

Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mj Enamel

by Woro Utari

Submission date: 30-Mar-2023 11:17AM (UTC+0700)

Submission ID: 2050667755

File name: JEMASI_DES_2022_-_WORO_UTARI.pdf (341.45K)

Word count: 5644

Character count: 35760

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MJ ENAMEL**

Woro Utari¹, M. Luthfi Alif Utama², Asep Heryyanto³, Rudiantno⁴

¹Universitas Wijaya Putra, Surabaya, Indonesia, woroutari@uwp.ac.id

²Universitas Wijaya Putra, Surabaya, Indonesia, muhammadluthfialifutama@gmail.com

³Universitas Wijaya Putra, Surabaya, Indonesia, asepheryyanto@uwp.ac.id

⁴Universitas Wijaya Putra, Surabaya, Indonesia, rudiantno@uwp.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study is to test and analyze the effect of Price, Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction. The sampling method uses Accidental Sampling. The number of samples used in this study are 60 customer respondents from MJ ENAMEL. Then an analysis of the data obtained by using quantitative data analysis. Quantitative data analysis assisted by the SPSS 21 Application program includes; validity and reliability test, normality test, multiple regression analysis, coefficient of determination analysis (R²), Descriptive analysis, Hypothesis F test and T test. Hypothesis Testing Results through the F test can be seen that the variable Price (X1), Product Quality (X2) and Service Quality (X3) simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction (Y). Then the results of the t test show that Product Price and Quality partially have a positive and significant effect on the Customer Satisfaction variable. While the Service Quality variable partially does not significantly influence the Customer Satisfaction variable.

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

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Metode Pengambilan sampel menggunakan Accidental Sampling. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 60 Responden pelanggan dari MJ ENAMEL. Kemudian dilakukannya analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis data secara kuantitatif. Analisis data kuantitatif yang dibantu program Aplikasi SPSS 21 meliputi ; uji validitas dan uji reliabilitas, uji normalitas, analisis regresi berganda, analisis koefisien determinasi (R²), analisis Deskriptif, uji Hipotesis uji F dan Uji t. Hasil Pengujian Hipotesis melalui uji F dapat diketahui bahwa bahwa variabel Harga (X1), Kualitas Produk (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Kemudian hasil dari uji t menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan. Sedangkan variabel Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan.

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

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis persaingan menguasai dan mendapatkan pangsa pasar sangatlah ketat (Indrawati et al., 2021). Salah satunya dengan cara membuat manajemen pemasaran yang baik agar dibenak konsumen didapat citra yang baik. Pihak manajemen di masing – masing perusahaan juga dituntut agar dapat meraih, meningkatkan dan mempertahankan pelanggan yang ada (Utari et al., 2021). Lalu keberhasilan perusahaan dalam mencapai kinerja produk yang optimal secara berkelanjutan ditentukan oleh seberapa besar perusahaan mampu berinovasi agar dapat terus bertahan dan bersaing dalam dunia bisnis (Rusdiyanto et al., 2020).

Di dalam strategi pemasaran merupakan salah satu awal dalam rangka mengenalkan produk pada konsumen dan ini akan menjadi sangat penting karena akan berkaitan dengan keuntungan-keuntungan yang akan diperoleh oleh perusahaan. Fungsi Marketing merupakan kegiatan yang dilakukan dalam bisnis, yang terlibat dalam pergerakan produk dari produsen sampai ke tangan konsumen dan pelanggan. Menurut William J Shultz dalam Alma (2016:21) Strategi pemasaran akan bisa berguna dengan optimal apabila didukung dengan perencanaan yang terstruktur baik secara internal maupun eksternal. MJ ENAMEL adalah sebuah bisnis yang bergerak di bidang Home Industri. Sebuah usaha bisnis Reproduksi panci dalam Kualitas KW atau yang bisa disebut istilah BS. MJ ENAMEL Bekerja sama dengan PT MASPION sebagai distributor untuk produk produk panci BS sebagai mitra untuk mendapatkan produk produk panci yang akan di reproduksi ulang.

Pemasaran Merupakan sebuah proses menentukan, mengantisipasi, menciptakan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta mengorganisasikan semua sumber daya perusahaan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan tersebut dengan total keuntungan yang lebih besar bagi perusahaan dan pelanggan (Tjiptono, 2017:11). Perusahaan harus mengupayakan Agar konsumen dan pelanggan puas dan tidak mengalami rasa kecewa terhadap produk perusahaan, maka dari itu perusahaan harus memiliki Harga, Kuliatas Produk, dan Kualitas Pelayanan yang baik untuk menopang Kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu elemen pokok dalam suatu pemikiran dan praktik pemasaran modern Menurut Tjiptono (2017:45).persaingan dapat dimenangkan oleh perusahaan apabila perusahaan mampu dalam mempertahankan pelanggan. Jika terjadi kegagalan dalam ekspetasi pelanggan dalam menentukan produk yang diinginkan, maka pelanggan akan merasa tidak puas dan sebaliknya apabila suatu ekspetasi pelanggan, berhasil maka dapat dikatakan bahwa pelanggan akan merasa puas. Pelanggan MJ ENAMEL masih belum merasa puas untuk beberapa Variabel. Seperti harga yang ditawarkan, memang harga yang ditawarkan tergolong terjangkau, akan tetapi untuk pelanggan yang menengah kebawah masih terdapat yang menawar harga yang sudah ditetapkan, mungkin harga yang ditawarkan oleh MJ ENAMEL sudah bisa bersaing dengan harga produk dari pebisnis lain, namun MJ ENAMEL tetap ingin mengutamakan apa yang diharapkan pelanggan. Beberapa produk unggulan masih jauh dibawah jangkauan dari pelanggan pelanggan yang menengah kebawah untuk mengonsumsinya.

Harga menjadi suatu hal yang dapat berpengaruh untuk kepuasan pelanggan. Harga adalah sebuah nilai suatu produk yang dinyatakan dan di ukur menggunakan uang (Alma 2017:169). Untuk penawaran produk apapun, Harga selalu menjadi sorotan ketika ada penawaran produk. Harga menjadi nilai agregat dari semua hal yang diberikan produsen

terhadap pelanggan dalam mendapatkan keuntungan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Dalam memenuhi Salah satu Aspek yang juga mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah Kualitas Produk. Dari sudut pandang produsen atau pemasar, Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar bersangkutan. Untuk Kualitas Produk di MJ ENAMEL juga harus teruji, seperti dari sisi wujud produk panci, warna atau tema gambar yang masih ada beberapa produk menurut pelanggan yang membuat pelanggan belum puas dan percaya untuk menjadi pelanggan di MJ Enamel. Beberapa produk belum sesuai ataupun ada yang sedikit rusak tatanan Cat / bentuknya. Masih juga belum banyak produk yang belum ada inovasi dan masih belum menarik minat pelanggan untuk melakukan pembelian skala banyak. Berdasarkan Perspektif Konsumen, Produk adalah segala sesuatu yang diterima pelanggan dari sebuah pertukaran dengan pemasaran (Alma 2017:231). kualitas produk menurut Kotler dan Keller dalam Suryani (2019:15) adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.

Kualitas pelayanan juga menjadi hal penting bagi kepuasan pelanggan. Dari sisi pelayanan pelanggan bisa merasa nyaman dan aman untuk membeli dan memilih produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk menyeimbangi harapan pelanggan (Tjiptono 2017 : 273). Beberapa pelanggan masih ada yang menganggap belum di service dengan baik, mulai dari kaku nya pelayan pembeli untuk melakukan komunikasi dengan pelanggan, kesiapan display yang terlihat masih berantakan, kurang baiknya pelayanan edukasi produk, dan sampai masih belum maksimal baiknya pelayanan pengiriman. Dengan masih belum terpenuhi hasrat dari pelanggan maka menandakan perusahaan masih belum maksimal untuk membuat pelanggan merasa puas kembali. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Maka diharapkan kualitas pelayanan dapat memenuhi ekspektasi pelanggan dalam membeli produk yang ditawarkan perusahaan untuk mendapat kepuasan.

Penelitian terdahulu yang mendukung penelitian tentang pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan MJ ENAMEL di Sangarejo Karangjati Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan adalah Hasil riset penelitian yang dilakukan oleh Baila et al. (2014) dalam jurnal penelitian dengan judul “ Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado” menyatakan bahwa Variabel Harga (X2) secara parsial variabel harga (X2) berpengaruh signifikan positif terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) pada warung-warung makan Lamongan di kota Manado. Berbeda dengan riset penelitian yang dilakukan Rismawati dan Marlindawati (2018) dalam jurnal penelitian dalam judul “Analisis Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Laundry Bjr Batakan Balikpapan” menyatakan bahwa melalui uji t Variable Harga secara Parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Laundry BJR Batakan, Balikpapan.

Hasil riset penelitian yang dilakukan Nel Arianty (2015) dalam jurnal penelitian dalam judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung” menyatakan bahwa Variabel Kualitas produk secara parsial

berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Tony Sunyoto (2012) dalam jurnal penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Evaluasi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Quick Chicken Jl. Dharmahasada, Surabaya” Menyatakan bahwa hasil riset melalui uji t Bahwa Variable (X2) Kualitas Produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian yang dilakukan Diapinsa Gema Zakaria (2017) dalam jurnal penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan” Yaitu Hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil berbeda dari penelitian ternyata yang dilakukan oleh Jessica Ordella Kristanto (2018) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga terhadap kepuasan pelanggan di cafe one eighteenth Coffee” Hasil penelitian menunjukkan bahwa Berdasarkan hasil analisis uji t kualitas layanan secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Akan tetapi kualitas produk dan harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil Penelitian yang dilakukan Rina Sukmawati (2018) dalam jurnal penelitian dalam judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta” menyatakan bahwa dari variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Garden Cafe melalui uji F. Hasil penelitian tersebut diperkuat dengan hasil penelitian yang sama juga dinyatakan oleh Freekey Steyfli Maramis, Jantje L Sepang, Agus Supandi Soegoto (2018) dalam jurnal penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Air Manado” bahwa hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

KAJIAN PUSTAKA

Kepuasan Pelanggan

Pada dasarnya tujuan dari sebuah bisnis adalah untuk menciptakan para Pelanggan yang puas (Schanaars dalam Tjiptono (2017:76)). Terciptanya kepuasan konsumen dan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan membentuk suatu rekomendasi dari mulut kemulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan. Kepuasan Pelanggan Merupakan Evaluasi Konsumen yang membandingkan harapan Pra Pembelian dan persepsi terhadap kinerja setelah pembelian (Tjiptono 2017 : 121). Tingkat kepuasan ini juga sangat subjektif dimana satu akan berbeda dengan yang lainnya. Hal ini disebabkan oleh tingkat persepsi mereka yang berbeda dalam memandang kepuasan yang dirasakan. Pelanggan membentuk harapannya mengenai kinerja melalui produk yang bersangkutan. empat indikator yang digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan menurut Taylor dan Baker dalam Jurnal Penelitian Tjandra 2016 antara lain : (1.) Rasa senang berdasarkan pengalaman, (2.) Pemenuhan harapan, (3.) Kepercayaan pelanggan, (4.) Persepsi kinerja perusahaan.

Harga

Nilai suatu barang atau jasa akan meningkat seiring dengan meningkatnya manfaat yang dirasakan. Seringkali penentuan sebuah nilai sebuah barang atau jasa dilakukan pelanggan dengan membandingkan kemampuan produk atau jasa yang bersangkutan dalam memenuhi kebutuhannya dengan kemampuan produk lain (Tjiptono 2017:290).

Menurut Alma (2016 : 169) Harga adalah sebuah nilai atau atribut suatu barang atau produk yang dinyatakan dengan uang. Menurut Grewal dan Levy (Tjiptono 2017:290) Harga dapat didefinisikan sebagai pengorbanan keseluruhan yang bersedia dilakukan pelanggan dalam rangka mendapatkan produk atau jasa spesifik. Dapat dikatakan harga sangat berhubungan dengan pendapatan dan dapat mempengaruhi *supply* yang ada, namun yang paling penting yaitu keputusan dalam penentuan harga harus konsisten sesuai strategi pemasarannya. Indikator harga menurut Stanton dalam jurnal penelitian Marieta dan Sony (2013) adalah sebagai berikut: (1).Keterjangkauan harga. (2).Kesesuaian Harga dengan Kualitas.(3).Daya saing harga. (4.)Kesesuaian harga dan manfaat.

Kualitas Produk

Produk adalah seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk masalah wujud, warna, harga, nama baik pabrik serta pelayanan yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginannya (W.J.Stanton dalam Alma 2016 :139).Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan untuk dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar. Menurut Tjiptono (2017 : 78) Pelanggan membentuk harapannya melalui produk yang bersangkutan.harapan atas kinerja membandingkan kinerja aktual produk.Indikator Kualitas Produk menurut Tjiptono (2017 : 76): (1) Kinerja. (2) Fitur. (3) Keandalan. (4) Kesesuaian dengan spesifikasi. (5) Daya Tahan (*Durability*). (6) *Serviceability*. (7) estetika. (8) Persepsi terhadap Kualitas.

Kualitas Pelayanan

Jasa/*services* menurut W.J.Stanton dalam Alma (2016 : 243) adalah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah tidak berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan.Jasa ialah kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk dikonsumsi bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah yang tak bersifat berwujud (Zeithaml dalam Alma (2016 : 243).Jasa merupakan perbuatan, penampilan atau sebuah usaha.Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk menyeimbangi harapan pelanggan (Tjiptono 2017 : 273).Indikator dari Kualitas Pelayanan menurut Tjiptono (2017:77) adalah (1) Bukti Fisik (*Tangibles*). (2) Keandalan (*Reliability*) (3) Jaminan (*Assurance*), (4) Empati (*Emphaty*). (5) Daya tanggap (*Responsiveness*)

Hubungan Variabel Harga dengan Kepuasan Pelanggan

Menurut Fandy Tjiptono (2017:118) sukses tidak suatu produk di pasaran tidak hanya ditentukan oleh pelayanan yang baik saja tersebut akan tetapi juga ditentukan oleh faktor lain seperti salah satunya harga dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Dalam penelitian Manus dan Lumanauw (2015) menyebutkan bahwa harga berpengaruh secara positif signifikan terhadap Kepuasan

Pelanggan. Atas hasil pernyataan diatas diperlukan strategi penetapan harga yang tepat agar harga bisa memuaskan pelanggan. Harga yang tepat merupakan harga yang sesuai dengan kualitas produk/jasa dan harga tersebut dapat menimbulkan kepuasan bagi pelanggan. Dengan demikian, semakin tepat perusahaan dalam menentukan penetapan harga, kepuasan pelanggan akan semakin puas dan meningkat.

Hubungan Variabel Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2017 : 78) Pelanggan membentuk harapannya melalui produk yang bersangkutan. Kualitas pelayanan yang baik bukan dari berdasarkan sudut pandang atau perusahaan yang memproduksi produk, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan karena Pelangganlah yang menikmati produk dan jasa perusahaan, sehingga mereka yang menilai dan menentukan kualitas produk seperti apa. Dalam penelitian Zakaria (2017) dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Dengan Kualitas Produk yang baik, maka pelanggan tidak akan kecewa dan akan tetap menggunakan produk dari perusahaan tersebut.

Hubungan Variabel Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk menyeimbangi harapan pelanggan. Dengan kualitas pelayanan yang baik maka kepuasan pelanggan akan menjadi baik dikarenakan kualitas pelayanan dapat memberikan nilai lebih terhadap kepuasan pelanggan dan akan memberikan manfaat yang baik seperti pembelian ulang dan loyalitas pelanggan (Tjiptono, 2017 : 76). Dalam penelitian Zakaria (2017) dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan juga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini mencerminkan bahwa semakin tinggi kualitas suatu layanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan.

Hubungan Antara Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan akan sangat berarti dan memenuhi ekspektasi dari pelanggan apabila Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan sangat baik. Menurut Daryanto dan Setyobudi (2018) Faktor-faktor yang dapat mendorong kepuasan Pelanggan di antaranya yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya, dan kemudahan. Diharapkan para pemilik usaha, khususnya dalam bidang home industri, benar-benar memperhatikan faktor pendorong kepuasan tersebut. Hal ini akan menciptakan kepuasan bagi konsumen dan pelanggan setelah mengkonsumsi barang atau jasa suatu perusahaan. Dalam penelitian Zakaria (2017) juga menyatakan bahwa Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan terhadap Kualitas Pelayanan. Sangat penting untuk Perusahaan memperhatikan kepuasan konsumen dan pelanggan agar tetap bertahan dalam sebuah persaingan bisnis yang semakin erat. Selain dapat bertahan dalam persaingan bisnis, perusahaan juga dapat mempertahankan pelanggan dan menambahnya agar dapat meningkatkan profit yang baik di dalam perusahaan.

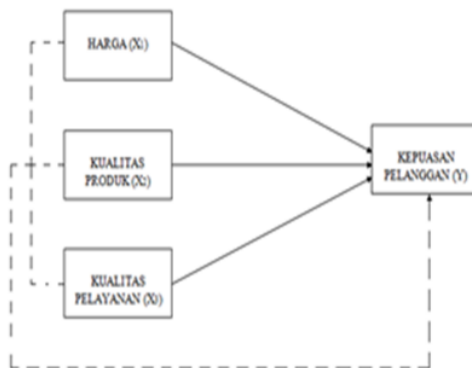
METODOLOGI PENELITIAN

Jenis metode yang digunakan dalam penelitian ini, menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017 : 7) metode penelitian kuantitatif adalah Metode Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu (Prasetyo et al., 2021; Utari et al., 2021).

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dependen dan variabel independen. Adapun penjelasannya variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan dengan indikator Rasa senang berdasarkan pengalaman, Pemenuhan harapan, Kepercayaan Pelanggan, dan Persepsi kinerja perusahaan (Taylor dan Baker dalam Tjandra, 2016). Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah : 1) Harga (X₁) dengan indikator Keterjangkauan harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Daya saing harga, dan Kesesuaian harga dan manfaat (Mursyid dalam Nurhalimah et al, 2018). 2) Kualitas Produk (X₂) dengan indikator Kinerja, Fitur, Keandalan, Kesesuaian, Daya Tahan, *Serviceability*, Estetika, dan Persepsi terhadap Kualitas (Tjiptono, 2017). 3) Kualitas Pelayanan (X₃) dengan indikator Berwujud (Tangible), Kehandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiviness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Emphaty*) (Tjiptono, 2017)

Lokasi Penelitian pada penelitian ini adalah MJ ENAMEL yang terletak di Dusun Sangarejo Rt 01 Rw 14 Desa Karangjati Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan. Populasi yang akan digunakan sebagai penelitian ini adalah pengunjung yang membeli Produk Panci MJ ENAMEL dan pelanggan yang sudah beberapa kali membeli produk MJ ENAMEL. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode *non probability sampling*, sedangkan cara pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* (insidental sampling). Sampel yang digunakan adalah 60 Responden Pelanggan dari MJ ENAMEL.

Metode Pengumpul data menggunakan kuesioner dengan instrumen penelitian Skala likert 4 (Syakur et al., 2021; Utari et al., 2020)). Pengolahan data menggunakan Aplikasi SPSS 21. Metode Analisis Data dilakukan dengan Uji Keabsahan Data (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas), Uji Normalitas (*One Sample Kolmogorov, Histogram, dan Probability Plo*). Uji Asumsi Klasik (Uji Heteroskedastisitas, Uji Autokorelasi Uji Multikolinearitas), Analisis Regresi Liner Berganda, Uji Hipotesis (Uji t dan Uji F).



Gambar 1. Kerangka Konseptual

—————> = Secara Parsial
 - - - - -> = Secara Simultan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Lokasi

MJ ENAMEL adalah perusahaan Home Industri yang mulai berdirinya tahun 1996. MJ ENAMEL bekerja sama dengan PT Maspion. Maspion adalah salah satu produsen perkakas yang cukup besar di Indonesia. Perusahaan ini memiliki keahlian yang kuat di bidang pemasaran dan manufaktur berbagai rangkaian produk peralatan rumah tangga kualitas baik. Lokasi dari MJ Enamel adalah berada di Jl. Raya Surabaya-Malang KM. 48. Dusun Sangarejo Rt 03 Rw 15, Desa Karang Jati, Kecamatan Pandaan, Kabupaten Pasuruan, Provinsi Jawa Timur 67156. MJ ENAMEL Mempunyai 15 Karyawan ada di Divisi Produksi dan 10 Karyawan ada di divisi Pemasaran.

Deskripsi Responden

Berdasarkan Responden yang paling banyak adalah Responden Wanita dengan 40 Responden atau sebanyak 67 (%). Sedangkan responden Laki Laki dengan 20 Responden sebanyak 43 (%). Berdasarkan responden dengan pendidikan SMK / SMA adalah responden terbanyak dengan 44 Responden atau sebanyak 73 % dari 60 Responden. Sedangkan responden yang pendidikan akhirnya SD adalah responden terkecil dengan 5 %. Responden yang pendidikan SMP 5 responden atau 10 %. Responden D1 – S1 sebanyak 7 atau 12 %.

Responden berdasarkan Usia, 60 responden yang terbanyak adalah usia 17 Tahun 27 Tahun yaitu sebanyak 25 Responden (42%). Responden dengan Kelompok 27 Tahun 36 Tahun sebanyak 13 Responden (22 %). Jumlah Responden 36 Tahun 45 Tahun adalah 11 Responden atau sebanyak 18 %. Hasil tersebut sama dengan Responden dari kelompok usia > 45 Tahun. Sama sama berjumlah 11 dan berjumlah 18 % dari total 60 Responden. Responden berdasarkan Status, 60 responden yang terbanyak adalah status Ibu rumah tangga dengan jumlah 36 Responden atau 60 % dari total keseluruhan. Responden dengan status pelajar dan lain lain terendah dengan masing masing Responden sebanyak 3 Responden atau 5 %. Sedangkan status dengan pekerjaan Swasta atau Wiraswasta sebanyak 18 Responden atau 30 % dari jumlah keseluruhan.

Deskripsi Variabel

Deskripsi Frekuensi Skor Variabel dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 1. Deskripsi Variabel

Variabel	Mean	Kategori	Tertinggi	Terendah
Kepuasan Pelanggan	2,98	Baik	2 Indikator	1 Indikator
Harga	2,95	Baik	2 indikator	1 indikator
Kualitas Produk	2,95	Baik	1 Indikator	1 Indikator

Sumber: Data Diolah (2022)

Keabsahan data

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Harga			
Keterjangkauan harga	0.863	0.30	Valid
Kesesuaian harga dengan kualitas	0.784	0.30	Valid
Daya saing harga	0.863	0.30	Valid
Kesesuaian harga dengan manfaat	0.892	0.30	Valid
Kualitas Produk			
Kinerja	0.848	0.30	Valid
Fitur	0.787	0.30	Valid
Kehandalan	0.738	0.30	Valid
Kesesuaian	0.745	0.30	Valid
Daya Tahan	0.773	0.30	Valid
Serviceability	0.838	0.30	Valid
Estetika	0.772	0.30	Valid
Persepsi terhadap kinerja	0.810	0.30	Valid
Kualitas Pelayanan			
Berwujud	0.647	0.30	Valid
Kehandalan	0.877	0.30	Valid
Ketanggapan	0.812	0.30	Valid
Jaminan	0.871	0.30	Valid
Empati	0.864	0.30	Valid
Kepuasan Pelanggan			
Rasa senang berdasarkan pengalaman	0.875	0.30	Valid
Pemenuhan harapan	0.887	0.30	Valid
Kepercayaan pelanggan	0.821	0.30	Valid
Persepsi Kinerja Perusahaan	0.753	0.30	Valid

Sumber: Data Diolah (2022)

Hasil Uji Keabsahan data Uji Validitas Tabel 2 bahwa semua Variabel dinyatakan Valid.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha Based On Standardized Item	Keterangan
Harga	0.873	reliabel
Kualitas Produk	0.913	reliabel
Kualitas Pelayanan	0.887	reliabel
Kepuasan Pelanggan	0.855	reliabel

Sumber: Data Diolah (2022)

Hasil Uji Keabsahan data Uji Reliabilitas Tabel 3 bahwa semua Variabel dinyatakan Reliabel.

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan analisis dengan program SPSS 21 diperoleh hasil regresi berganda seperti terangkum pada tabel berikut :

Tabel 4. Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	B	Std Error
(Constant)	1,905	1,140
Harga	0,390	0,133
Kualitas Produk	0,173	0,068
Kualitas Pelayanan	0,086	0,104

Sumber: Data Diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4 Diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 1,905 + 0,390 X_1 + 0,173 X_2 + 0,086 X_3$$

Dari Uraian diatas dapat dijelaskan bahwa konstansta sebesar 1,905, Nilai Konstansta bernilai positif, artinya nilai variabel Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan tidak ada atau sama dengan 0, maka nilai konstansta Kepuasan Pelanggan bertambah 1,905.

Koefisien $X_1 = 0,390$, Koefisien regresi bernilai positif, Artinya Variabel Harga mempunyai pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Apabila Harga nilainya naik 1 maka nilai Kepuasan Pelanggan mengalami peningkatan sebesar 0,390 dengan asumsi variabel lain dalam keadaan tetap.

Koefisien $X_2 = 0,173$, Koefisien regresi bernilai positif, Artinya Variabel Kualitas Produk mempunyai pengaruh positif terhadap Kualitas Produk. Apabila Kualitas Produk nilainya naik 1 maka nilai Kepuasan Pelanggan mengalami peningkatan sebesar 0,173 dengan asumsi variabel lain dalam keadaan tetap.

Koefisien $X_3 = 0,086$, Koefisien regresi bernilai positif, Artinya Variabel Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Apabila Kualitas Pelayanan nilainya naik 1 maka nilai Kepuasan Pelanggan mengalami peningkatan sebesar 0,086 dengan asumsi variabel lain dalam keadaan tetap.

Uji Determinasi

Untuk mengetahui besarnya kemampuan variabel bebas terhadap variabel dependen dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5. Hasil Uji Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
,772 ^a	,596	,575	1,82614

Sumber: Data Diolah (2022)

Berdasarkan tabel Hasil R^2 mengindikasikan bahwa variabel (X_1) Harga, Kualitas Produk (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 59,6 % dan sisanya 40,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

Uji Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dan dibuktikan dalam penelitian ini berkaitan dengan ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas baik secara simultan maupun secara parsial terhadap variabel terikat yang perlu diuji kebenarannya dalam suatu penelitian. Pengujian pengaruh secara simultan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Uji F

F	Sig.
27,571	,000 ^b

Sumber: Data Diolah (2022)

Pada Tabel 6 tersebut dapat diketahui bahwa Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan secara simultan benar-benar berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan. Hal itu dibuktikan dengan hasil Pengujian diperoleh nilai $F = 27,571$ dan dengan nilai signifikan = $0,000 < 0,05\%$. Kemudian untuk pengujian pengaruh secara parsial dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Uji t

Variabel	t	Sig.
Harga	2,922	,005
Kualitas Produk	2,547	,014
Kualitas Pelayanan	,830	,410

Sumber: Data Diolah (2022)

Pada Tabel 7 tersebut dapat diketahui bahwa Harga di MJ ENAMEL yang meliputi empat indikator yaitu Keterjangkauan Harga, Kesesuaian Harga dengan Kualitas, Daya saing Harga dan Kesesuaian Harga dengan Manfaat mampu memberikan kepuasan maka tercipta hasil pada tabel 7 uji t yang diperoleh dengan nilai $t = 2,992$ dan $sig = 0,005 < 0$, Ini berarti variabel Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Kualitas Produk pelanggan MJ ENAMEL yang meliputi delapan indikator yaitu Kinerja, Fitur, Keandalan, Kesesuaian, Daya tahan, Serviceability (kecepatan dan kemudahan), Estetika dan Persepsi terhadap kualitas mampu memberikan kepuasan maka tercipta hasil pada tabel 7 diperoleh nilai $t = 2,547$ dan $sig = 0,014 < 0,05$ Ini berarti variabel Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kualitas Pelayanan pelanggan MJ ENAMEL yang meliputi Lima indikator yaitu Bukti Fisik, Keandalan, Jaminan, Empati, dan Daya Tanggap mampu memberikan kepuasan maka tercipta hasil pada tabel 10 diperoleh nilai $t = 0,830$ dan $sig = 0,410 > 0,05$. Ini berarti variabel Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan variabel Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini berarti hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan MJ ENAMEL Di Dusun Sangarejo Desa Karangjati Kabupaten Pasuruan dapat diterima atau terbukti kebenarannya. Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat penelitian yang dilakukan

Diapinsa Gema Zakaria (2017), yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan mendapat dukungan dalam penelitian ini dengan arah yang positif dan signifikan. Semakin Baik Harga yang ditawarkan, maka kepuasan pelanggan MJ ENAMEL akan meningkat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yaitu Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan MJ ENAMEL di Sangarejo Karangjati Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan.

Hasil pengujian yang dilakukan variabel Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini berarti hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara Kepuasan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan MJ ENAMEL di Sangarejo Karangjati Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan. dapat diterima atau terbukti kebenarannya. Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat penelitian yang dilakukan Panzy Freekley Steyfli Maramis, Jantje L Sepang, Agus Supandi Soegoto (2018) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada pt. Air Manado. Kualitas Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Semakin tinggi Kualitas Produk yang diberikan maka kepuasan pelanggan MJ ENAMEL akan meningkat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yaitu Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan MJ ENAMEL di Sangarejo Karangjati Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan.

Hasil penelitian menunjukkan variabel Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini berarti hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan MJ ENAMEL di Sangarejo Karangjati Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan. tidak dapat diterima atau tidak terbukti kebenarannya. Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat penelitian yang dilakukan oleh Jesica Ordalia Kristanto (2016) dalam pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di cafe one eighteenth Coffee Hasil penelitian menunjukkan bahwa Berdasarkan hasil analisis uji t kualitas layanan secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Akan tetapi kualitas produk dan harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yaitu Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan MJ ENAMEL di Sangarejo Karangjati Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan.

Berdasarkan hasil Anova menunjukkan bahwa variabel independen Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan secara simultan benar-benar berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan. Sesuai dengan besarnya kemampuan variabel bebas terhadap variabel dependen mengindikasikan bahwa kontribusi variabel Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 59,6% sedangkan 40,4% ditentukan oleh faktor lain.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan MJ ENAMEL di Dusun Sangarejo Desa Karangjati Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan” maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Harga (X1), Kualitas Produk (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) dan Kepuasan Pelanggan memiliki kriteria yang baik indeks penilaian Responden.
2. Harga secara parsial Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan MJ ENAMEL di Sangarejo desa Karangjati Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan.
3. Kualitas Produk secara parsial berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan MJ ENAMEL di Sangarejo Desa Karangjati Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan.
4. Kualitas pelayanan tidak Berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan MJ ENAMEL di Sangarejo Desa Karangjati Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan.
5. Harga (X1), Kualitas Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X3) memiliki pengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan MJ ENAMEL di Dusun Sangarejo Desa Karangjati Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan.

Adapun kesimpulan dari hasil penelitian ini, dapat disampaikan beberapa rekomendasi, yaitu sebagai berikut:

1. Pada variabel harga, pihak “MJ ENAMEL” harus lebih memperhatikan manfaat yang diterima oleh pelanggan karena mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga yang ditawarkan kepada pelanggan tergolong baik, namun ada faktor yang harus diperhatikan dan diperbaiki yaitu Harga sesuai dengan manfaat yang diperoleh. Untuk pihak “MJ ENAMEL” harus lebih memperhatikan manfaat yang diterima oleh pelanggan, karena masih ada harga yang belum sesuai manfaat yang diterima oleh pelanggan. Tercapainya manfaat yang ditawarkan akan meningkatkan kepercayaan pelanggan untuk terus membeli dan berbelanja di “MJ ENAMEL”.
2. Pada variabel kualitas Produk, pihak “MJ ENAMEL” juga harus dapat lebih diperhatikan karena mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan berfokus pada kehandalan dan daya tahan produk. Handal dan baiknya daya tahan produk membuat pelanggan puas dan percaya menggunakan produk “MJ ENAMEL”.
3. Meskipun tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena Kualitas Pelayanan yang diberikan sudah tergolong baik, Karyawan harus dapat lebih menjamin faktor keamanan dan kenyamanan Pelanggan pada saat Berbelanja, karena masih ada pelanggan yang belum terjamin keamanan dan kenyamanannya. Agar setiap kebutuhan dan informasi yang dibutuhkan pelanggan dapat terlayani dengan baik saat berbelanja di “MJ ENAMEL”.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel variabel lain yang tentunya dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Karena masih ada 40,4% kepuasa pelanggan “MJ ENAMEL” dapat dipengaruhi variabel lain. Dengan semakin baiknya Kepuasan Pelanggan maka akan juga berpengaruh baik terhadap Perusahaan.

REFERENSI

- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Bandung : Alfabeta.
- Arianti, Nel. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Volume.16 No.2 Oktober 2015.

- Bailia, Jefry F.T, Soegoto, Agus Supandi dan Loindong, Sjendry S.R. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, Volume.2 No.3 September 2014.
- Indrawati, M., Utari, W., Prasetyo, I., Rusdiyanto, Kalbuana, N. 2021. *Household Business Strategy During The Covid 19 Pandemic. Journal of Management Information and Decision Sciences*. Volume 24, Issue Special Issue 1, 2021
- Kristanto, Jessica Ordelia. 2018. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga terhadap kepuasan pelanggan di café *one eighteenth Coffee*. *Jurnal Manajemen dan bisnis*, Volume.6, No.1 2018.
- Prasetyo, Indra; Aliyyah, Nabilah; Rusdiyanto; Utari, Woro; Suprpti, Sri; Kartika, Chandra; Winarko, Ruddy; Chamariyah; Panglipursari, Dwi Lesno; Muninghar, Halimah, Nur; Aminatuzuhro; Indrawati, Mei; Junus, Onong; Herli, Mohammad; Hafidhah; Kustiningsih, Nanik; Gazali; Kusuma, Adriani; Aina, Muslimatul; Bustaram, Isnain; Risal, Zef; Zainurrafiqi; Amar, Siti Salama; Umah, Khoiroh; Khadijah, Susan Novitasari; Gustomi, Mono Pratiko; Irawan, Hendra; Rochman, Arif Syaflur; Pramitasari, Dini Ayu; Farid, Muhammad Miftah; Kalbuana, Nawang. 2021. *Effects of Organizational Communication Climate and Employee Retention Toward Employee Performance. Journal of Legal, Ethical and Regulatory*. Vol: 24 Issue: 1S (2021)
- Rusdiyanto; Hidayat, Widi; Tjaraka, Heru; Septiarini, Dina Fitriasia; Fayanni, Yenni; Utari, Woro; Waras; Indrawati, Mei; Susanto, Hadi; Tjahjo, Judy Djoko Wahjono; Mufarokhah, Nur; Susetyorini; Elan, Umi; Samsi, Nur; Choiri; Syamsul, H, Mohamad; Widodo, Muji; Suyanto, Hudi; Zainal, A, Muhammad. Zulaikhah Imanawati. 2020. *The Effect of Earning Per Share, Debt to Equity Ratio and Return On Assets On Stock Prices: Case Study Indonesian*. Vol: 26 Issue: 2 (2020)
- Rusmawati dan Marlindawaty. 2018. Analisis Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan *Laundry Bjr Batakan Balikpapan*. *Jurnal Eksekutif*, Volume.15 No.1 Juni 2018.
- Sukmawati, Rina. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Café Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, Volume 7, Nomor 2, Tahun 2018.
- Suryani, Ade Nia. 2019. Pengaruh Kualitas Produk Herbalife Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Club Sehat Sky Town. *Jurnal Adminika*, Volume.5 No.1 Januari - Juli 2019.
- Suyoto, Tony. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Evaluasi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Quick Chicken Jl. Dharmahusada, Surabaya” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, Volume.1 No.3 2012.
- Syakur, Abd.; Utari, Woro; Chamariyah. 2021. *Correlation between Organizational Roles, OBC, and Organizational Commitment toward Employees of the Limited Liability Company of State Electricity Company of APJ Jember. 2021. Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal) : Humanities*. Vol 4, No 2 (2021)
- Tjiptono, Fandy. 2017. *Strategi Pemasaran*. Edisi keempat. Yogyakarta : ANDI
- Utari, Woro ; Iswoyo, Andi; Chamariyah; Mardiana, Fitra; Hidayat, Widi; Waras; Rusdiyanto. 2021. *Effect Of Work Training, Competency and Job Satisfaction on Employee Productivity: A Case Study Indonesia. Review Of International Geographical Education*. 11(4), Winter, (2021)
- Utari, Woro; Setiawati, Ratna; and Fauzia, Nur. (2020). *The Effect of Work Discipline on the Performance of Employees in Compensation Mediation: A Case Study Indonesia. PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology* 17 (9) (2020)

- Utari, Woro; Sudaryanto; Jannah, Nur; Sobakh, Nur; Rusdiyanto. 2021. *Consumer interest with regard to product completeness, promotion and location: The case of Indonesia. Economic Annals-XXI*. vol: 188. issue : 3-4
- Zakaria, Diapinsa Gema. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Riset Manajemen*, Volume.6, No.4, April 2017.

Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mj Enamel

ORIGINALITY REPORT

7%

SIMILARITY INDEX

7%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

www.researchgate.net

Internet Source

7%

Exclude quotes On

Exclude matches < 3%

Exclude bibliography On