



Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Amira Meubel.

Fandriananto Sayedi¹, Rosman Ilato², Radia Hafid¹, Usman Moonti¹, Sudirman Sudirman^{1*}).

¹*Economic Education Department, Universitas Negeri Gorontalo*

²*Public Administration Department, Universitas Negeri Gorontalo*

Article Info

Article history:

Received: 27 January 2023;

Accepted: 17 February 2023;

Published: 26 May 2023.

Keywords:

Product Quality; Customer Satisfaction.

Abstract

This research employed a quantitative approach with a survey research method. The data used were primary data obtained from distributing questionnaires to customers of Amira Furniture Store, Gorontalo City, with a sample of 40 respondents. In the meantime, the data analysis technique used simple linear regression. In conclusion, product quality had a significant effect on customer satisfaction at the Amira Furniture Store, Gorontalo City. In addition, product quality effectively and efficiently had significant effect on customer satisfaction for 51,4%, while the remaining 48,6% were affected by other variables examined in this research. This result signified that product quality significantly affected customer satisfaction at Amira Furniture Store, Gorontalo City.

Abstrak

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan metode penelitian Survei. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner pada Konsumen Toko Amira Meubel Kota Gorontalo. Sampel pada penelitian ini sejumlah 40 Responden. Teknik analisis data menggunakan regresi linear sederhana. Sebagai kesimpulan dari penelitian ini adalah Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Toko Amira Meubel Kota Gorontalo. Kualitas Produk secara efektif dan efisien mempunyai pengaruh yang nyata terhadap kepuasan konsumen sebesar 51,4%, sedangkan sisanya sebesar 48,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk Berpengaruh sangat kuat terhadap Kepuasan Konsumen Toko Amira Meubel Kota Gorontalo

How to Cite:

Sayedi,F; Ilato,R; Hafid,R; Moonti,U; Sudirman,S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Amira Meubel. *Journal of Economic and Business Education*, 1(2), 83-92

Pendahuluan

Industri meubel (Furniture) merupakan industri yang mengolah bahan baku setengah jadi yang meliputi kayu menjadi produk barang jadi yang bisa disebut dengan mebel yang mempunyai nilai tambah dan manfaat yang lebih tinggi. Salah satu penunjang kegiatan manusia dalam hidupnya berupa mebel, selain sebagai karya desain yang bersifat fungsional, mebel sangat potensial untuk dapat dikembangkan seluas-luasnya di masyarakat, serta penuh optimis ke depan akan menumbuhkan karya cipta mebel dengan kekayaan bentuk dan fungsi hingga saat ini terdapat puluhan jenis kayu yang dapat digunakan untuk berbagai bentuk mebel. Mebel termasuk karya seni terapan mengingat fungsinya untuk mendukung kegiatan manusia. Sebagai dalam penjelasan berikut : sebuah karya seni yang terefleksikan system nilai, tradisi, sumber daya lingkungan, kebutuhan hidup atau pola perilaku manusia, dimana kesenian itu hidup. Di era globalisasi saat ini persaingan dalam bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional/global. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mengetahui bagaimana perilaku konsumen dilihat dari kepuasan para pelanggan atau pengguna. Menjalankan sebuah aktivitas bisnis, umumnya yang harus diperhatikan perusahaan adalah orientasi pelanggan atau *costumen orientation*. Kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dan menentukan dalam mempertahankan, maupun menumbuh kembangkan perusahaan. Untuk memuaskan para pelanggan, kita perlu memahami apa yang penting bagi mereka dan berusaha paling tidak memenuhi harapan-harapan mendasar mereka, kebutuhan-kebutuhan pelanggan tidak hanya mengenai barang dan jasa itu sendiri. Seorang konsumen atau pelanggan dikatakan puas apabila ia senang dan mempunyai perilaku yang kuat untuk menggunakan atau membeli lagi secara rutin sebuah produk atau jasa. Bagaimana cara membentuk kepuasan pelanggan, tentunya harus dimulai dengan memberikan kualitas produk atau jasa yang unggul atau superior, sehingga pelanggan merasa puas dengan pengalaman mengkonsumsinya.

Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (hasil) yang ia rasakan dengan harapannya. Sehingga, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Pelanggan bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan akan tidak puas. Kalau kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Apabila kinerja melampaui harapan, pelanggan akan sangat puas, senang atau bahagia.

Menciptakan konsumen baru atau mempertahankan konsumen lama serta meningkatkan volume penjualan merupakan tujuan perusahaan. Menciptakan konsumen dan mempertahankan konsumen lama dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti menerapkan unsur-unsur, meningkatkan kualitas produk serta mengeluarkan produk baru, hal ini berguna agar dapat memenuhi kepuasan konsumen. Dalam hal ini kualitas produk yang dilakukan perusahaan akan menciptakan suatu penilaian tersendiri pada pikiran konsumen sehingga konsumen merasa puas terhadap suatu produk.

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan

keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberi manfaat pada perusahaan sehingga konsumen yang sudah merasa puas akan datang kembali untuk melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan kepada orang lain tentang kualitas produk yang ditawarkan, sehingga ketidakpuasan konsumen akan memberikan dampak pada perusahaan, karena produk yang digunakan oleh konsumen tidak memenuhi apa yang diharapkan. Menurut Irawan, (2003) pengukuran kepuasan konsumen adalah mutlak diperlukan oleh dua hal. Pertama, agar perusahaan tidak membuang uang percuma.

Tanpa pengukuran, perusahaan tidak akan mampu untuk menentukan prioritas perbaikan kualitas produk yang diharapkan oleh konsumen. Kedua, agar perusahaan dapat menggalang komitmen dari semua komitmen karyawannya untuk terlibat dalam proses peningkatan kepuasan konsumen. Hal ini dapat mendorong perusahaan-perusahaan untuk senantiasa terus mendengarkan konsumennya.

Kepuasan konsumen adalah persepsi individual terhadap performa barang atau jasa yang berhubungan dengan ekspektasi pelanggan/konsumen (Schiffman dan Kanuk, 2007:9). Kotler dan Keller (2007:177) menyatakan bahwa 'kepuasan adalah perasaan senang ataupun kecewa oleh seseorang yang muncul setelah membandingkan suatu kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Memberikan kepuasan kepada konsumen adalah keinginan setiap perusahaan

Kepuasan menurut Kotler (2004 : 42), adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya lebih rinci. Menurut Mower dan Minor (2002:89) kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian, (Rangkuti, 2002:30).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam blog yang ditulis oleh Rosianasfar (2013), kualitas berarti tingkat baik buruknya sesuatu, derajat atau taraf mutu. Berkualitas diartikan bahwa sesuatu mempunyai kualitas atau mutu yang baik. Mutu atau kualitas merupakan isu yang dominan pada banyak perusahaan, bersamaan dengan waktu yang pesat, dalam memenuhi permintaan konsumen (produk yang dibuat selalu sesuai dengan apa yang diminta konsumen) dan harga jual yang rendah, mutu merupakan pilihan kunci dan strategis. Konsep kualitas itu sendiri sering dianggap sebagai ukuran relative dari kesempurnaan atau kebaikan dari produk itu sendiri.

Konsep kualitas itu sendiri sering dianggap sebagai ukuran relative dari kesempurnaan atau kebaikan dari produk itu sendiri. Kualitas mempunyai kaitan erat dengan kepuasan pelanggan., Karena peran kualitas sangat menentukan keinginan konsumen tersebut sehingga dengan kualitas produk akan tercapai suatu kepuasan tersendiri bagi konsumen (Gaspersz, 2005). Mulyadi (2007) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan sangat bergantung pada bagaimana kualitas suatu produk yang ditawarkan.

Menurut John F. Welch Jr. (dalam Kotler dan Keller, 2009:143) bahwa kualitas merupakan jaminan terbaik atas loyalitas pelanggan, pertahanan terkuat menghadapi persaingan luar negeri, dan satu-satunya jalan untuk mempertahankan pertumbuhan dan penghasilan.

Tjipjono, (2000:94) mengemukakan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008 : 266) produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.

Para peminat/pembeli menginginkan agar produk harus dibuat berkualitas, terutama dalam memenuhi keinginan konsumen dengan tujuan agar terpenuhi kebutuhan konsumen dan merasa puas atas produk yang ditawarkan. Kotler dan Armstrong (2010:27) mengemukakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, maupun ketepatan. Terdapat kecenderungan bagi konsumen untuk memilih produk yang berkualitas, sesuai dengan harapan dan keinginan oleh konsumen itu sendiri (Nabhan dan Kresnaini, 2005). Jika konsumen merasa cocok dengan suatu produk dan produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya, maka konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut bahkan secara terus menerus (Nabhan dan Kresnaini, 2005).

Metode

Adapun pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dengan tujuan untuk mengetahui gambaran mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.toko amira mebel. Alasan peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif adalah karena data yang diteliti dalam penelitian ini berbentuk angka yang sifatnya dapat diukur, rasional dan sistematis. Menurut Sugiyono (2017:8) Metode Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel. Yang menjadi variabel bebas (X) adalah Kualitas Produk, dan yang menjadi variabel terikat (Y) adalah Kepuasan Konsumen.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan cara yang digunakan untuk menguraikan keterangan-keterangan atau data yang diperoleh agar data tersebut dipahami bukan oleh orang yang mengumpulkan data saja, tapi juga oleh orang lain. Adapun langkah-langkah yang dapat ditempuh adalah sebagai berikut :

Uji Normalitas Data

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah data dari tiap-tiap variabel penelitian berdistribusi normal atau tidak. Untuk mengidentifikasi data berdistribusi normal yaitu jika masing-masing variabel memiliki nilai lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian berdistribusi normal. Analisis data dapat dilanjutkan apabila data tersebut terdistribusi dengan normal.

Hasil dan Pembahasan

Toko Amira Meubel Kota Gorontalo adalah salah satu meubel yang terletak di Kelurahan Limba U Kecamatan Kota Selatan Kota Gorontalo Provinsi Gorontalo. Toko Amira Meubel berdiri pada tahun 2013 Bulan awal (Januari). Toko Amira Meubel sendiri didirikan oleh Bapak Hj. Ramli Anwar Ahmad. Pada tahun tersebut, toko amira mebel masih menjual aneka perabotan rumah tangga yang bisa dikatakan masih minim yakni hanya kursi dan meja. Semakin berkembangnya tahun, toko amira meubel sudah mengeluarkan produk dengan berbagai macam jenis barang, seperti springbed, etalase, kaligrafi, meja belajar, jam dan juga berbagai macam jenis barang lainnya dengan berbagai macam harga yang menjadi produk penjualan oleh toko amira mebel. Toko amira meubel sendiri memiliki karyawan sebanyak 2 orang dan sampai sekarang masih berstatus aktif sebagai karyawan toko amira meubel kota gorontalo.

Kualitas data yang dihasilkan dari instrument dalam penelitian ini dapat dianalisis melalui pengujian validitas dan reabilitas. Sehingga kuisioner dalam penelitian ini di uji terlebih dahulu dengan uji validitas dan reabilitas.

Analisis Deskriptif Variabel

Salah satu analisis yang dilakukan adalah analisis deskriptif yang bertujuan untuk melihat gambaran awal mengenai objek/variabel yang diteliti. Analisis deskriptif yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis *Mean* yaitu untuk mengetahui nilai rata-rata dari variabel yang diteliti beserta setiap indikatornya, sehingga analisis deskriptif ini dapat menggambarkan secara umum data yang telah dikumpulkan di lapangan. Menurut Sudjana (2016 : 138) *mean* berarti nilai rata-rata yang mencirikan sekelompok bilangan

Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. setelah dilakukan uji asumsi normalitas data dan ternyata terpenuhi, tahap selanjutnya dilakukan pemodelan data dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana

Pengujian Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi merupakan suatu nilai yang besarnya berkisar antara 0%-100%. Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan besarnya koefisien determinasi yang disesuaikan atau angka *R Square* adalah sebesar 0,514. Atau sebesar 51,4%. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 51,4% variabilitas kepuasan konsumen (Y) dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk (X), sedangkan sisanya sebesar 48,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pada suatu bisnis, keuntungan dan keberhasilan menjadi faktor yang paling diutamakan. Keberhasilan dari suatu bisnis tersebut tidak terlepas dari kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen atau kepuasan pelanggan juga menjadi faktor penting dalam membangun sebuah bisnis. Membangun sebuah bisnis, keuntungan dan keberhasilan menjadi faktor yang diutamakan. Tak heran jika perusahaan atau bisnis betul-betul memperhitungkan segala faktor. Mulai dari modal, pengeluaran anggaran, hingga mencari orang-orang yang berkompeten untuk membuat bisnis dapat berkembang. Kotler dan Keller (2007:177) menyatakan bahwa 'kepuasan adalah perasaan senang ataupun kecewa oleh seseorang yang muncul setelah membandingkan suatu kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Dalam hal ini, kepuasan pelanggan adalah yang menjadi target dari pada perusahaan atau toko yang mempunyai target penjualan yang besar. Toko yang mengutamakan kepuasan konsumen harus memberikan atau menghasilkan kualitas produk yang dapat memenuhi keinginan dan kepuasan konsumen sebab pada dasarnya apabila kepuasan konsumen terpenuhi maka para konsumen akan betah dan menjadi langganan dalam pembelian produk yang dihasilkan.

Salah satu strategi agar produk yang laku dipasaran adalah dengan memenuhi kepuasan konsumen. Kualitas produk yang bermutu jelas akan menjadi sasaran para konsumen untuk dibeli ditambah lagi untuk jaman sekarang para konsumen lebih memilih kualitas produk yang bagus dari pada produk yang memiliki nilai jual tinggi namun kualitasnya rendah. Strategi ini menjadi strategi yang menjadi senjata utama untuk menarik minat konsumen karena para konsumen dapat menikmati produk yang berkualitas dan tahan lama. Hasil analisis koefisien determinasi pada tabel diatas menunjukkan besarnya koefisien determinasi yang disesuaikan atau angka *R Square* adalah sebesar 0,514. atau sebesar 51,4%. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 51,4% variabilitas kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk, sedangkan sisanya sebesar 48,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian pada sub bab sebelumnya ditemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Amira Meubel Gorontalo. Hasil ini dibuktikan dengan nilai t-hitung 6,345 lebih besar dari t-tabel 2,02439 dan nilai signifikansi 0,000 atau lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas produk dapat meningkatkan kepuasan konsumen Toko Amira Meubel Gorontalo.

Hasil penelitian ini juga dapat dibuktikan dari hasil analisis statistic deskriptif variabel. Dimana dari hasil analisis untuk variabel kualitas produk berada pada kategori sangat baik. Indikator yang diangkat dalam variabel ini, yaitu indikator Kinerja (*Performance*) berada pada kategori sangat baik, untuk indikator Keistimewaan (*Features*) berada pada kategori sangat baik, indikator Keandalan (*Reliability*) berada pada kategori sangat baik, indikator Konfirmasi (*Conformance*) berada pada kategori sangat baik, dan Daya Tahan (*Duarability*) sudah masuk dalam kategori sangat baik menurut Konsumen Toko Amira Mebel Gorontalo dan dapat dikatakan berhasil dan dapat diterima oleh konsumen dengan baik.

Dengan kualitas produk yang dilakukan oleh toko amira berimplikasi pada kepuasan konsumen yang meningkat pula. Hal ini terlihat dari hasil analisis statistic deskriptif untuk variabel kepuasan konsumen dimana sudah masuk pada kategori sangat baik. Indikator yang diangkat dalam penelitian ini yaitu indikator Harga berada pada kategori sangat baik, indikator Kualitas Pelayanan berada pada kategori sangat baik, indikator Kualitas Produk berada pada kategori sangat baik, indikator Emosi berada pada kategori sangat baik, dan Biaya sudah masuk dalam kategori sangat baik menurut Konsumen Toko Amira Mebel Gorontalo.

Hasil penelitian ini adalah bagaimana melihat dan mengukur suatu produk yang berkualitas tinggi merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan. Barang yang tahan lama adalah barang-barang berwujud yang biasanya dapat digunakan untuk waktu yang lama, hal ini juga berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat dipergunakan. Konsumen akan menyukai produk yang awet dan tahan lama, sehingga barang tersebut tidak akan mudah rusak. Begitu halnya dengan Produk yang ada di Toko Amira Meubel. Dimana dalam penelitian ini, indikator yang paling berpengaruh pada Variabel X (Kualitas Produk) adalah Daya Tahan (*Duarability*), dimana ketika peneliti melakukan observasi pada beberapa konsumen ditemui bahwa produk yang dipromosikan oleh toko amira meubel merupakan bahan kayu jati yang memiliki kelebihan yakni dapat menghasilkan barang yang kuat dan tahan lama sehingga dapat terciptanya rasa ketertarikan dari seorang konsumen untuk melakukan pembelian di toko amira meubel bahkan konsumen dapat melakukan pembelian secara berulang dikarenakan adanya barang yang dapat memuaskan hati seorang konsumen. Sedangkan untuk Variabel Y (Kepuasan Konsumen) yang menjadi indikator paling berpengaruh adalah Kualitas Pelayanan yang dimana pada penelitian ditemui konsumen merasa puas dengan adanya pelayanan dari Toko Amira baik dari segi interaksi maupun segi penawaran berupa pertukaran suatu barang dilayani secara baik oleh toko amira. Seperti barang yang telah terlanjur dipesan oleh seorang konsumen dan ketika barang tersebut belum memenuhi rasa puas dari seorang konsumen, maka hal yang dilakukan oleh seorang konsumen yaitu menghubungi Toko Amira untuk melakukan komplein terhadap barang yang telah dipesan, yang diberikan oleh Toko Amira dalam hal mengatasi permasalahan tersebut adalah menghubungi kembali konsumen yang sebelumnya melakukan komplein untuk mengonfirmasi barang yang telah dipesan kemudian terdapat adanya kerusakan yang membuat konsumen merasa kurang puas dengan barang tersebut, maka Toko Amira memberikan toleransi untuk mengganti barang tersebut dalam hal menukar barang sebelumnya yang rusak dengan barang yang bagus guna agar terciptanya kembali rasa puas oleh seorang konsumen pada saat melakukan pembelian di toko amira meubel gorontalo. Dalam hal ini, maka yang

paling berpengaruh pada tingkat kepuasan konsumen adalah Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh Toko Amira sehingga toko amira menjadi toko yang dipercayakan pelanggan untuk mempromosikan suatu barang secara baik. Dalam hal ini dilandaskan definisi Kotler (2019) bahwa kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dapat di persepsikan baik dan memuaskan. Kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian secara berulang dan nantinya akan menjadi pelanggan yang setia.

Kesimpulan dan Saran

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian kualitas produk berpengaruh positif sebesar 51,4% pada variabel Y yaitu kepuasan konsumen Toko Amira Meubel Gorontalo. Hasil ini dapat menjelaskan bahwa produk yang berkualitas dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Saran

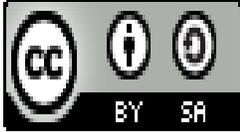
Berdasarkan hasil penelitian serta kesimpulan diatas, maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Dari hasil penelitian ini, kualitas produk maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen, karena dengan adanya produk yang berkualitas maka para konsumen akan merasa puas dengan apa yang mereka beli dan untuk toko/perusahaan akan mendapatkan keuntungan yaitu mendapatkan konsumen tetap.
2. Untuk perusahaan/toko yang menghasilkan produk dengan kualitas baik kedepannya dapat meningkatkan lagi hasil produknya agar dapat menarik minat para konsumen.
3. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengembangkan penelitian ini untuk melihat hasil dari kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

Daftar Pustaka

- Adi, Albertus Ferry R. 2012. *Analysis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada waroeng special sambal cabang lampersari semarang)*, Universitas Diponegoro. <http://eprints.undip.ac.id/35758/>
- Arikunto, Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2011). *Metode Penelitian*. Yogyakarta:Pustaka Pelajar
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*.Edisi Revisi. Jakarta:PT Rineka Cipta
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*.

- Gaspersz, V. 2005. *Ekonomi Manajerial Pembuatan Keputusan Bisnis*. Jakarta: Gramedia Utama.
- Irawan, Handi. 2003 *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Elax Media Komputindo
- Juran, J. M. (1993). *Quality Planning and Analysis: From Product Development thought Use*. New York: McGraw-Hill.
- Kotler, Phillip. 1997, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu. Jakarta: Prentice Hall
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2010. *Principles of Marketing*, thirteen edition. Prentice Hall. New Jersey.
- Kotler, Phillip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. edisi Keduabelas. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Alih Bahasa : Benyamin Molan. Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1 dan 2. Cetakan Keempat. PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler, Phillip. 2004. *Manajemen pemasaran*, jilid 2 edisi kesebelas. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Phillip. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 (11thed.)* PT. Indeks. Jakarta
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Alih Bahasa : Benyamin Molan. Manajemen Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jilid 1. Cetakan Keempat. PT. Indeks. Jakarta.
- Mowen, John. dan Michael Minor. 2002. *Perilaku konsumen*, jilid 2, Edisi kelima. Jakarta: Erlangga
- Mulyadi. 2007. *Sistem Perencanaan & Pengendalian Manajemen*. Jakarta: Salemba
- Nabhan Faris dan Kresnaini Enlik. (2005). Faktor-Faktor yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Volume 6. Nomer 3. Malang: Fakultas Ekonomi Gajayana
- Rangkuti, Freddy (2002), *Measuring Customer Saticfaction*, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Rosianasfar., 2013, *Production & Management: Kualitas dan Total Quality Manaement*, (online), (<http://scm.aurino.com/kualitas-dan-total-quality-management/>, diakses tanggal 10 mei 2014)
- Schiffman, Leon G dan Leslie Lazak Kanuk. 2007. *Consumer behavior. Ninth Edition*. Pearson Education, Inc New. Jersey.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- Sugiyono. (2009). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2019). In *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D (p.394)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono Fandy, 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono , Fandy, Gregorius, 2006. *Manajemen Pelayanan Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta. Andi
- Widoyoko, Eko Putro. (2014). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar



This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). Editorial of JEBE : Economic Education Study Program, Faculty of Economics Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia