

ANALISIS KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GARDEN PESHOP TELENG CIKARANG

Ika Sriyanti¹, Syahrul Alim²
Universitas Pelita Bangsa^{1,2}
ikasriyan33@gmail.com¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap Garden Petshop Teleng Cikarang. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan garden petshop teleng cikarang, dibuktikan dari nilai t hitung 4,382 dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan garden petshop teleng cikarang, dibuktikan dari nilai t hitung 2,932 dengan nilai sig $0,004 < 0,05$ (3) Tidak terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dibuktikan dari nilai t hitung 1,148 dengan nilai sig $0,254 > 0,05$. Variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas produk. Simpulan, membuktikan bahwa semakin baik kualitas produk akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk

ABSTRACT

This research aims to determine the analysis of product quality, price and service quality for Garden Petshop Teleng Cikarang. The type of research used in this research is quantitative. The results of the research show (1) There is a positive and significant influence of product quality on customer satisfaction at Garden Petshop Teleng Cikarang, as evidenced by the calculated t value of 4.382 with a sig value of $0.000 < 0.05$ (2) There is a positive and significant influence of price on customer satisfaction at Garden Petshop Teleng Cikarang, as evidenced by the calculated t value of 2.932 with a sig value of $0.004 < 0.05$ (3) There is no positive and insignificant influence between service quality on customer satisfaction, as evidenced by the calculated t value of 1.148 with a sig value of $0.254 > 0.05$. The most dominant variable influencing customer satisfaction is product quality. In conclusion, it proves that the better the product quality, the more customer satisfaction will increase.

Keywords: Price, Service Quality, Customer Satisfaction, Product Quality

PENDAHULUAN

Indonesia dinilai sebagai pasar potensial terhadap pertumbuhan sector hewan peliharaan seiring naiknya perekonomian kelas menengah. Pada tahun 2020 di Indonesia sendiri, 67% rumah tangga memiliki hewan peliharaan, dengan proporsi terbesar pada kucing 37%, burung 19%, ikan 16%, serta anjing 15%. Hewan peliharaan khususnya kucing dan anjing menjadi sebuah pilihan bagi beberapa kalangan. Mulai

dari ras kucing atau anjing yang paling mahal hingga kucing atau anjing yang bisa kita temukan disekitar area rumah dapat di jadikan hewan peliharaan. Selain makanan dan kebutuhan perlengkapan hewan, penting juga untuk keperluan kesehatan serta perawatan hewan dari masalah kutu, vaksin, steril dan penyakit pada hewan lainnya.

Namun, seiring dengan fenomena yang terjadi ada beberapa masalah yang sering dihadapi para konsumen pencinta hewan di Indonesia. Salah satunya produk makanan, perawatan, dan aksesoris yang berkualitas di toko-toko hewan serta jasa dan layanan perawatan hewan, seperti layanan grooming dan penitipan hewan (pet hotel). Untuk pemilik hewan, mereka lebih suka mengakses produk-produk dan layanan yang berkualitas dengan harga yang terjangkau untuk hewan peliharaannya. Petshop menjadi salah satu sasaran pasar untuk produk-produk dan layanan jasa tersebut. Garden Petshop & Klinik merupakan sebuah petshop dan klinik hewan peliharaan yang kini telah memiliki 21 cabang di Jawa Barat dan sekitaran Jakarta. Dengan lebih dari 100 karyawan yang berpengalaman dalam bidang pemeliharaan dan perawatan hewan peliharaan, serta didukung oleh 21 dokter hewan yang pastinya tidak lagi diragukan kemampuannya dalam masalah penanganan kesehatan hewan.

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan salah satunya adalah kualitas produk. Menurut Umar dalam Handayani dan Hidayat (2021) produk merupakan barang berwujud yang bisa diperjual belikan untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipakai, digunakan atau dikonsumsi baik barang pokok maupun substitusi. Selain itu harga merupakan faktor penting bagi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dan pemikat hati pelanggan, setiap perusahaan berusaha menetapkan harga yang dapat dijangkau oleh pelanggan agar lebih unggul dari pesaingnya.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, permasalahan yang akan dikaji dan dibahas dalam penelitian ini adalah : (1) Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Garden Petshop Teleng Cikarang. (2) Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Garden Petshop Teleng Cikarang. (3) Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Garden Petshop Teleng Cikarang. (4) Bagaimana pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Garden Petshop Teleng Cikarang.

KAJIAN TEORI

Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2001) dalam (Kristanti et al 2020) kepuasan atau tidak puas ialah suatu pendapat pelanggan tidak sesuai apa yang dibelinya diantara yang dirasa dan harapan sebelumnya tidak sesuai kehendaknya. Indikator kepuasan pelanggan yaitu 1) kualitas pelayanan, 2) minat pembelian ulang, 3) merekomendasikan produk.

Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2010:95) dalam (Soleh dan Wahyuni, 2018) mengatakan bahwa kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen kepada pelanggan untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan dikonsumsi, konsumen sebagai pemenuhan atau keinginan pelanggan. Indikator kualitas produk menurut Sanjaya (2023) adalah sebagai berikut :

1. Hasil produk (*Performance*)
2. Ciri atau keistimewaan (*Features*)
3. Kehandalan (*Reliability*).
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Confotmance to specification*).
5. Daya tahan (*Duralibility*)
6. Kegunaan (*Serviceability*)
7. Estetika (*Aesthetics*)

Harga

Harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk, bagi perusahaan penetapan harga merupakan cara untuk membedakan penawaran dari para pesaing. (Hasan dalam Dealisna Pantilu et all (2018). Indikator yang mencirikan harga yaitu; 1) keterjangkauan harga, 2) kesesuaian harga dengan kualitas produk, 3) daya saing harga, 4) kesesuaian harga dengan manfaat produk.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen, konsumen merasa puas atau tidaknya tergantung dari pelayanan yang dilakukan perusahaan. Peningkatan kualitas pelayanan merupakan salah satu strategi pemasaran yang diutamakan terhadap pemenuhan keinginan pelanggan. Indikator kualitas pelayanan menurut Lupiyoadi dan Hamdani dalam Indrasari ,h. 64-65 (2019) yaitu:

1. Kehandalan (*Reliability*)
2. Responsive (*Responsiveness*)
3. Kepastian/jaminan (*Assurance*)
4. Empati (*Empathy*)
5. Bukti nyata (*Tangibles*)

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang telah berbelanja di Garden Petshop Teleng Cikarang. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuesioner., Dalam penelitian ini menggunakan metode multivariat jumlah sampel bisa ditentukan sebanyak 25 kali jumlah variabel indepeden. Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen maka jumlah sampel ditentukan sebanyak $25 \times 3 = 75$ sampel. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini yang sebanyak 100 responden sudah mencukupi.

HASIL PENELITIAN

Tabel 1.
Hasil Uji Validitas

	R Hitung	R table	Keterangan
Kualitas Produk	0,760	0,1966	Valid
	0,743	0,1966	Valid
	0,799	0,1966	Valid
	0,784	0.1966	Valid

	0,721	0,1966	Valid
	0,772	0,1966	Valid
	0,774	0,1966	Valid
	0,782	0,1966	Valid
Harga	0,779	0,1966	Valid
	0,821	0,1966	Valid
	0,760	0,1966	Valid
	0,736	0,1966	Valid
	0,786	0,1966	Valid
	0,846	0,1966	Valid
	0,827	0,1966	Valid
	0,829	0,1966	Valid
Kualitas Pelayanan	0,717	0,1966	Valid
	0,824	0,1966	Valid
	0,774	0,1966	Valid
	0,825	0,1966	Valid
	0,809	0,1966	Valid
	0,782	0,1966	Valid
	0,828	0,1966	Valid
	0,805	0,1966	Valid
	0,818	0,1966	Valid
	0,780	0,1966	Valid
Kepuasan Pelanggan	0,885	0,1966	Valid
	0,838	0,1966	Valid
	0,880	0,1966	Valid
	0,871	0,1966	Valid

Bahwa untuk mengukur kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan menunjukkan nilai yang lebih besar dari r-tabel yaitu 0,1966 ($r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$), sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa semua item dinyatakan valid.

Tabel 2.
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Kualitas Produk	0,900	8	Reliabel
Harga	0,918	8	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,936	10	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,891	4	Reliabel

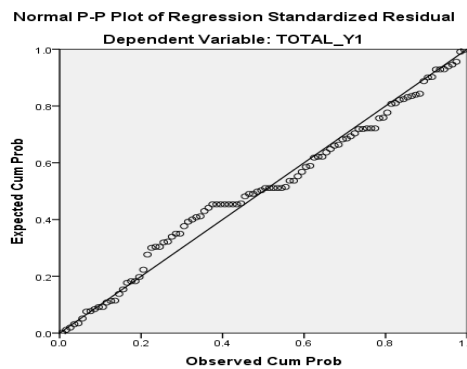
Nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan menunjukkan bahwa konstruk variabel penelitian ini reliabel.

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

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	100

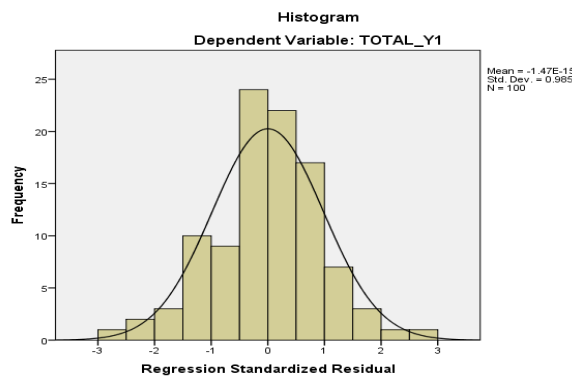
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.30057867
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.056
	Negative	-.083
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.087 ^c

Bahwa nilai signifikan (*Asymp. Sig. 2-tailed*) pada uji normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* adalah sebesar $0,087 > 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.



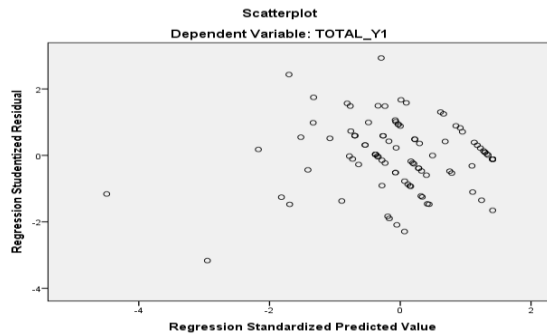
Gambar 1. Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik P-P Plot

Bahwa data atau titik-titik plot berada disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal. Dan tidak ada gangguan apapun dari data diatas.



Gambar 2. Uji Normalitas Menggunakan Histogram

Hasil uji normalitas histogram memberikan pola distribusi yang membentuk gambar seperti lonceng sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.



Gambar 3. Uji Heterokedastisitas

Hasil uji heterokedastisitas terlihat pola yang menyebar tidak menentu, pola titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas pada data yang digunakan, artinya terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.

Tabel 4.
Hasil Uji Multikolinieritas

<i>Collinearity Statistics</i>		
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
Kualitas Produk	.203	4.925
Harga	.248	4.037
Kualitas Pelayanan	.157	6.365

Bahwa variabel kualitas produk (X_1) mempunyai nilai VIF sebesar 4,925 dan nilai *Tolerance* sebesar 0,203, variabel kualitas pelayanan (X_2) mempunyai nilai VIF sebesar 4,037 dan nilai *Tolerance* 0,248, variabel harga (X_3) mempunyai nilai VIF 6,365 dan nilai *Tolerance* 0,157. Nilai VIF pada ketiga variabel independen <10 dan nilai *Tolerance* $>0,10$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.

Tabel 5.
Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	2.342

Bahwa nilai $4-dU < d < 4-dL = 2,2636 < 2,342 < 2,3869$ kesimpulannya untuk uji autokorelasi tidak dapat ditarik kesimpulan.

Tabel 6.
Hasil Uji Runs Test

	<i>Unstandardized Residual</i>
Test Value ^a	.02329
Cases $<$ Test Value	50
Cases \geq Test Value	50

Total Cases	100
Number of Runs	55
Z	.804
Asymp. Sig. (2-tailed)	.421

Bahwa nilai *Asymp. Sig* (2-tailed) dengan nilai 0,421 yakni lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, data yang dipergunakan cukup *random* sehingga tidak terdapat masalah autokorelasi pada data yang di uji.

Tabel 7.
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>T</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1 (Constant)	-.797	1.024		-.778	.438
Kualitas Produk	.275	.063	.482	4.382	.000
Harga	.164	.056	.292	2.932	.004
Kualitas Pelayanan	.068	.059	.144	1.148	.254

Variabel kualitas produk (X_1) memiliki koefisiensi regresi sebesar 0,275. Nilai koefisiensi positif menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Variabel harga (X_2) memiliki koefisiensi regresi sebesar 0,164. Nilai koefisiensi positif menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas pelayanan (X_3) memiliki koefisiensi regresi sebesar 0,068. Nilai koefisiensi positif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 8.
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.874	.764	.756	1.321

Dari output diatas, didapatkan nilai *R-Square* (Koefisien Determinasi) sebesar 0,764 yang artinya pengaruh variabel (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 76,4%. Maka diambil kesimpulan, hal ini menunjukkan bahwa presentase yang didapatkan pada variabel independen (kualitas produk, harga, kualitas pelayanan) terhadap kepuasan pelanggan Garden Petshop Teleng Cikarang sebesar 76,4%. Sedangkan sisanya sebesar 23,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Tabel 9.
Hasil Uji T (Uji Koefisien Regresi Secara Parsial)

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>T</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1 (Constant)	-.797	1.024		-.778	.438
Kualitas Produk	.275	.063	.482	4.382	.000

Harga	.164	.056	.292	2.932	.004
Kualitas Pelayanan	.068	.059	.144	1.148	.254

Diketahui nilai signifikansi variabel kualitas produk sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai *t hitung* $4,382 > 1,98498$ maka H_0 di tolak dan H_a di terima. Artinya bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai signifikansi variabel harga sebesar $0,004 < 0,05$ dan nilai *t hitung* $2,932 > t\ tabel\ 1,98498$ maka H_0 di tolak dan H_a di terima. Artinya bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan sebesar $0,254 > 0,05$ dan nilai *t hitung* $1,148 < 1,98498$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 di terima dan H_a di tolak. Dengan demikian menyatakan kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelaggan.

Tabel 10.
Hasil Uji Silmutan (Uji F)

	<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	Regression	541.291	3	180.430	103.436	.000 ^b
	Residual	167.459	96	1.744		
	Total	708.750	99			

Nilai *Fhitung* sebesar 103.000 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Hal ini menggambarkan bahwa nilai *Fhitung* lebih besar dari *Ftabel* 2,70 dan nilai sig, lebih kecil dari 0,05 dengan demikian H_0 di tolak dan H_a di terima, maka dapat disimpulkan kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Garden Petshop Teleng Cikarang.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X_1) berdasarkan pengujian SPSS dimana didapatkan hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,764 serta diperoleh nilai *t hitung* sebesar 4,382 dan nilai sig, 0,000. Karena nilai *t hitung* $4,382 > t\ tabel\ 1,98498$ dan nilai sig, $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 di tolak dan H_a di terima, maka dapat disimpulkan H_1 menyatakan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan garden petshop teleng cikarang.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga (X_2) berdasarkan pengujian SPSS dimana didapatkan hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,764 serta diperoleh nilai *t hitung* 2,932 dan nilai sig, 0,004. Karena nilai *t hitung* $2,932 > t\ tabel\ 1,98498$ dan nilai sig, $0,004 < 0,005$ sehingga H_0 di tolak dan H_a di terima, maka dapat disimpulkan H_2 menyatakan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan garden petshop teleng cikarang.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan pengujian secara parsial diketahui bahwa nilai *t hitung* dan nilai sig variabel kualitas pelayanan (X_3) sebesar 1,148 dan nilai sig 0,254. Karena nilai *t hitung* dan *t tabel* $1,148 < 1,98498$ dan nilai signifikansi $0,254 > 0,05$ sehingga dapat

disimpulkan bahwa H₀ di terima dan H_a di tolak. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan garden petshop teleng cikarang. Semakin tinggi dan baik kualitas produk yang dihasilkan oleh garden petshop maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan yang dapat diukur dari tingkat keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk dan manfaat produk maka tingkat kepuasan meningkat pula. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan garden petshop teleng cikarang. Kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Semakin tinggi dan semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang dimaksud adalah salah satunya karyawan yang melayani pelanggan dengan ramah dan sopan akan menimbulkan sifat dari seorang pelanggan yang merasa dihargai ketika membeli produk tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Suneni, Ika (2019) “ Pengaruh kualitas pelayanan , harga dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pengguna transportasi ojek online grab” *Jurnal riset manajemen sains Indonesia Vol 10 No. 1 2019.* <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jrmsi/article/view/11034>
- Astuti, R (2021). “Pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu merek converse. *Jurnal Akmami (Akuntansi Manajemen Ekonomi)* , 2(2), 204-219. <https://doi.org/10.53695/Ja.V2i2.154>
- Citra Anita Rahma (2020) “Pengaruh kualitas pelayanan dan emosional terhadap kepuasan pelanggan pada Honda IDK 2 Medan”. *Jurnal manajemen tools ISSN: 2088-3145. Vol 12 No. 2 Desember 2020.* <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2115683>
- Dealisna Pantilu, Rosalina A.M. Koleangan, Ferdy Roring (2018). “Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada warung bandito kawasan megamas manado”. *Jurnal EMBA. ISSN 2303-1174. Volume. 6. No. 4, September 2018.* <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21898>
- Handayani, L,S.,R. Hidayat (2021) “pengaruh kualitas produk, harga, dan digital marketing terhadap kepuasan pelanggan produk ms glow beauty”. *Jurnal IKRAITH EKONOMIKA 5(2) Hal 135 -14.* <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/1324>
- Indrasari , Meithiana (2019) “Pemasaran dan kepuasan pelanggan” IKAPI. <https://repository.unitomo.ac.id/id/eprint/2773>
- Kristanti, D., Meydiansyah, S.D., dan Fahira, V.B (2020) “Pengaruh produk dan loyalitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada kartu indosat di sakha phone gurah”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi, Vol. 03 No. 02, ISSN (Online) 2581-2157.*
- lase, j. a., & mendrofa, r. n. . (2023). perbedaan kemampuan pemecahan masalah matematis siswa menggunakan model pembelajaran project based learning dengan

- problem based learning di smp negeri 1 hiliserangkai. *jurnal review pendidikan dan pengajaran (jrpp)*, 6(3), 252–259. <https://doi.org/10.31004/jrpp.v6i3.18867>.
- Sanjaya, V.F (2023) “Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli iphone : studi kasus mahasiswa uin raden intan bandar lampung. *Srikandi: Journal of islamics economics and banking*), 7(2), 56. <https://Journal.laimnumetrolampung.Ac.Id/Index.Php/Srikandi/Article/View/2963>
- Soleh, M dan Wahyuni, D.U. (2018) “ Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan indosat ooredoo”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. e-ISSN: 2461-0593. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2011>