

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA KAMERA DIGITAL CANON DI
KABUPATEN LAHAT**



Skripsi

**Nama : Muhammad Akbar Wahyu Perdana
NIM : 212019227**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2025**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA KAMERA DIGITAL CANON
DI KABUPATEN LAHAT**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Skripsi

**Nama : Muhammad Akbar Wahyu Perdana
NIM : 212019227**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2025

PERNYA\TAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Akbar Wahyu Perdana
NIM : 212019227
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Palembang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul : Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap
Kepuasan Pelanggan Pada Kamera Digital Canon
di Kabupaten Lahat

Dengan ini saya menyatakan:

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 lainnya.
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 sebagian acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian 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 2025



Muhammad Akbar Wahyu Perdana

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan
Pelanggan Pada Kamera Digital Canon di Kabupaten Lahat
Nama : Muhammad Akbar Wahyu Perdana
NIM : 212019227
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal, September 2025

Pembimbing I

an Pembimbing II



Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E., M.M
NIDN : 0207046301

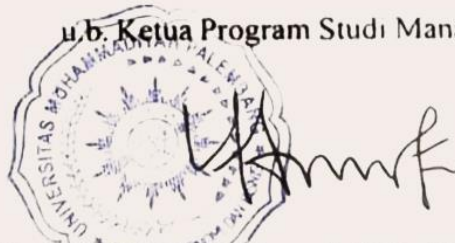


Gumar Herudiansyah, S.E, M.M
NIDN : 0202039203

Mengetahui,

Dekan

u.b. Ketua Program Studi Manajemen



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

PERSEMBAHAN DAN MOTO

Moto :

“ ... Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.. ”

(QS. Al Insyirah : 6)

“ Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap... ”

(QS. Al Insyirah : 8)

“Tugasmu hanya memperbaiki diri. Semakin kamu baik, semakin Allah hadirkan hal-hal baik dalam hidupmu, percayalah.”

(Ustadz Adi Hidayat)

“Kemarin saya pintar, jadi saya ingin megubah dunia. Hari ini saya bijaksana, jadi saya ingin mengubah diri saya sendiri.”

(Rumi)

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirabbil'alamin

Segala puji dan syukur kami panjatkan kepada Allah SWT atas anugerah, rahmat, hidayah, dan berkah-Nya, sehingga penulis dapat menuntaskan skripsi ini dengan baik dan sesuai jadwal. Skripsi berjudul **Pengaruh Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kamera Digital Canon di Kabupaten Lahat**. Dengan penuh rasa hormat, cinta, kasih sayang, dan kerendahan hati, skripsi ini penulis persembahkan khusus kepada kedua kakek dan nenek saya tercinta, Inuar Hefni dan Romlah, serta orang tua saya tercinta, Fitri Apriyanti. Terima kasih atas segala dukungan, bimbingan, doa, dan motivasi yang tak henti-hentinya diberikan dalam setiap langkah perjalanan hidup penulis, termasuk dalam penyusunan skripsi ini. Tak lupa, penulis juga mengucapkan rasa syukur yang mendalam kepada Allah SWT yang telah menganugerahkan keluarga besar yang selalu memberikan dukungan tanpa henti.

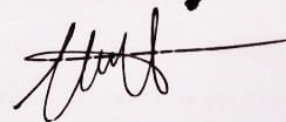
Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat berbagai kekurangan dan keterbatasan, baik dari segi ilmu maupun pengalaman. Oleh karena itu, penulis sangat menghargai setiap bantuan, bimbingan, dorongan, serta motivasi yang diberikan oleh berbagai pihak dalam proses penyusunan skripsi ini. Sebagai ungkapan rasa syukur dan terima kasih, penulis ingin menyampaikan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Dr. Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si dan Bapak Mister Candra S.Pd., M.Si selaku Ketua Program Studi dan Sekertaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

5. Ibu Lesi Agusria, S.E., M.M. sebagai dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dan membantu serta memberikan memotivasi dan dukungan.
6. Ibu Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E., M.M dan Bapak Gumar Herudiansyah, S.E, M.M selaku dosen pembimbing I dan II yang telah banyak membantu dan membimbing saya dalam penyusunan skripsi serta penyelesaian skripsi saya dengan penuh kesabaran.
7. Terima kasih kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner untuk bahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Terimakasih atas doa dan dukungannya Kepada dua orang yang selalu aku sayangi Enik dan Engkek
9. Keluarga Besarku Bucik Dedek, Bunda Tasyah, Papawo Eko, Fitri Apriyanti, Om Teguh, Ayah Andi, dan Bunda Vika.terimakasih atas doa dan dukungannya.
10. Terimakasih kepada Winike Yourlis Faulita karena selalu memberi semangat, mendukung, menemani, dan membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan atas seluruh bantuan yang diberikan dalam penyelesaian tulisan ini. Saya menyadari bahwa meskipun telah berusaha semaksimal mungkin, laporan ini masih jauh dari kesempurnaan. Namun demikian, saya berharap penelitian ini tetap dapat memberikan manfaat bagi pembaca. Aamiin.

Palembang, September 2025



Muhammad Akbar Wahyu Perdana

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	
Halaman Judul	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiat	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Halaman Motto Dan Persembahan.....	v
Halaman Prakata	vi
Halaman Daftar Isi	viii
Halaman Daftar Tabel.....	x
Halaman Daftar Gambar	xi
Abstrak.....	xii
<i>Abstract</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	14
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	15
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	16
A. Kajian Kepustakaan	16
B. Penelitian Sebelumnya	22
C. Kerangka Pemikiran.....	26
D. Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Jenis Penelitian	30
B. Lokasi Penelitian	31
C. Oprasionalisasi Variabel	32
D. Populasi dan Sampel	32
E. Data yang Diperlukan	34
F. Metode Pengumpulan Data	35
G. Analisis Data dan Teknik Analisis.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
A.Hasil Penelitian.....	45

B.Pembahasan Hasil Penelitian	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
A. Simpulan	80
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pangan Pasar Kamera Digital Dunia.....	5
Tabel 1.2 Merek Kamera Digital Yang Disukai Oleh Masyarakat Kab.Lahat ...	8
Tabel 1.3 Hasil Prariset Penelitian	9
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Variabel, Indikator, dan Skala.....	28
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	34
Tabel 4.1 Produk Kamera Canon dan Harga	50
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk dan Harga	52
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	54
Tabel 4.3 Jawaban Responden Kepuasan Pelanggan (Y)	59
Tabel 4.4 Jawaban Responden Harga (X1).....	61
Tabel 4.5 Jawaban Responden Harga (X2).....	63
Tabel 4.6 Analisis Regresi Linier Berganda	66
Tabel 4.7 Uji f	67
Tabel 4.5 Uji t	68
Tabel 4.5 Koefisien Determinasi.....	69
Tabel 4.5 Jawaban Responden Harga (X2).....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Nilai Penjualan Kamera Fotografi Canon, Nikon, Sony, Dan Fujifilm	6
Gambar 1.3 Top Brand Award 2019-20227	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	25
Gambar 4.1 Canon EOS 2000D/1500D	43
Gambar 4.2 Canon EOS 850D	44
Gambar 4.3 Canon EOS SD Mark IV	44
Gambar 4.4 Canon EOS-ID X Mark III	44
Gambar 4.5 Canon EOS M50 Mark II	46
Gambar 4.6 Canon EOS R100	47
Gambar 4.7 Canon EOS R50	47
Gambar 4.8 Canon EOS RP	48
Gambar 4.9 Canon EOS R6 Mark I	48
Gambar 4.10 Canon EOS R5	49
Gambar 4.11 Canon EOS R3	49
Gambar 4.12 Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Gambar 4.12 Karakter Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	56
Gambar 4.13 Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Gambar 4.14 Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58

ABSTRAK

Muhammad Akbar Wahyu Perdana/212019227/2025/ Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan terhadap Kamera Digital Canon di Kabupaten Lahat.

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan mengetahui 1) pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan terhadap kamera digital Canon di Kabupaten Lahat, 2) pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan terhadap kamera digital Canon di Kabupaten Lahat, dan 3) pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan terhadap kamera digital Canon di Kabupaten Lahat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif, dengan tiga variabel yang dikembangkan menjadi 13 indikator. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden yang merupakan pengguna kamera Canon dan dipilih berdasarkan teknik sampling snowball. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian sebagai berikut: 1) Terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan terhadap kamera digital Canon di Kabupaten Lahat, 2) Terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan terhadap kamera digital Canon di Kabupaten Lahat, 3) Terdapat pengaruh yang signifikan dari harga terhadap kepuasan pelanggan terhadap kamera digital Canon di Kabupaten Lahat. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2), nilai R^2 sebesar 0.958 menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini, yaitu kualitas produk dan harga, dapat menjelaskan 95,8% dari variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan. Sementara itu, 4,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan memiliki tingkat akurasi yang sangat tinggi dalam menjelaskan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk, Harga.

ABSTRACT

Muhammad Akbar Wahyu Perdana/212019227/2025/ The Influence of Product Quality and Price on Customer Satisfaction with Canon Digital Cameras in Lahat Regency.

This study aims to determine 1) the effect of product quality and price on customer satisfaction with Canon digital cameras in Lahat Regency, 2) the effect of product quality on customer satisfaction with Canon digital cameras in Lahat Regency, and 3) the effect of price on customer satisfaction with Canon digital cameras in Lahat Regency. This study uses a quantitative approach with an associative method, with three variables developed into 13 indicators. Primary data was collected through a questionnaire distributed to 100 respondents who are Canon camera users and selected using the snowball sampling technique. Data analysis techniques use multiple linear regression. The results of the study are as follows: 1) There is a significant influence of product quality and price on customer satisfaction with Canon digital cameras in Lahat Regency, 2) There is a significant influence of product quality on customer satisfaction with Canon digital cameras in Lahat Regency, 3) There is a significant influence of price on customer satisfaction with Canon digital cameras in Lahat Regency. Based on the results of the coefficient of determination (R Square) test, the R Square value of 0.958 indicates that the independent variables in this study, namely product quality and price, can explain 95.8% of the dependent variable, namely customer satisfaction. Meanwhile, the remaining 4.2% is influenced by other factors that are not included in the study. Overall, these results indicate that the regression model used has a very high degree of accuracy in explaining the influence of product quality and price on customer satisfaction.

Keywords: Customer Satisfaction, Product Quality, Price.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan kegiatan dan proses menghasilkan, mengkomunikasikan, mengantarkan, serta mempertukarkan proposisi nilai kepada pelanggan serta masyarakat universal. Pemasaran bertujuan guna membangun ikatan yang positif antara produk ataupun layanan dan konsumen, serta untuk meraih tujuan bisnis seperti meningkatkan penjualan serta keuntungan. Setiap perusahaan pasti memiliki strategi untuk memasarkan produk yang telah diproduksi. Strategi pemasaran merupakan faktor yang sangat penting untuk memastikan pertumbuhan berkelanjutan perusahaan. Jika perusahaan menerapkan strategi pemasaran yang tepat, hal ini akan memiliki dampak besar terhadap minat pembelian konsumen. Minat pembelian yang meningkat berkat strategi pemasaran akan menyebabkan peningkatan volume penjualan (Astutik, Wahyuni 2019).

Pemahaman tentang perilaku konsumen juga bernilai bagi pengusaha, karna setiap konsumen memiliki sebab tertentu dalam memilih produk tertentu. Perilaku konsumen merupakan titik yang sangat berpengaruh dalam proses jual beli barang ataupun jasa di pasar. Konsumen dapat membeli produk berlandaskan mutu dan pelayanan dari produk yang mereka terima. Alasan lainnya adalah untuk penuhi kebutuhan ataupun kerap kali terdapat yang membeli produk tanpa terselip alasan tertentu atau secara spontan

(Tandywijaya 2015).

Salah satu topik dalam perilaku konsumen adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi salah satu tujuan utama dan sangat penting khususnya pada bidang pemasaran untuk menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggannya, Kepuasan atau ketidakpuasan akan suatu produk atau jasa Sebagai tahap akhir dari proses penjualan, hal ini memiliki pengaruh tertentu terhadap perilaku pembeli terhadap produk tersebut. Kepuasan pembeli didasarkan pada kesesuaian antara harapan pembeli dan persepsi mereka terhadap efektivitas produk yang disediakan oleh perusahaan Nurfarida (2015). Menurut Kotler dan Keller dalam Adhari (2021:42) menyatakan kepuasan pelanggan ialah perasaan seorang (pelanggan) yang puas ataupun kecewa yang dihasilkan dari perbandingan antara kinerja maupun hasil produk dengan harapannya. Seandainya kinerja tidak memenuhi harapan pelanggan, maka mereka akan kecewa. Sebaliknya, jika Kamu memenuhi harapan atau kebutuhan pelanggan, mereka akan puas. Konsumen akan memiliki penilaian risiko ke arah yang positif untuk mempengaruhi konsumen yang pada akhirnya akan menciptakan kepuasan pelanggan sehingga konsumen berminat untuk membeli produk. maka diperlukan penelitian untuk menguji pengaruh dari Kualitas Produk sebagai paparan faktor eksternal terhadap kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi konsumen atas hasil kerja produk atau jasa dalam memudahkan harapan pelanggan. Konsumen merasa puas pada saat ekspektasi mereka terpenuhi, atau akan sangat puas apabila ekspektasi mereka melebihi harapan.

Salah satu aspek yang mempengaruhi kepuasan pelanggan merupakan kualitas produk. Anggraeni, Kumadji, and Sunarti (2016) mengungkapkan, Kualitas produk merupakan keseluruhan karakteristik dari sesuatu produk yang bisa penuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. Pemahaman mengenai kualitas produk yang telah dinyatakan apabila perusahaan dapat memberikan ataupun menawarkan kualitas produk yang berkelas, maka perusahaan akan bisa menghasilkan kepuasan konsumen. Pelanggan atau konsumen akan merasa sangat puas pada umumnya ketika pengalaman terhadap sesuatu produk yang dikonsumsi ataupun digunakan baik bagi mereka. Kualitas produk mempunyai kedudukan berarti dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan serta membentuk pelanggan menjadi percaya bahkan minat untuk membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

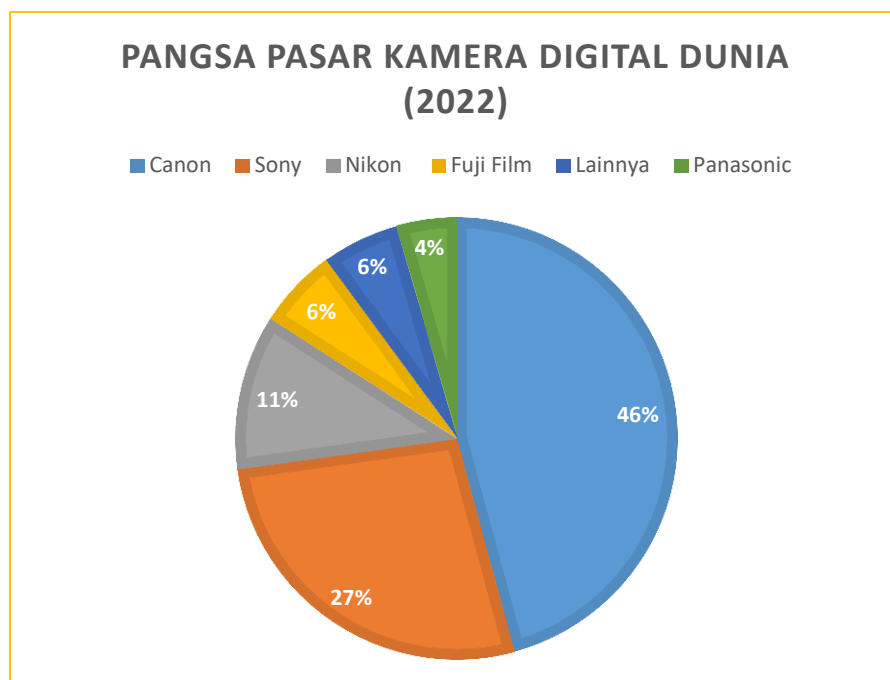
Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga. Harga sangat berperan penting bagi pelanggan ketika pelanggan atau konsumen memilih produk atau jasa, Nazaruddin dalam (Ramadhaniati et al. 2020:3). Menurut Nofrianda dalam (Ramadhaniati et al. 2020) Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang menunjukkan bahwa harga memiliki hubungan dengan kepuasan pelanggan, ketika pelanggan percaya bahwa harga produk adalah wajar, maka perilaku pembelian cenderung diulang. Sebaliknya, jika pelanggan merasa bahwa suatu produk atau layanan tidak sebanding dengan harganya, mereka tidak akan mengulangi perilaku pembelian tersebut. Apabila konsumen belum memiliki pengalaman terhadap suatu produk, maka konsumen akan cenderung lebih mempercayai suatu brand yang dikenal dan disukai banyak orang. Harga adalah

jumlah uang yang diperlukan untuk membeli sekelompok barang dan jasa tertentu. Harga akan memainkan peran dalam mempengaruhi kepuasan setelah pembelian dan keinginan untuk kembali. Ini terjadi pada penjualan karena jasa hanya bisa dirasakan. Jadi, pelanggan dituntut tergantung pada isyarat harga. Dalam beberapa kasus, kewajaran harga dapat menjadi faktor utama yang memengaruhi kepuasan dan keinginan untuk menggunakan layanan tersebut kembali. (Ramadhaniati et al. 2020).

Saat ini banyak sekali orang-orang yang gemar akan seni per fotografian, sehingga pada tahun-tahun terakhir ini topik kamera digital tentu sedang dicari atau di minati oleh masyarakat. Menurut Pusparan, Rastini (2014) menjelaskan kamera DSLR atau *digital single-lens reflex* merupakan kamera digital dengan format yang mengadopsi kamera single lens reflex (SLR) film yaitu memiliki lensa yang bisa dilepas, memiliki cermin mekanik dan penta prisma untuk mengarahkan sinar yang melewati lensa menuju ke jendela bidik. Saat tombol rana ditekan, cermin akan terangkat dan shutter terbuka sehingga menyebabkan sinar yang memasuki lensa akan diteruskan mengenai sensor.

Canon merupakan produsen produk-produk *imaging* yang meliputi printer, *scanner*, kamera digital, dan lensa. Kamera Canon dikenal karena kualitas lensa yang tinggi, yang membuat produk Canon menjadi yang terbaik dibandingkan dengan merek lain. Bahkan harga lensa Canon lebih tinggi daripada harga bodi kamera. Inilah yang dimanfaatkan Canon untuk mempertahankan pelanggannya. Bila konsumen ingin meningkatkan kinerja dari kameranya dan kebutuhan akan kualitas gambar yang lebih baik, tentu saja konsumen tersebut harus membeli

body kamera yang baru. Kamera Canon terkenal karena kualitas lensanya yang tinggi, sehingga menjadikan produk Canon salah satu yang terbaik dibandingkan dengan merek lain. Bahkan harga lensa Canon lebih tinggi daripada harga bodi kamera. Inilah yang dimanfaatkan Canon untuk mempertahankan pelanggannya. Jika konsumen beralih ke merk lain tentu saja konsumen harus mengeluarkan biaya lebih besar ketika membeli body kamera yang baru (Pusparan and Rastini 2014). Berikut ini data pangsa pasar digital dunia pada tahun 2022 :



Tabel 1.1

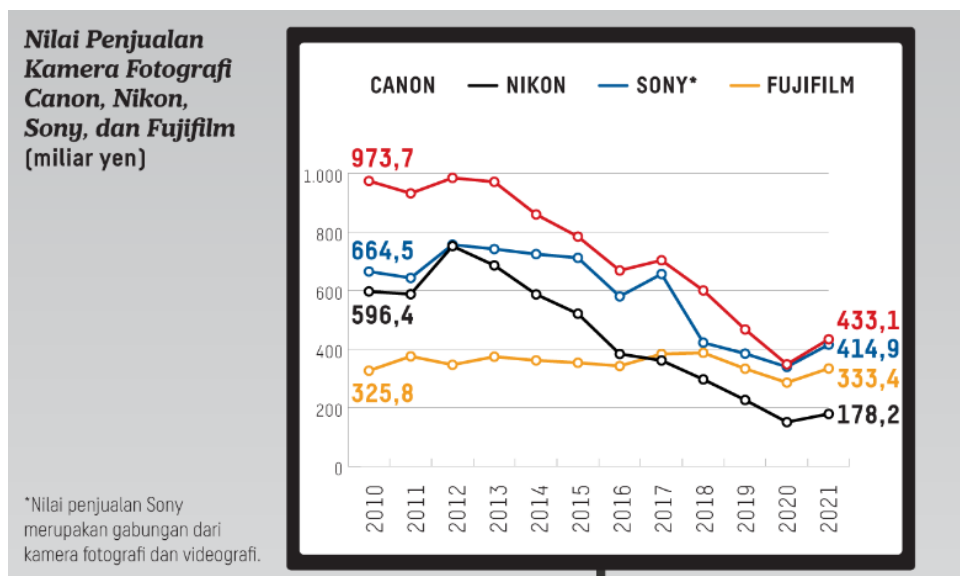
Pangsa Pasar kamera digital dunia

Sumber : <https://www.kompas.id/baca/riset/2023/03/16/siasat-industri-kamera-di-tengah-meredupnya-permintaan-pasar>

Melalui informasi yang penulis dapatkan dari internet, Menurut (Krisdamarjati 2023) berdasarkan data 22 November 2022 di atas bersumber dari surat kabar nikkei, jajaran lima merek kamera teratas *made in Japan* menguasai

94,4 persen pasar global. Penguasaan pasar tertinggi diduduki Canon (45,8%), di urutan kedua ada Sony (27 %), disusul Nikon (11,3%), Fujifilm di posisi keempat (5,9%), dan di urutan kelima diduduki Panasonic (4,4%).

Berikut ini data nilai penjualan kamera fotografi canon, nikon, sony dan fujifilm pada tahun 2003-2022 :



Gambar 1.2

Nilai Penjualan Kamera Fotografi Canon, Nikon, Sony, dan Fujifilm

Sumber : <https://www.kompas.id/baca/riset/2023/03/16/siasat-industri-kamera-di-tengah-meredupnya-permintaan-pasar>

Penyusutan permintaan global mengindikasikan bahwa industri kamera digital tengah hadapi penurunan.

Melalui data diatas dapat disimpulkan bahawa Canon memiliki *image* yang sangat baik. Dari *image* itu pula pastinya canon memiliki Kualitas Produk yang baik pula dimata konsumen dan mampu bertahan, di urutan atas usianya kini yang telah mencapai 90 tahun. Di balik kesuksesan tersebut ternyata, Canon pernah

melewati masa-masa sulit, dimana pada tahun 2012 mengalami penurunan laba 42% dan pendapatan yang juga menurun pada tahun yang bersamaan sebesar 13% (Cerira 2012). Hal tersebut dapat di perkuat dengan data *top brand award* tahun 2019-2022 pada gambar 1.3 di bawah ini :



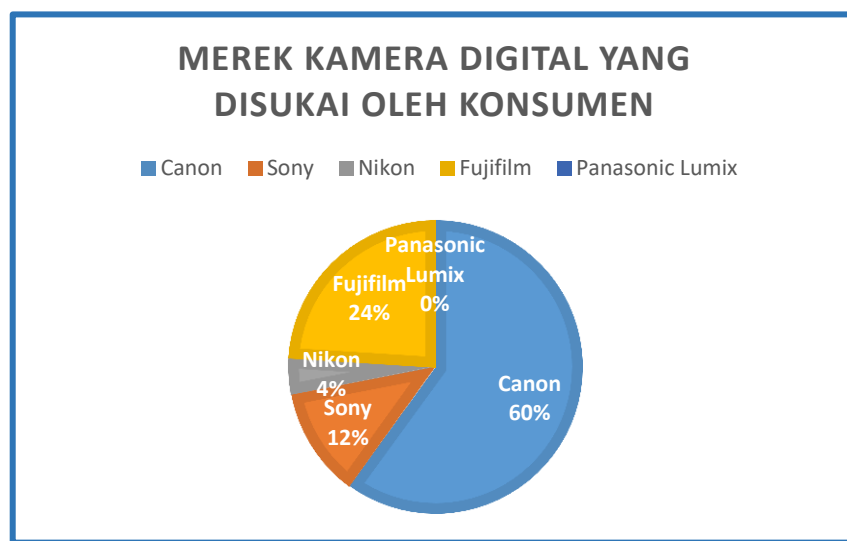
Gambar 1.3
Top Brand Award 2019-2022
Sumber : www.topbrand-award.com

Canon telah lama dikenal dengan lensa berkualitasnya yang istimewa. Opsi konsumen terhadap produk Canon bisa jadi didorong oleh faktor Kualitas Produk Canon itu sendiri. Dengan memanfaatkan produk Canon dalam aktivitas fotografi mereka, konsumen merasa bangga serta yakin dengan mutunya. Persaingan mutu produk dari produsen DSLR bisa mempengaruhi opini masyarakat terhadap harga produk. Konsumen senantiasa mencermati pertumbuhan kualitas produk kamera DLSR dikala mereka memastikan opsi. Bila Kualitas Produk diperkuat di masyarakat, hingga bisa pengaruhi kepuasan pelanggan buat membeli produk tersebut (Saparuddin 2016).

Selanjutnya penulis melakukan survei secara langsung mengenai produk kamera digital yang digemari masyarakat. Dari data yang penulis peroleh secara langsung lewat wawancara 30 orang, dapat dilihat dari tabel 1.2 berikut dibawah ini :

Tabel 1.2

Merek Kamera Digital Yang Disukai Oleh Masyarakat Kab. Lahat



Sumber : Wawancara Langsung oleh Peneliti, 2023

Tabel 1.3
Hasil Riset Penelitian

No.	Pernyataan	Indikator	Variabel	Jumlah (Setuju)
Kualitas Produk				
1.	LCD lama kelamaan berubah warna atau muncul vignet	<i>Durability</i>	Kualitas Produk	19
2.	Body terutama di bagian merknya mudah copot atau lepas	<i>Conformance to Spesification</i>	Kualitas Produk	16
3.	<i>Memory card</i> masih <i>Single</i> slot	<i>Features</i>	Kualitas Produk	21
4.	Sistem yang sering error pada kamera di seri tertentu	Performance	Kualitas Produk	16
5.	Lensa rawan timbul bintik-bintik hitam	Durability	Kualitas Produk	18
6.	Bobot kamera lumayan berat	<i>Aesthetics</i>	Kualitas Produk	8
7.	<i>Joystick</i> pada kamera sering gak terpakai karna sudah <i>touchscreen</i>	<i>Feature</i>	Kualitas Produk	22
8.	Beberapa seri kamera tidak memiliki fitur NFC	<i>Feature</i>	Kualitas Produk	9
9	Autofocus DSLR canon masih lambat	<i>Performance</i>	Kualitas Produk	6
10.	Suhu kamera yang suka overhead	<i>Performance</i>	Kualitas Produk	12
11.	Kamera canon kurang bagus buat indoor	<i>Conformance to Specifications</i>	Kualitas Produk	10
12	Fitur on dan off suka bermasalah	<i>Feature</i>	Kualitas Produk	8
13.	Body canon tidak sekuat kamera Nikon	<i>Durability</i>	Kualitas Produk	10
14.	LCD kamera timbul masalah kedip-kedip	<i>Durability</i>	Kualitas Produk	7
15.	Kualitas video kamera DSLR ataupun	<i>Conformance to</i>	Kualitas Produk	6

	Mirrorless kurang bagus	<i>Specifications</i>		
16.	Beberapa seri kamera canon baik DSLR ataupun mirrorless memiliki ketahanan batre yang cukup boros	<i>Durability</i>	Kualitas Produk	12
17.	Sering muncul tulisan error sehingga membuat pengguna merasa kurang nyaman	<i>Performance</i>	Kualitas Produk	15
18.	Kualitas produk yang tidak selalu sesuai dengan iklannya	<i>Conformance to Specifications</i>	Kualitas Produk	10
19.	Teknisi yang masih sulit ditemukan ketika ada komponen atau kamera rusak	<i>Performance</i>	Kualitas Prdouk	25
20.	Kamera canon tidak terlihat elegan di banding dengan merk kamera lainnya	<i>Aesthetics</i>	Kualitas Produk	20
Harga				
21.	Ada beberapa type atau seri kamera canon yang tidak sesuai dengan harganya yang terlalu mahal	Kesesuain Harga dengan Kualitas Produk	Harga	12
22.	Beberapa type kamera canon ada yang fiturnya tidak sesuai dengan harga yang ditawarkan	Kesesuaian Harga dengan Manfaat	Harga	10
23	Karena harga yang relative lebih terjangkau dibanding merk lain bahan yang digunakan untuk membuat kamera canon agak murahan sehingga tidak terlalu nyaman saat digenggam	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	Harga	18

Berdasarkan data pra riset pada Tabel 1.4 dapat diketahui bahwa terdapat 30 responden sebagai subjek penelitian ini, dengan memuat 23 pernyataan yang mewakili indikator-indikator yang ada pada variabel yang akan diteliti yakni Kualitas Produk dan Harga Untuk mengetahui lebih rinci terkait jawaban pada pra riset yang telah dilakukan , maka akan dijabarkan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk

Kualitas Produk digambarkan oleh indikator-indikator :

Kinerja (*Performance*), Pernyataan pada tabel pra riset yang merujuk pada indikator *performance* ada (5) yaitu ada Sistem yang sering error pada kamera di seri tertentu sebanyak 16 orang menjawab Setuju dan sisanya menjawab tidak setuju, Autofocus DSLR canon masih lambat sebanyak 6 orang menjawab setuju dan sisanya menjawab tidak setuju , Suhu kamera yang suka overhead sebanyak 12 orang menjawab setuju dan sisanya menjawab tidak setuju, Sering muncul tulisan error sehingga membuat pengguna merasa kurang nyaman sebanyak 15 orang menjawab setuju dan sisanya menjawab tidak setuju, serta Teknisi yang masih sulit ditemukan ketika ada komponen atau kamera rusak sebanyak 28 orang menjawab setuju dan sisanya menjawab tidak setuju.

Daya Tahan (*Durability*), Pernyataan pada tabel pra riset yang merujuk pada indikator *durability* ada (5) yaitu ada LCD lama kelamaan berubah warna atau muncul vignet sebanyak 19 orang menjawab setuju dan sisanya menjawab tidak setuju, Lensa rawan timbul bintik-bintik hitam sebanyak 18 orang menjawab setuju dan sisanya menjawab tidak setuju, Body canon tidak sekuat kamera Nikon Sebanyak 10 orang menjawab setuju dan sisanya menjawab tidak setuju, LCD

kamera timbul masalah kedip-kedip sebanyak 7 orang menjawab setuju dan sisanya menjawab tidak setuju, serta Beberapa seri kamera canon baik DSLR ataupun mirrorless memiliki ketahanan batre yang cukup boros sebanyak 12 orang menjawab setuju dan sisanya menjawab tidak setuju. Keseuaian dengan Spesifikasi (*Conformance to Specifications*), Pernyataan pada tabel pra riset yang merujuk pada indikator *Conformance to Specifications* ada (4) yaitu ada Body terutama di bagian merknya mudah copot atau lepas sebanyak 16 orang menjawab setuju dan sisanya menjawab tidak setuju, Kamera canon kurang bagus buat indoor sebanyak 10 orang menjawab setuju dan sisanya menjawab tidak setuju, Kualitas video kamera DSLR ataupun Mirrorless kurang bagus sebanyak 6 orang menjawab setuju dan sisanya menjawab tidak setuju, serta Kualitas produk yang tidak selalu sesuai dengan iklannya sebanyak 10 orang menjawab setuju dan sisanya menjawab tidak setuju.

Fitur (*Features*), Pernyataan pada tabel pra riset yang merujuk pada indikator *Features* ada (4) yaitu *Memory card* masih *Single* slot sebanyak 21 orang menjawab setuju dan sisanya menjawab tidak setuju, *Joystick* pada kamera sering gak terpakai karna sudah *touchscreen* sebanyak 22 orang menjawab setuju dan sisanya menjawab tidak setuju, Beberapa seri kamera tidak memiliki fitur NFC sebanyak 9 orang menjawab setuju dan sisanya menjawab tidak setuju, serta Fitur on dan off suka bermasalah. Estetika (*Aesthetics*) sebanyak 8 orang menjawab setuju dan sisanya menjawab tidak setuju, Pernyataan pada tabel pra riset yang merujuk pada indikator *Aesthetics* ada (1) yaitu Bobot kamera lumayan berat sebanyak 20 orang menjawab setuju dan sisanya menjawab tidak

setuju.

2. Harga

Harga digambarkan oleh indikator-indikator :

Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk, Pernyataan pada tabel pra riset yang menggambarkan indikator Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk ada (2) ialah, Ada beberapa type atau seri kamera canon yang tidak sesuai dengan harganya yang terlalu mahal sebanyak 12 orang menjawab setuju dan sisanya menjawab tidak setuju, dan Karena harga yang relative lebih terjangkau dibanding merk lain bahan yang digunakan untuk membuat kamera canon agak murahan sehingga tidak terlalu nyaman saat digenggam sebanyak 18 orang menjawab setuju dan sisanya menjawab tidak setuju. Kesesuaian Harga dengan Manfaat, Pernyataan pada tabel pra riset yang menggambarkan indikator Kesesuaian harga dengan manfaat ada (1) ialah, Beberapa type kamera canon ada yang fiturnya tidak sesuai dengan harga yang ditawarkan sebanyak 10 orang menjawab setuju dan sisanya menjawab tidak setuju.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Konsumen Pada Kamera Digital Canon di Kabupaten Lahat.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka rumusan masalahnya adalah :

1. Adakah Pengaruh kualitas produk, dan Harga terhadap kepuasan pelanggan pada kamera digital Canon di Kabupaten Lahat?
2. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada kamera digital Canon di Kabupaten Lahat?
3. Adakah pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan pada kamera digital Canon di Kabupaten Lahat?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan perumusan masalah penelitian diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas produk, dan Harga terhadap kepuasan pelanggan pada kamera digital Canon di Kabupaten Lahat.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada kamera digital Canon di Kabupaten Lahat.
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan pada kamera digital Canon di Kabupaten Lahat.

D. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan yang akan di peroleh dari penulisan ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, sebagai bahan pengembangan penelitian selanjutnya dan pengalaman dalam praktek bidang manajemen. Selain itu juga diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi mahasiswa dalam pembuatan penelitian atau kegiatan lain.

2. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber refrensi untuk peneliti selanjutnya, khususnya penelitian tang memiliki topik relative sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin, and Francis Tantri. 2018. *Manajemen Pemasaran*. 1st ed. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Adhari, Iendy Zelvian. 2021. *Kepuasan Pelangan & Pencapaian Brand Trust*. 1st ed. edited by T. Q. Media, N. F. Hariyanto, and I. Z. Adhar. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Agustina, Eva. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga." *Africa's Potential for the Ecological Intensification of Agriculture* 53(9):1689–99.
- Anggraeni, Dita Putri, Srikandi Kumadji, and Sunarti Sunarti. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Nasi Rawon Di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan)." *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya* 37(1):171–77.
- Asiati, Diah Isnaini, Wani Fitriah, Ervita Safitri, Maftuhah Nurrahmi, and Choiriyah. 2019. *Metodelogi Penelitian Bisnis*. 1st ed. Palembang: Noer Fikri.
- Astutik, Wahyuni, Kartika. 2019. "Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan (Studi Pada Perusahaan Unilever Tbk Th 2015 -2019)." *Media Bina Ilmiah* 14:2085. doi: 10.33758/mbi.v14i3.309.
- Aziza, Andi Nurul Fitriani Latief Yuswari Nur. 2024. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan The Originote Pada Indo'gaya Kosmestik Kolonodale." *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan* 13(4). doi: <https://doi.org/10.37476/jbk.v13i4.4920>.
- Cerira. 2012. "Laba Canon Turun 42% Dan Pendapatan Turun 13%." *Jagatreview.Com*. Retrieved April 1, 2023 (<https://www.jagatreview.com/2012/10/laba-canon-turun-42-dan-pendapatan-turun-13/>).
- Daga, Rosnaini. 2017. *Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan*. 1st ed. Makasar: Global Research And Consulting Institute.
- Efendi, Mohamad Johan, and Devi iriandha Widyastuti. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Usaha Cuci

- Mobil ‘Salem’ Desa Sumokembangsri Kecamatan Balongbendi Kabupaten Sidoarjo.” *Inobis: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia* 2(3):447–57. doi: 10.31842/jurnal-inobis.v2i3.103.
- Fauzy, Akhmad. 2019. *Metode Sampling*. 2nd ed. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Hakim, Ichlasul, and Imam Nuryanto. 2021. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kamera Digital Canon Di Semarang.” *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan* 1:10–16. doi: 10.55606/jurimbik.v1i2.118.
- Hardani, Jumari Ustiaty, Helmina Andriani, Ria Istiqomah, Dhika Sukmana, Roushandy Fardani, Nur Auliya, and Evi Utami. 2020. *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. 1st ed. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. 12th ed. Jakarta: PT Indeks.
- Krisdamarjati, Yohanes Advent. 2023. “Siasat Industri Kamera Di Tengah Meredupnya Permintaan Pasar.” *Kompas .Id*. Retrieved April 1, 2023 (<https://www.kompas.id/baca/riset/2023/03/16/siasat-industri-kamera-di-tengah-meredupnya-permintaan-pasar>).
- Kurriwati, Nirma. 2015. “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen.” *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi Vertura* 1(1):48–55.
- Lieyanto, Devina Martina, and Bruno Hami Pahar. 2021. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Bip’s Jurnal Bisnis Perspektif* 13(2):88–101. doi: 10.37477/bip.v13i2.216.
- McCurry, John W. 2010. “ECO Entrepreneur.” *Apparel* 51(6):10–13. doi: 10.15358/0935-0381-2009-11-591.
- Muhammad Riyam Fauzi, Kastawan Mandala. 2019. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk

- Meningkatkan Loyalitas Pelanggan.” *E-Journal Manajemen* 8(11):6741–61. doi: <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2019.v08.i11.p18>.
- Nurfarida, Iva. 2015. “Pengukuran Indeks Kepuasan Pelanggan Untuk Peningkatan Kualitas Layanan.” *Jurnal Ekonomi Modernisasi* 11. doi: 10.21067/jem.v11i2.874.
- Nurrahmah, Harifin, Febri Rismaningsih, Ul’fah Hernaeny, Linda Pratiwi, Wahyudin, Abdul Rukyat, Fitri Yati, Lusiani, Dinar Riaddin, and Jan Setiawan. 2021. *Pengantar Statistika 1*. edited by S. Haryanti, M. Restiana, and R. R. Reung. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Pusparan, Putu Ayu Yulia, and Ni Made Rastini. 2014. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan Kamera Canon Digital Single Lens Reflex (Dslr) Di Kota Denpasar.” *Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 03(05).
- Ramadhaniati, Safirah, Evi Susanti, Arjuna Wiwaha, and Isthi Wahyuning Tyas. 2020. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business (IDEB)* 1:1–10.
- Saparuddin. 2016. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Kepuasan konsumen Dan Loyalitas Pelanggan Kamera Canon Digital Single Lens Reflex (Dslr).” *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Sar, Heni Lutfia, Rois Arifin, and M. Hufron. 2018. “Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Brand Trust Dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo.” *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma* 12–22.
- Setiyaningrum, Ari, Jusuf Udaya, and Efendi. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 1st ed. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sinollah, □, Siti Magfirotul Wahidah, Nailatul Khoiriyah. 2022. “Analisis Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone.” *Journal of Islamic Business and Entrepreneurship* 1(1):1–6. doi: <https://doi.org/10.33379/jibe.v1i1.1596>.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung:

Alfabeta.

- Tandywijaya, Ivan. 2015. “Pengaruh Brand Image Terhadap Purchase Intention Melalui Perceived Value Produk Smartphone Samsung Di Surabaya.” Program Studi Manajemen, Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya.
- Wanda Wahidah, and Rayuwanto. 2023. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Journal of Trends Economics and Accounting Research* 4(1):65–72. doi: 10.47065/jtear.v4i1.860.
- Widianingrum, Enggar. 2021. “Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Masa Pandemi Covid-19.” *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Industri Dan Rantai Pasok* 2:340–48.
- Yoanistha Yuliani Eltantian, Yoseph Darius Purnama Rangga, and Nunsio Handrian Meylano. 2023. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Cafe Rindu Lokaria.” *Jurnal Projemen UNIPA* 10(3):91–103. doi: 10.59603/projemen.v10i3.153.
- Yulia, I. G. A., Purnamasari Jurusan, and Pendidikan Ekonomi. 2015. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online Di Singaraja Tahun 2015.” *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJP)* 5(1):1–12.
- Agustina, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga. Africa’s Potential for the Ecological Intensification of Agriculture, 53(9), 1689–1699. <https://core.ac.uk/download/pdf/225831987.pdf>
- Aziza, A. N. F. L. Y. N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan The Originote pada Indo’ gaya Kosmestik Kolonodale. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 13(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.37476/jbk.v13i4.4920>
- Efendi, M. J., & Widyastuti, D. iriandha. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Usaha Cuci Mobil “Salem” Desa Sumokembangsri Kecamatan Balongbendi Kabupaten Sidoarjo). *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(3), 447–457. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i3.103>

- Kurriwati, N. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi Vertura*, 1(1), 48–55.
- Lieyanto, D. M., & Pahar, B. H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Bip's Jurnal Bisnis Perspektif*, 13(2), 88–101. <https://doi.org/10.37477/bip.v13i2.216>
- McCurry, J. W. (2010). *ECO entrepreneur. Apparel*, 51(6), 10–13. <https://doi.org/10.15358/0935-0381-2009-11-591>
- Muhammad Riyam Fauzi, K. M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *E-Journal Manajemen*, 8(11), 6741–6761. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i11.p18>
- Sinollah,□, Siti Magfirotul Wahidah, N. K. (2022). Analisis Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone. *Journal of Islamic Business and Enterpreneurship*, 1(1), 1–6. <https://doi.org/https://doi.org/10.33379/jibe.v1i1.1596>
- Wanda Wahidah, & Rayuwanto. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(1), 65–72. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i1.860>
- Yoanistha Yuliani Eltantian, Yoseph Darius Purnama Rangga, & Nunsio Handrian Meylano. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Cafe Rindu Lokaria. *Jurnal Projemen UNIPA*, 10(3), 91–103. <https://doi.org/10.59603/projemen.v10i3.153>
- Yulia, I. G. A., Jurusan, P., & Ekonomi, P. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online Di Singaraja Tahun 2015. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJP)*, 5(1), 1–1