

The Influence Of Product Quality And Price On Customer Satisfaction Of The Cobottex Brand In Gresik

Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Brand Cobottex Gresik

Haikal Zuliansyah Al Islami¹, Acep Samsudin²

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur^{1,2}

18042010157@student.upnjatim.ac.id¹, Acep.samsudin.adbis@upnjatim.ac.id²

**Corresponding Author*

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality and product price on customer satisfaction with the Cobottex Gresik brand. Customer satisfaction is one of the main indicators in maintaining consumer loyalty and increasing business competitiveness. This study uses a quantitative approach with a survey method by distributing questionnaires to 36 respondents who are active customers of Cobottex Gresik. The analysis technique used is multiple linear regression to determine the partial and simultaneous effects of the product quality variable (X1) and product price variable (X2) on customer satisfaction (Y). The results of the study indicate that product quality and product price simultaneously have a significant effect on customer satisfaction. Partially, both product quality and product price also have a positive and significant effect on customer satisfaction. These findings suggest that to enhance customer satisfaction, Cobottex Gresik needs to continue maintaining product quality and setting competitive prices that align with consumer perceptions.

Keywords: Product Quality, Product Price, Customer Satisfaction, Cobottex Gresik

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga produk terhadap kepuasan pelanggan pada brand Cobottex Gresik. Kepuasan pelanggan menjadi salah satu indikator utama dalam mempertahankan loyalitas konsumen dan meningkatkan daya saing usaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 36 responden yang merupakan pelanggan aktif Cobottex Gresik. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan antara variabel kualitas produk (X1) dan harga produk (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial, baik kualitas produk maupun harga produk juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, Cobottex Gresik perlu terus menjaga kualitas produk serta menetapkan harga yang kompetitif dan sesuai dengan persepsi konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga Produk, Kepuasan Pelanggan, Cobottex Gresik

1. Pendahuluan

Persaingan antar dunia bisnis kini semakin ketat di era globalisasi ini. Selain itu, perkembangan dalam dunia bisnis yang semakin maju dan mengalami perkembangan yang sangat pesat. Adanya perkembangan dan kemajuan dalam dunia bisnis, dalam perusahaan harus mampu bersaing dengan kompetitornya dalam peningkatan kualitas produk. Untuk memenangkan persaingan dalam dunia bisnis ini yang semakin ketat dan kompetitif, perusahaan harus melakukan inovasi dan kreatifitas dalam menciptakan suatu produknya dan menjalankan bisnisnya. Perusahaan dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta dapat menciptakan suatu produk yang memiliki keunggulan dan memiliki ciri khas yang dapat membedakan produk tersebut dengan produk pesaing.

Cobottex Gresik merupakan salah satu brand lokal yang bergerak di bidang fashion, khususnya produk-produk apparel seperti jaket, hoodie, dan kaos. Sebagai brand lokal yang berkembang, Cobottex Gresik berusaha membangun citra positif di mata konsumen melalui desain yang menarik, pemilihan bahan berkualitas, serta harga yang terjangkau. Dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan, perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan secara mendalam.

Tabel 1. Data Penjualan Brand Cobbotex Dari Tahun Ke Tahun

Tahun	Omset
2021	RP. 83.657.000
2022	RP. 132.220.000
2023	RP. 122.235.000
2024	RP.150.135.000

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa omset brand cobottex mengalami beberapa kali kenaikan dan sedikit penurunan kemudian naik lagi di tahun 2024 yang menjadi omset terbesarnya. Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga produk terhadap kepuasan pelanggan untuk membeli terhadap suatu produk atau barang. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan antar kualitas produk dan harga produk terhadap kepuasan pelanggan produk brand cobottex Gresik. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara antar kualitas produk dan harga produk terhadap kepuasan pelanggan produk brand cobottex Gresik.

2. Tinjauan Pustaka

Dalam melakukan sebuah penelitian, diperlukannya acuan atau dasar berupa teori atau temuan hasil dari berbagai penelitian sebelumnya yang menjadi hal yang sangat penting. Hal tersebut berguna untuk dijadikan sebagai data pendukung dan dasar sebagai rangka dalam menyusun penelitian ini. Salah satu data pendukung yang menurut peneliti perlu adalah penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang sedang dibahas dalam penelitian ini. Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Salbutamol Nebules.politeknik harapan bersama. Disusun oleh Rahmadi (2017) . Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat Citra Merek dan Kualitas Produk baik secara parsial atau secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan Nebula Salbutamol di Bandung. Penelitian ini deskriptif dan verifikatif. Metode yang digunakan adalah survei dan dengan menerapkan program SPSS. Teknik pengambilan sampel Purposive sampling diambil dengan menggunakan kuesioner. Total sampel 88 responden memilih. Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa Citra Merek (X_1), dan Kualitas Produk (X_2) mampu meningkatkan Loyalitas Konsumen (Y) sebesar 75,6%, sedangkan 24,4% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan positif secara parsial Citra Merek (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) ventolin nebules. Terdapat pengaruh signifikan positif secara parsial Kualitas Produk (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Ventolin nebules. Dengan demikian hasil penelitian hipotesis telah terbukti kebenarannya dan dinyatakan dapat diterima, yaitu bahwa faktor Citra Merek (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) merupakan faktor-faktor yang berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen Ventolin nebules.

Pengertian bauran pemasaran menurut William J. Stanston (2010) mengatakan bahwa bauran pemasaran adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan kombinasi dari empat input yang merupakan inti dari sistem pemasaran organisasi. Keempat elemen tersebut adalah penawaran produk, struktur harga, kegiatan promosi dan sistem distribusi. Dalam bauran pemasaran terdapat beberapa unsur dalam pemasaran yang dikenal dengan istilah 4P, yaitu

product (produk), price (harga), place (tempat atau saluran distribusi), dan promotion (promosi).

Konsep Pemasaran Menurut Kotler dan Keller (2019) : *“Marketing is about identifying and meeting human and social needs. One of the shortest good definitions of marketing is this: meeting needs profitably.”*(Kotler & Keller, 2019: 5). “Pemasaran adalah tentang mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi terbaik yang paling singkat tentang pemasaran adalah: memenuhi kebutuhan secara menguntungkan.”

Kualitas produk adalah kondisi fisik, fungsi dan sifat suatu produk baik barang atau jasa berdasarkan tingkat mutu yang di harapkan seperti durabilitas, rellabilitas, ketepatan, kemudahan pengoprasian, reparasi produk serta atribut produk lainnya dengan tujuan memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen atau pelanggan. Kualitas produk merupakan salah satu kunci persaingan diantara pelaku usaha yang ditawarkan kepada konsumen. Harga merupakan salah satu elemen yang penting dalam menentukan pangsa pasar dalam perusahaan dan untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk atau jasa sehingga dapat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk atau jasa tersebut. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Kepuasan pelanggan merupakan respons emosional konsumen terhadap pengalaman konsumsi produk atau layanan. Kepuasan timbul ketika konsumen merasa bahwa produk atau jasa yang diterima telah memenuhi atau melebihi harapan mereka

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dimana metode kuantitatif yang digunakan adalah non eksperimental, Penelitian dengan metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, dengan Proses pengambilan data dan pengumpulan data dilakukan secara online melalui google form menggunakan angket atau kuesioner dan dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen berdomisili Gresik yang pernah membeli produk di brand cobottex. Pelanggan tetap tahunan berjumlah 32 orang dengan jenis kelamin 28 laki laki dan 4 perempuan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 36 responden yang dipastikan pelanggan yang paling sering order di brand Cobottex Gresik.

Dalam penelitian ini analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan citra merek (X1), kualitas produk (X2), dan kepuasan pelanggan (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial (Ghozali, 2018:99). Hal ini bermaksud seberapa jauh pengaruh variabel bebas (kualitas produk dan harga produk) berpengaruh terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan) secara parsial. Adapun hipotesa dari uji t (parsial) yaitu:

- $H_0 = 0$, artinya masing-masing variabel bebas (kualitas produk dan harga produk) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan).
- $H_1 \neq 0$, artinya masing-masing variabel bebas (kualitas produk dan harga produk) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan)

Uji t menggunakan beberapa kriteria analisis untuk menentukan pengaruh dan korelasi antara variabel dalam penelitian. Berikut kriteria yang diterapkan pada uji t:

- Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, tingkat signifikansi $< 0,05$, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, artinya variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, tingkat signifikansi $> 0,05$, maka H_1 ditolak dan H_0 diterima, artinya variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat

4. Hasil dan Pembahasan

Cobottex merupakan merek lokal yang bergerak di bidang produksi dan penjualan kaos sablon satuan dengan desain custom. Berlokasi di Racitengah, Sidayu, Gresik, Cobottex melayani pelanggan yang ingin membuat kaos dengan desain sesuai keinginan mereka. Dengan pendekatan yang fleksibel dan harga terjangkau, Cobottex berhasil menarik perhatian pasar lokal, khususnya di wilayah Gresik dan sekitarnya.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh tiga variabel independen: Kualitas Produk (X1), Harga Produk (X2) terhadap variabel dependen, Kepuasan Pelanggan (Y). Tabel berikut menggambarkan hasil analisis regresi linier berganda:

Tabel 2. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		
		B	Std. Error	Sig.
1	(Constant)	.819	1.770	.645
	Kualitas Produk	.198	.061	.002
	Harga Produk	.378	.086	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dengan mengacu pada tabel 2 kami memperoleh koefisien nilai untuk setiap variabel. Persamaan regresi linier berganda dirumuskan sebagai berikut:

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

X₁ = Kualitas Produk

X₂ = Harga produk

α = bilangan konstanta

b₁ = koefisien regresi dari variabel X1 (*Kualitas Produk*)

b₂ = koefisien regresi dari variabel X2 (*Harga produk*)

Analisis data regresi menghasilkan koefisien berikut: b1 untuk X1 adalah 0,819, b2 untuk X2 adalah 0,198. Persamaan regresi linier berganda dapat dinyatakan sebagai berikut

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 0,819 + 0,198 X_1 + 0,229 X_2 + e$$

Dari persamaan di atas, maka diperoleh penafsiran sebagai berikut:

1. Nilai 0,819 merupakan kondisi yang konstan; apabila variabel *Kualitas Produk*, Harga Produk tetap konstan atau bernilai nol, maka Kepuasan Pelanggan akan tetap berada pada angka 0,819 satuan.
2. Nilai koefisien regresi *Kualitas Produk* (b1) sebesar 0,198. Hal ini menunjukkan bahwa kenaikan variabel *Kualitas Produk* (X1) sebesar satu satuan akan mengakibatkan kenaikan Kepuasan Pelanggan produk Cobottex Gresik di Surabaya sebesar 0,198.
3. Nilai koefisien regresi Harga Produk (b2) sebesar 0,378. Hal ini menunjukkan bahwa kenaikan variabel Harga Produk (X2) sebesar satu satuan akan mengakibatkan kenaikan Kepuasan Pelanggan produk Cobottex Gresik di Surabaya sebesar 0,378.

Pengaruh Secara Simultan Kualitas Produk (X1) dan Harga Produk (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda dan uji statistik yang dilakukan dalam penelitian ini, diketahui bahwa variabel kualitas produk (X1) dan harga produk (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini dibuktikan melalui uji F yang menunjukkan nilai signifikansi di bawah 0,05, serta nilai F-hitung > F-tabel, yang berarti model regresi yang melibatkan kedua variabel independen (X1 dan X2) secara bersama-sama mampu menjelaskan perubahan variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan. Secara teori, pengaruh ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Armstrong (2018), yang menyatakan bahwa kualitas produk dan penetapan harga yang tepat merupakan faktor utama dalam menciptakan dan mempertahankan kepuasan pelanggan. Ketika konsumen merasa bahwa produk yang mereka beli berkualitas sesuai dengan harga yang ditawarkan, maka hal ini menciptakan persepsi positif yang berdampak pada tingkat kepuasan. Dalam konteks Cobottex Gresik, kualitas produk seperti bahan kaos yang digunakan, ketahanan sablon, serta kenyamanan saat dipakai menjadi pertimbangan utama pelanggan dalam menilai kepuasan. Di sisi lain, harga produk yang terjangkau dan dianggap sepadan dengan kualitas yang diperoleh juga memperkuat persepsi konsumen terhadap nilai produk tersebut. Dapat disimpulkan bahwa kombinasi antara kualitas produk yang baik dan harga yang kompetitif secara bersama-sama mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, Cobottex disarankan untuk terus mempertahankan kualitas bahan dan sablon, serta menerapkan strategi harga yang realistis dan sesuai dengan segmen pasar yang dituju.

Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan(Y)

Berdasarkan hasil uji regresi parsial (uji t) yang dilakukan dalam penelitian ini, diperoleh hasil bahwa kualitas produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai t-hitung > t-tabel dan tingkat signifikansi di bawah 0,05. Artinya, secara parsial, kualitas produk memberikan kontribusi nyata terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada produk Cobottex Gresik. Secara teoritis, hasil ini didukung oleh pendapat Tjiptono (2014) yang menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memenuhi atau melebihi harapan konsumen, dan hal tersebut sangat mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan. Kualitas produk mencakup berbagai aspek, seperti bahan yang digunakan, kenyamanan saat dipakai, daya tahan sablon, serta desain yang menarik. Dalam konteks Cobottex Gresik, pelanggan yang merasa puas dengan kualitas kaos custom—terutama dari segi bahan kain yang nyaman, hasil sablon yang tahan lama, dan kesesuaian dengan desain pesanan—cenderung memiliki persepsi positif terhadap produk dan brand. Kepuasan tersebut muncul karena produk dinilai mampu memenuhi ekspektasi konsumen. Dengan demikian, semakin tinggi kualitas produk yang dirasakan konsumen, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus menjaga dan meningkatkan mutu bahan serta hasil akhir produksi agar tetap relevan dan kompetitif di pasar.

Pengaruh Harga Produk (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil analisis regresi parsial (uji t) menunjukkan bahwa harga produk (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung > t-tabel serta nilai signifikansi (p-value) di bawah ambang batas 0,05. Dengan demikian, secara parsial, variabel harga produk memberikan kontribusi nyata dalam memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan pada brand Cobottex Gresik. Secara teoritis, temuan ini selaras dengan pandangan Kotler dan Armstrong (2014) yang menyatakan bahwa harga merupakan persepsi konsumen terhadap nilai dari manfaat yang diterima dibandingkan dengan biaya yang harus mereka keluarkan. Apabila konsumen merasa bahwa harga suatu produk sebanding dengan kualitas dan manfaat yang diterima, maka mereka cenderung merasa puas. Dalam konteks Cobottex Gresik, pelanggan merasa puas jika harga kaos custom yang ditawarkan

sesuai dengan kualitas bahan, sablon, dan layanan yang diterima. Harga yang terjangkau namun tetap memberikan kualitas memadai akan menciptakan persepsi nilai yang positif, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penetapan harga yang tepat—yang tidak terlalu tinggi, namun tetap mencerminkan kualitas—akan berkontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, Cobottex Gresik disarankan untuk terus melakukan evaluasi harga yang kompetitif dan sesuai dengan daya beli target pasarnya tanpa mengorbankan kualitas.

5. Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan pada penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Brand Cobottex Gresik" maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Hasil analisis pengujian secara simultan (Uji F), diperoleh bahwa Kualitas Produk (X1) dan Harga Produk (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) produk Cobottex Gresik. Ketika seorang konsumen dipengaruhi oleh kualitas dari sebuah merek, kelebihan atau kekurangan produk tersebut dibandingkan dengan pesaingnya, serta Kepuasan Konsumen yang baik dari konsumen lainnya dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Hasil analisis pengujian secara parsial (Uji t), Kualitas Produk (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) produk Cobottex Gresik. Hasil analisis pengujian secara parsial (Uji t), Harga Produk (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) produk Cobottex Gresik. Hal ini disebabkan karena, Kualitas Produk dengan reputasi yang baik dapat mendorong semakin tinggi Loyalitas Konsumen konsumen pada produk

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat peneliti ajukan yaitu: Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dalam kajian administrasi bisnis, serta dapat menambah wawasan pengetahuan terkait strategi pemasaran dalam bisnis. Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan dasar bagi para peneliti selanjutnya dapat menambah jumlah sampel yang lebih luas serta variabel lainnya yang belum dimasukkan ke dalam penelitian ini, yang dapat menghasilkan beragam temuan yang dapat berpengaruh pada Kepuasan Pelanggan. Dalam upaya meningkatkan Kepuasan Pelanggan, diharapkan Cobottex Gresik dapat mempertahankan pemilihan selebritas sebagai Kualitas Produk yang tingkat kepopuleritasan yang tinggi karena dapat membantu merepresentasikan produk dengan menarik sehingga reputasi Kualitas Produk dapat tertanam dengan baik di benak konsumen. Diharapkan bagi pihak lain dapat dijadikan sebagai referensi sumber informasi atau bacaan dalam bidang pemasaran.

Daftar Pustaka

- Putri, A. S., & Istiyanto, B. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Herbal Skincare*. Journal Scientific of Mandalika (JSM), 3(12), 5–17. <https://doi.org/10.36312/vol3iss12pp5-17>(Cahaya Mandalika)
- Sulthana, I. A., & Sukma, R. P. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Nilai Pelanggan di Mie Gacoan*. EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, 3(5), 527–538. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i5.4254>(Ulil Albab Institute)
- Wungkana, F. A., & Santoso, T. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada E-Commerce Kecantikan Sociolla*. Jurnal Ilmu Administrasi dan Ekonomi (JAEM), 3(2), 45–58. <https://journal.amikveteran.ac.id/index.php/jaem/article/view/2995>(Amik Veteran Journal)

- Nainggola, R. T. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus pada Konsumen Rumah Makan Dainang*. Jurnal Maeswara, 2(1), 15–27. <https://journal.arimbi.or.id/index.php/Maeswara/article/view/171>(Arimbi Journal)
- Ramadhan, R., & Mahargiono, W. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Pelanggan di Gatherinc Bistro & Bakery Surabaya*. Jurnal Bisnis dan Pemasaran (BIP), 5(2), 88–100. <https://jurnal.ukdc.ac.id/index.php/BIP/article/view/216>(Jurnal UKDC)
- Ghobbe, S., & Nohekhan, M. (2023). *Mental Perception of Quality: Green Marketing as a Catalyst for Brand Quality Enhancement*. arXiv preprint arXiv:2312.15865.
- Alma, Buchari. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management* (15th Edition). Pearson Education.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy & Chandra, Gregorius. (2016). *Service, Quality, and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Alma, B. (2019). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Fahriani, N. S., & Febriyanti, I. R. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan di Apotek Bunda Cikembar. *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(3), 1–11.
- Fiolina, T., & Elizabeth, S. M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Chatime PIM. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(2), 1002–1010.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Pratiwi, N. R. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 7(1), 45–52.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran* (Edisi ke-4). Yogyakarta: Andi Offset.
- Wulandari, P. Y. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Kajian Manajemen Terapan*, 1(3), 140–150.