

**PENGARUH KEPUASAAN KONSUMEN DAN HARGA TERHADAP  
PENJUALAN MIE SEDAAP VARIAN GORENG  
DI PT. SRIWIJAYA DISTRIBUSINDO RAYA**



**SKRIPSI**

**Oleh :**

**M FATHUL FADLAN**

**NIM. 212019398**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2023**

**PENGARUH KEPUASAAN KONSUMEN DAN HARGA TERHADAP  
PENJUALAN MIE SEDAAP VARIAN GORENG  
DI PT. SRIWIJAYA DISTRIBUSINDO RAYA**



**SKRIPSI**

**Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Strata Satu (S1)  
Pada Program Studi Manajemen**

**Oleh :**

**M FATHUL FADLAN**

**NIM. 212019398**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2023**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : M Fathul Fadlan  
NIM : 212019398  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Kepuasan Konsumen Dan Harga Terhadap Penjualan Mie Sedaap Varian Goreng Di Pt. Sriwijaya Distribusindo Raya

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana strata satu baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudia hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Agustus 2023



( M Fathul Fadlan )

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Penjualan Mie Sedaap Varian Goreng Di  
PT. Sriwijaya Distribusindo Raya

Nama : M Fathul Fadlan

Nim : 212019398

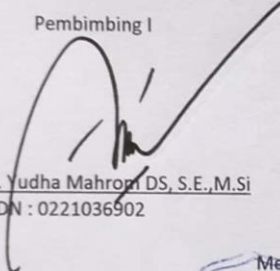
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

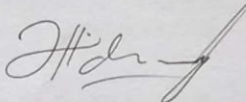
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Diterima dan Disahkan  
Pada Tanggal, Agustus 2023

Pembimbing I

  
Dr. Yudha Mahroni DS, S.E., M.Si  
NIDN : 0221036902

Pembimbing II

  
Randy Hidayat, S.E., M.Si  
NIDN : 0230019401

Mengetahui, Dekan  
Dib. Ketua Program Studi Manajemen

  
  
Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si  
NIDN : 0229057501

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### **MOTTO:**

"Bersungguh-sungguhlah engkau dalam menuntut ilmu, jauhilah kemalasan dan kebosanan karena jika tidak demikian engkau akan berada dalam bahaya kesesatan."

(Abu Hamid Al Ghazali)

### **PERSEMBAHAN:**

Dengan mengucap rasa syukur alhamdulillah kepada Allah SWT kupersembahkan teruntuk orang-orang yang ku sayangi.

- ❖ Kedua orang tua ku Ayahanda Restu Anda dan Mamaku tersayang Oom Komala, S.H yang telah mensupport dan memberikan segalanya untuk membahagiakanku sampai di titik ini dan terus membimbingku sampai menyelesaikan pendidikan S1.
- ❖ Teruntuk Istriku tercinta Yunita Rukmini, S.E yang telah setia menemani dan terus memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ Untuk kakak dan adik ku tersayang.
- ❖ Teman-teman angkatan 2019 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan, semangat serta do'a.

## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.**

Alhamdulillah rabbilalamin segala puji hanyalah milik Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH KEPUASAAN KONSUMEN DAN HARGA TERHADAP PENJUALAN MIE SEDAAP VARIAN GORENG DI PT. SRIWIJAYA DISTRIBUSINDO RAYA”** dengan tepat waktu. Sholawat serta salam kita haturkan semoga selalu tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta keluarganya, sahabat dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua, ayahanda Restu Anda dan mama tercinta Oom Komala, S.H selalu berusaha dengan semaksimal dalam hal mendukung, memotivasi, dan selalu mendoakan sehingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Selesainya penulisan skripsi ini tentu tidak lepas dari bimbingan, bantuan, motivasi dan doa dari berbagai pihak. Maka dari itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Abis Djazuli, SE. M.Si sebagai Rektor
2. Bapak Dr. Yudha Mahrom DS, SE.M.Si sebagai Dekan
3. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani sebagai ketua prodi manajemen dan Bapak Mister Candra, S.Pd, M.Si sekretaris prodi manajemen
4. Ibu Welly, SE. M.SI sebagai koordinator kelas karyawan dan Bapak Arraditya Permana, SE. MM. Sekretaris kelas karyawan
5. Bapak Dr. Yudha Mahrom DS, S.E, M.SI., dan Bapak Randy Hidayat, S.E, M.Si., selaku Pembimbing I dan II yang telah banyak membantu dan meluangkan waktu nya sampai dengan selesai skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mengajarkan ilmu dan memberikan motivasi untuk semangat belajar, serta Staff Administrasi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis telah membantu kelancaran dalam mengurus berkas untuk syarat skripsi ini.

7. Terima kasih kepada pimpinan dan seluruh karyawan/I PT. Sriwijaya Distribusindo Raya yang telah memberikan izin dan bersedia sebagai responden dalam penelitian ini dan memberikan saran kepada penulis.

Semoga segala dukungan dan bantuan dari semua pihak di atas mendapat pahala yang berlipat ganda disisi Allah SWT. Semoga karya ini dapat bermanfaat kepada para pembaca, Aamiin.

Wassalamu' alaikum Wr. Wb

Palembang, September 2023

M, Fathul Fadlan

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL LUAR</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN BEBAS PLAGIAT</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN USULAN PENELITIAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PRAKATA</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAC</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
A. Landasan Teori .....	7
B. Penelitian Sebelumnya .....	24
C. Kerangka Pemikiran .....	27
D. Hipotesis .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	30
B. Lokasi Penelitian .....	32



C. Sumber Data .....	32
D. Metode Pengumpulan Data .....	33
E. Operasional Variabel .....	33
F. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	34
G. Uji Validitas .....	36
H. Analisis Data dan Teknik Analisis .....	36
<b>BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum .....	41
B. Karakteristik Responden .....	42
C. Instrumen Penelitian .....	44
D. Analisis Regresi Berganda .....	45
E. Uji Hipotesis .....	47
F. Pembahasan dan Hasil .....	50
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	53
B. Saran .....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>54</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>56</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1.1 Pra Riset 30 Responden .....	3
2.1 Indikator Kepuasan Konsumen .....	16
2.2 Indikator Harga .....	22
2.3 Penelitian Terdahulu .....	26
3.1 Variabel, Definisi variabel dan Indikator .....	33
4.1 Karakteristik responden berdsarkan jenis kelamin .....	43
4.2 Karakteristik responden berdsarkan Pendidikan .....	43
4.3 Uji Validitas.....	44
4.4 Uji Reliabilitas .....	45
4.5 Uji Regresi Linier Berganda .....	46
4.6 Uji t (Parsial).....	47
4.7 Uji F (simultan).....	49
4.8 Uji Determinasi Koefisiensi (R <sup>2</sup> ).....	49

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
2.1 Gambar Kerangka Pemikiran .....	29

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Daftar Pernyataan Responden
3. Uji Validitas
4. Uji Reabilitas
5. Uji R
6. Uji Regresi Berganda
7. Uji t (Parsial)
8. Uji F (Simultan)
9. Jadwal Penelitian
10. Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,10
11. Titik Persentase Distribusi t (df = 81–120)

## **ABSTRAK**

### **Pengaruh Kepuasan Konsumen Dan Harga Terhadap Penjualan Mie Sedaap Varian Goreng Di Pt. Sriwijaya Distribusindo Raya**

**M FATHUL FADLAN**

**NIM. 212019398**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Konsumen dan Harga terhadap Penjualan Mie Sedaap Varian Goreng di PT.Sriwijaya Distribusindo Raya. Jenis penelitian ini bersifat Asosiatif. Sampel yang digunakan sebanyak 96 Responden dengan Teknik pengambilan sampel menggunakan Purposive sampling. Data yang digunakan dalam penelitian ini data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan melalui kuesioner dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah Teknik Analisis Regresi Linear Berganda, Uji F, Uji t, dan Koefisien Determinasi. Hasil penelitian ini berdasarkan regresi linear berganda menunjukkan bahwa Adanya pengaruh signifikan antara variabel kepuasan konsumen dan variabel Harga terhadap variabel Penjualan Mie Sedaap Varian Goreng di PT. Sriwijaya Distribusindo Raya.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Harga Dan Penjualan.

## ***ABSTRAC***

### ***The Influence of Consumer Satisfaction and Price on Sales of Fried Noodle Variants at Pt. Sriwijaya Distributionindo Raya***

**M FATHUL FADLAN**

**NIM. 212019398**

*This research was conducted with the aim to determine the effect of Consumer Satisfaction and Price on the Sales of Sedaap Variant Fried Noodles at PT.Sriwijaya Distributionindo Raya. This type of research is associative. The sample used was 96 respondents with the sampling technique using purposive sampling. The data used in this study are primary data and secondary data. Data collection methods used through questionnaires and documentation. The data analysis technique used is the Multiple Linear Regression Analysis Technique, F Test, t Test, and the Coefficient of Determination. The results of this study based on multiple linear regression indicate that there is a significant influence between the consumer satisfaction variable and the price variable on the sale of Mie Sedaap Variant Goreng at PT. Sriwijaya Distributionindo Raya.*

*Keywords: Consumer Satisfaction, Price and Sales.*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Menurut Thamrin Abdullah dan Francis Tantri (2016;3) penjualan adalah bagian dari promosi dan promosi adalah salah satu bagian dari keseluruhan sistem pemasaran. Sedangkan menurut Basu Swastha dalam Irwan Sahaja (2014:246) penjualan adalah suatu proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan dari konsumen atas kinerja yang telah diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Kemampuan perusahaan untuk dapat mengenali, memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan dengan baik, merupakan salah satu strategi pada setiap perusahaan. Kepuasan pelanggan juga telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis. Kepuasan pelanggan juga menjadi salah satu tolak ukur perusahaan untuk mengetahui seberapa puas nya konsumen.

Kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Keller dalam Priansa, (2018) menyatakan bahwa kepuasan konsumen atau pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan

Menurut Park dalam (Irawan 2021:54), mengungkapkan kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi.

Kotler dan Keller (2016:33) mengatakan kepuasan pelanggan sebagai berikut: *“Satisfaction reflects a person’s judgment of a product’s perceived performance in relationship to expectations. If performance falls short of expectations, the customer is disappointed. If it matches expectations, the customer is satisfied. If it exceeds them, the customer is delighted”* yang artinya kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk

yang dirasakan dalam kaitannya dengan harapan. Apabila kinerja jauh dari ekspektasi,



pelanggan kecewa. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika melebihi ekspektasi, pelanggan senang.

Tjiptono (2014:353) mengkonseptualisasikan kepuasan pelanggan seperti perasaan yang muncul menjadi output penilaian terhadap pengalaman pemakaian produk atau jasa. Berdasarkan beberapa definisi dari para ahli diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu hasil dari perbandingan antara harapan terhadap kinerja yang didapatkan dalam menggunakan suatu produk atau jasa.

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Krisdayanto (2018:3) Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Krisdayanto (2018:3) Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.

Penelitian ini dilakukan di PT. Sriwijaya Distribusindo Raya yang beralamat di Jl.Tanjung Api-api RT. 011 Palembang. PT. Sriwijaya Distribusindo Raya merupakan salah satu perusahaan FMCG yang merupakan cabang 'Wings Group'. Saat ini Wings telah menjadi perusahaan besar yang mengeksport produk-produknya ke seluruh dunia sejak berdiri 60 tahun yang lalu di Jawa Timur. Setelah bertahun-tahun Wings tumbuh menjadi salah satu merk yang terkenal di Indonesia. Setiap tahunnya Wings terus menerus memperluas ragam produknya dan sekarang telah memproduksi ratusan SKU produk-produk rumah tangga baik itu food ataupun nonfood. Salah satu produk food yang banyak diminati konsumen adalah mie instan. Pasar mie instan sangat besar karena bisa menjadi substitusi bagi kebutuhan pokok yaitu sebagai makanan keseharian.

Tahap awal dalam penelitian ini adalah Uji instrumen dilakukan terhadap 30 responden awal sebagai uji coba terhadap kuesioner yang nantinya akan di sebar kepada konsumen PT. Sriwijaya Distribusindo Raya. Pada tabel

dibawah ini peneliti menemukan hasil dari jawaban responden sebanyak 30 orang serta hasilnya sebagai berikut :

**Tabel 1.1**  
**Pra Riset 30 Responden**

No	Pernyataan	Jawaban Responden		Total
		Ya	Tidak	
	<b>Variabel Penjualan</b>			
1	Kemasan Mie Sedaap varian goreng menarik	21	9	30
2	Harga yang ditawarkan Mie Sedaap lebih murah dari kompetitor	25	5	30
3	Stock Mie Sedaap varian goreng selalu ada di warung	18	12	30
4	Mie Sedaap selalu memberikan promo menarik	11	19	30
	<b>Variabel Kepuasan Konsumen</b>			
1	Mie Sedaap selalu memberikan pelayanan terbaik	21	9	30
2	Respon yang cepat dan tanggap	26	4	30
3	Selalu meyakinkan bahwa Mie Sedaap laku di pasaran	20	10	30
4	Hubungan dan komunikasi yang baik	16	14	30
5	Barang yang di terima selalu dalam keadaan baik	13	17	30
	<b>Variabel Harga</b>			
1	Harga Mie Sedaap sesuai dengan isi dan rasa	28	2	30
2	Harga Mie Sedaap sesuai dengan biaya produksi	24	6	30
3	Harga Mie Sedaap bersaing di pasaran	22	8	30

Sumber : Hasil Kuesioner pra riset 30 Responden, 2023

Berdasarkan table 1.1 dari 30 orang yang di lakukan wawancara yang menjadi masalah dalam penjualan adalah promo yang sering berganti dan kurang menarik. Pernyataan dari 30 orang responden di atas menunjukkan bahwa kurangnya meyakinkan ke konsumen kalau mie sedaap varian goreng laku di pasaran. Kemudian menurut sebagian responden barang yang diterima terkadang tidak dalam keadaan baik.

Fenomena yang terjadi di PT. Sriwijaya Distribusindo Raya bahwa adanya permasalahan terkait kepuasan konsumen dan harga sehingga mempengaruhi penjualan. Berdasarkan wawancara dan observasi yang dilakukan terhadap masalah Penjualan mie sedaap varian goreng yang menurun akibat dari kurangnya promosi terhadap konsumen, Contoh kurangnya edukasi dari tim promosi mie sedaap, mereka hanya menawarkan saja ke konsumen tetapi tidak meyakinkan ke konsumen bahwa mie sedaap akan laku dan mampu bersaing di pasaran. serta konsumen merasa takut dikarenakan berita bermunculan di media kalau mie sedap mengandung pertisida atau etilen oksida tetapi hal itu sudah dibantah oleh pihak perusahaan kalau produk mie sedap tidak mengandung pertisida dan sudah dibuktikan serta klarifikasi BPOM bahwa produk mie instan sedap di Indonesia telah memenuhi persyaratan serta aman untuk di makan.

Strategi yang dapat dilakukan untuk mencapai hal tersebut adalah melalui strategi penetapan harga, kualitas produk serta meyakinkan konsumen. Harga adalah sejumlah nilai yang dipertukarkan untuk memperoleh suatu produk. Hal lain yang dapat dilakukan adalah dengan manajemen kualitas produk. Setiap perusahaan harus selalu berusaha meningkatkan kualitas produknya. Kualitas yang dipenuhi harus dilihat dari sudut pandang pelanggan

Hasil evaluasi ini akan memberikan gambaran kepada berbagai pihak, khususnya manajemen Mie Sedaap mengenai perkembangan respon konsumen terhadap produk Mie sedaap. Dari uraian di atas, maka dari itu penulis bermaksud untuk mengklarifikasi kembali faktor-faktor terhadap kepuasan konsumen, sehingga dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan untuk

dapat dijadikan pertimbangan dalam melakukan strategi pemasaran terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Dengan demikian penulis mengambil Judul **‘PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN DAN HARGA TERHADAP PENJUALAN MIE SEDAAP VARIAN GORENG DI PT. SRIWIJAYA DISTRIBUSINDO RAYA’**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang penulis kemukakan di atas, maka permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini dapat di rumuskan sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh *Kepuasan Konsumen* dan *Harga* terhadap penjualan mie sedaap goreng di PT. Sriwijaya Distribusindo Raya?
2. Apakah ada pengaruh *Kepuasan Konsumen* terhadap penjualan mie sedaap varian goreng di PT. Sriwijaya Distribusindo Raya?
3. Apakah ada pengaruh *Harga* terhadap penjualan mie sedaap goreng di PT. Sriwijaya Distribusindo Raya?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui :

1. Untuk mengetahui Pengaruh *Kepuasan Konsumen* dan *Harga* terhadap penjualan mie sedaap varian goreng di PT. Sriwijaya Distribusindo Raya.
2. Untuk mengetahui Pengaruh *Kepuasan Konsumen* terhadap penjualan mie sedaap varian goreng di PT. Sriwijaya Distribusindo Raya.
3. Untuk mengetahui Pengaruh *Harga* terhadap penjualan mie sedaap varian goreng di PT. Sriwijaya Distribusindo Raya.

## **D. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara :

1. Bagi Peneliti

Untuk memperluas ilmu pengetahuan dan wawasan di bidang manajemen pemasaran, khususnya mengenai pengaruh kualitas produk, harga, dan

promosi terhadap penjualan mie sedaap varian goreng di PT. Sriwijaya Distribusindo Raya.

2. Bagi Perusahaan

Hasil ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan dalam penjualan mie sedaap goreng di PT Sriwijaya Distribusindo Raya.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu sumber referensi untuk penelitian selanjutnya, khususnya yang memiliki topik yang relative sama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abil Fauzan Arifki dan Fullchis Nurtjahjani. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Alfabeth Store Pasuruan. *Jurnal Aplikasi Bisnis (JAB)* .Vol.4 No.1 Juni 2018. ISSN 2407 3741.E-ISSN 2407 5523.
- Abu bakar, Rusyidi. ( 2018). *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Alfabeta.
- Abubakar. Rusydi. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung. Penerbit: Rineka Cipta. Alfabeta.
- Alma, Buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung:
- Aris Ariyanto. (2019). Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cireng Moncrot Cv Good Food – Tangerang *Jurnal Ekonomi Efektif*, ISSN: 2622 – 8882 Vol. 1, No.3
- Budidharmo, 2009, *Pemasaran Produk Jasa*, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi ke 2. Yogyakarta: Andi.
- Fandy Tjiptono.” *Pemasaran Jasa*”. 2014. Malang: Bayumedia
- Fandy. Tjiptono dan Chandra. (2016). *Service Quality and Satisfiation*. Jakarta.Edisi Tiga. Andi.
- Ghozali, Imam. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariace dengan Program SPSS*. Semarang : Badan penerbit Universitas Diponogoro.
- Ghozali. Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* 23.Semarang. Badan Penerbit Undip.
- Habibah, U. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura*. 1(1), 31–48.

- Hadi, A. S. (2019). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Pasta Gigi*. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 5(1), 53-63.
- [https://id.wikipedia.org/wiki/Mie\\_Sedaap](https://id.wikipedia.org/wiki/Mie_Sedaap) diakses pada tanggal 11 Agustus 2023
- Junaedi. (2015). *Tembang Pantura (Kajian Manajemen Bauran Pemasaran Jasa Hiburan Di Televisi Lokal Cirebon)* (1st ed.). Yogyakarta: Deepublish.
- Kotler, P. (2011). *Manajemen Pemasaran* (11th ed.). Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Indonesia: PT. Macanan Jaya Cemerlang
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1 dan 2. Cetakan Keempat. PT. Indeks. Jakarta.
- Lilis Cucu Sumartini dan Dini Fajriany Ardining Tias (2019) Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja *JURNAL E-BIS VOL.3 NO.2 , TAHUN 2019*
- Lubis, A. A. (2015). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(02), 1–11.
- M.Anang. (2018). *Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran)* (1st ed.). Yogyakarta: Deepublish.
- Nahlia, F., & DS, A. H. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Xl (Studi Kasus Mahasiswa Fisip Undip Semarang)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 49-62
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi (MixedMethods)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono. (2015). *Pemasaran Jasa* (1st ed.). Yogyakarta: Deepublish.