dalam angket disusun sesederhana mungkin agar mudah dicerna dan terhindar dari kesalahpahaman makna oleh responden.

Teknik Analisis Data

Pengolahan data memanfaatkan perangkat lunak SPSS versi 27. Tahap awal analisis berupa statistik deskriptif untuk memotret profil responden serta memberikan gambaran umum mengenai masing-masing variabel penelitian. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik, meliputi uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov dan uji heteroskedastisitas dengan metode Glejser, guna memastikan model regresi memenuhi asumsi yang dipersyaratkan. Selanjutnya, pengujian hipotesis mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dilakukan menggunakan analisis regresi linear sederhana melalui uji parsial (uji t) pada taraf signifikansi 0,05. Selain itu, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel kualitas produk dalam menjelaskan variasi kepuasan konsumen, sehingga dapat diketahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Temuan Deskriptif

Tabel 3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Mean	Median	Modus	Std. Deviasi	Varians	Rentang	Minimum	Maksimum
Kualitas Produk	82	34,26	35	36	3,37	11,35	19	26	45
Kepuasan Konsumen	82	34,51	35	36	3,70	13,71	19	26	45

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 27, 2026

Merujuk pada Tabel 3, rerata skor variabel kualitas produk mencapai 34,26 dengan simpangan baku 3,369, yang mengindikasikan bahwa penilaian responden terhadap mutu produk kawa daun di Wisata Kuliner Kawa Daun Pariangan cenderung positif. Sementara itu, variabel kepuasan konsumen mencatatkan rerata 34,51 dengan simpangan baku 3,702, yang mengisyaratkan bahwa tingkat kepuasan responden pasca mengonsumsi kawa daun tergolong tinggi.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 4 Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji	Indikator	Hasil	Keputusan
Normalitas	Kolmogorov-Smirnov Asymp. Sig.	0,200	Residual berdistribusi normal

Uji	Indikator	Hasil	Keputusan
Heteroskedastisitas	Sig. Glejser Kualitas Produk	0,687	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 27, 2026

Uji Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai signifikansi 0,200, yang berada di atas ambang 0,05, sehingga dapat disimpulkan sebaran data residual mengikuti pola distribusi normal. Adapun uji Glejser untuk mendeteksi heteroskedastisitas menunjukkan angka signifikansi 0,687 pada variabel kualitas produk, juga melampaui 0,05, yang berarti tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas pada model. Dengan terpenuhinya kedua asumsi tersebut, model regresi dinyatakan layak untuk dilanjutkan ke tahap pengujian hipotesis.

Analisis Regresi dan Pengujian Hipotesis

Tabel 5 Hasil Analisis Regresi

Prediktor	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Keputusan
Kualitas Produk	0,546	0,113	0,497	4,844	0,000	H ₁ diterima

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 27, 2026

Dari hasil olah data, diperoleh koefisien regresi (B) kualitas produk sebesar 0,546, dengan nilai t sebesar 4,844 dan nilai signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, hipotesis penelitian (H₁) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dinyatakan diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk minuman Kawa Daun yang dirasakan konsumen, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen di Wisata Kuliner Kawa Daun Pariangan.

B. Pembahasan

Temuan penelitian mengonfirmasi bahwa kualitas produk berperan secara positif dan bermakna terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menandakan bahwa persepsi konsumen terhadap mutu minuman Kawa Daun yang mereka konsumsi turut menentukan tingkat kepuasan yang dirasakan. Produk yang berkualitas tinggi mampu memenuhi harapan konsumen melalui berbagai aspek, seperti konsistensi rasa khas Kawa Daun, aroma daun kopi yang tetap terjaga, suhu penyajian yang sesuai, penggunaan *sayak* sebagai wadah tradisional yang menambah nilai estetika, kebersihan selama proses pembuatan dan penyajian, serta tampilan minuman yang menarik. Apabila aspek-aspek tersebut dipertahankan secara konsisten, konsumen akan memperoleh pengalaman mengonsumsi yang lebih baik sehingga tingkat kepuasan mereka cenderung meningkat. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk minuman Kawa Daun yang disajikan di Wisata Kuliner Kawa Daun Pariangan, maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

Dalam konteks penelitian ini, variabel kualitas produk merefleksikan bagaimana konsumen menilai kemampuan kawa daun dalam memenuhi apa yang mereka harapkan. Produk yang memberi manfaat sepadan dengan ekspektasi, memiliki ciri khas yang memikat, senantiasa konsisten dari segi mutu, sesuai dengan standar penyajian yang berlaku, serta tampil menarik

secara visual, cenderung meninggalkan kesan positif di benak konsumen kesan yang pada akhirnya turut mendorong rasa puas mereka usai menikmati produk tersebut.

Simpulan ini selaras dengan pandangan Kotler dan Keller sebagaimana dikutip dalam[6], yang menyebut kualitas sebagai kelengkapan atribut suatu produk atau jasa yang berpotensi memuaskan kebutuhan konsumennya. Sejalan dengan itu, Damiaty dkk. sebagaimana dikutip dalam[8]berpendapat bahwa kualitas produk pada dasarnya merupakan penilaian konsumen terhadap keunggulan kinerja suatu produk, yang berujung pada terciptanya kepuasan setelah produk dikonsumsi. Gagasan senada juga dikemukakan oleh Firmansyah sebagaimana dikutip dalam[9], yang memandang kualitas produk sebagai nilai tambah yang membedakan suatu produk dari kompetitornya, serta oleh[7]yang menegaskan bahwa kualitas produk termasuk determinan utama kepuasan konsumen karena kesesuaiannya dengan harapan konsumen kerap mendorong terjadinya pembelian berulang.

Dari sisi praktis, hasil ini mengisyaratkan pentingnya bagi pengelola Wisata Kuliner Kawa Daun Pariangan untuk menempatkan kualitas produk sebagai prioritas dalam strategi peningkatan kepuasan pengunjung. Upaya menjaga kestabilan performa dan fitur minuman, memastikan mutu tetap terjaga dari waktu ke waktu, mematuhi standar penyajian, serta menghadirkan tampilan yang menggugah selera, diyakini akan membentuk pengalaman konsumsi yang memuaskan yang pada gilirannya berpotensi mendorong kunjungan berulang serta rekomendasi dari mulut ke mulut kepada calon wisatawan lain.

Secara akademik, riset ini turut memperkaya khazanah pemahaman perilaku konsumen dalam ranah pariwisata kuliner, khususnya dengan menegaskan peran sentral kualitas produk dalam membentuk kepuasan atas produk kuliner tradisional yang dikemas dalam narasi wisata. Studi ini menggarisbawahi bahwa kepuasan konsumen terhadap sajian berbasis budaya seperti kawa daun tidak semata bergantung pada nilai historis dan keunikan produknya, melainkan juga pada konsistensi produk tersebut dalam memenuhi standar mutu dan ekspektasi konsumen dari waktu ke waktu.

KESIMPULAN

Berdasarkan rangkaian analisis yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada minuman Kawa Daun di Wisata Kuliner Kawa Daun Pariangan ($B = 0,546$; $t = 4,844$; $Sig = 0,000 < 0,05$), sehingga hipotesis penelitian dapat diterima. Kualitas produk terbukti berperan penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen melalui dimensi performa, fitur, ketahanan, kesesuaian dengan standar, dan estetika yang mampu memenuhi harapan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap kualitas produk yang mereka konsumsi, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan setelah menikmati minuman Kawa Daun. Berdasarkan temuan tersebut, pengelola Wisata Kuliner Kawa Daun Pariangan disarankan untuk melakukan standarisasi resep agar cita rasa tetap konsisten, memberikan pelatihan kepada penyaji mengenai teknik penyajian yang sesuai standar, menjaga kualitas bahan baku melalui proses seleksi dan penyimpanan yang baik, serta melakukan evaluasi rasa dan kualitas produk secara berkala guna mempertahankan kepuasan konsumen dan meningkatkan daya saing produk.

Meski demikian, penelitian ini tidak lepas dari sejumlah keterbatasan, di antaranya penggunaan desain cross-sectional, metode pengumpulan data berbasis self-report melalui kuesioner, serta cakupan responden yang hanya terbatas pada satu lokasi penelitian. Oleh karenanya, penelitian mendatang disarankan untuk memperluas cakupan dan jumlah responden,

mengadopsi pendekatan longitudinal, serta turut mempertimbangkan variabel-variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan konsumen, seperti cita rasa, kualitas pelayanan, harga, suasana tempat, lokasi, maupun nilai yang dirasakan konsumen secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] BPS, “Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman (Food and Beverage Service Activities Statistics) 2023,” *Badan Pus. Stat.*, vol. 7, 2024.
- [2] R. Lestari and Elwisam, “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Pada Minat Beli Ulang Produk Mie Instant Sedaap,” *J. Ilmu Dan Budaya*, vol. 41, no. 63, pp. 7495–7520, 2019, [Online]. Available: https://id.wikipedia.org/wiki/Mie_Sedaap
- [3] W. P. Lusi *et al.*, “Local Wisdom of a Typical Drink From Minangkabau; Kawa Daun,” *Sci. Educ. J.*, vol. 5, no. 2, pp. 95–98, 2022.
- [4] K. Guru, P. Sejarah, and D. Mengajarkan, “Jurnal Pendidikan dan Konseling,” vol. 4, no. 2021, pp. 2036–2039, 2022.
- [5] L. S. Duha, D. Wijaya, and F. Ilyas, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Pusat Atribut Bagugu Law School (BLS) Jakarta Barat,” *J. Manaj. Ekon. dan Akunt.*, vol. 2, no. 1, pp. 120–126, 2025, doi: 10.63921/jmaeka.v2i1.244.
- [6] I. P. A. Oktaviardhana, I. G. N. B. Gunadi, and M. P. P. Usadi, “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Dealer Pt. Astra Motor Ubud,” *Emas*, vol. 6, no. 10, pp. 2427–2439, 2025, doi: 10.36733/emas.v6i10.12745.
- [7] R. Putra, “Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran),” *J. Ekon. Manaj. Sist. Inf.*, vol. 2, no. 4, pp. 516–524, 2021, doi: 10.31933/jemsi.v2i4.461.
- [8] B. Sutejo, M. Rinaldi, and M. Monica, “Peningkatan Volume Penjualan: Dilihat Dari Sisi Persediaan Dan Kualitas Produk,” *Niagawan*, vol. 12, no. 1, p. 51, 2023, doi: 10.24114/niaga.v12i1.43790.
- [9] M. Y. Vandriano^{1*}, Vincentius Iljas², Sutinah³, Fransseda Wijaya Putra⁴, “Purchase Decisions At PT . Belanja Royal Makmur,” vol. 5, no. 2, pp. 5204–5213, 2024.