JEBMAFA
Journal of Economics, Business, Management, Accounting, Finance, and Administration
Vol.2 No.5 Tahun 2026
E-ISSN: 3123-6472

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Toko Durian Keliling Bogor

Rafael Louis Stefhen Susanto
Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta, Indonesia
stefhenlouis22@gmail.com

Received: 30-09-2026	*Revised: 14-10-2026*	*Published: 14-10-2026*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen Toko Durian Keliling Bogor, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei asosiatif kausal. Sampel penelitian berjumlah 285 responden yang dipilih menggunakan teknik *accidental sampling* di Toko Durian Keliling kawasan Pajajaran, Kota Bogor. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert lima poin dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda setelah melalui uji validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga merupakan faktor yang berperan dalam membentuk kepuasan konsumen Toko Durian Keliling. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola usaha dalam menjaga kualitas dan kesegaran durian serta menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas produk dan daya beli konsumen guna meningkatkan kepuasan konsumen dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Kata kunci: kualitas produk, harga, kepuasan konsumen, durian

Citation:
Susanto, R. L. S. (2026). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Toko Durian Keliling Bogor. *JEBMAFA: Journal of Economics, Business, Management, Accounting, Finance, and Administration*, 2(5), 746-754.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan sektor buah-buahan di Indonesia turut mendorong perkembangan komoditas durian. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), produksi durian nasional pada tahun 2024 mencapai sekitar 1,96 juta ton. Peningkatan produksi tersebut menunjukkan pentingnya komoditas durian dalam pasar buah domestik sekaligus mendorong berkembangnya berbagai bentuk pemasaran, termasuk penjualan langsung dan sistem penjualan bergerak (Febriani et al., 2026). Peningkatan permintaan domestik turut mendorong berkembangnya inovasi pemasaran durian, termasuk bisnis *mobile vendor* di wilayah Jabodetabek dan Kota Bogor. Salah satunya adalah Toko Durian Keliling yang menawarkan berbagai varietas durian premium dengan konsep penjualan bergerak di lokasi strategis (Gunawan et al., 2024). Namun, karakteristik durian yang mudah rusak (*perishable*) menimbulkan tantangan dalam menjaga kualitas produk, terutama dari aspek kesegaran, tekstur, aroma, dan kebersihan. Selain itu, harga yang ditawarkan perlu sebanding dengan kualitas produk yang diterima konsumen. Ketidaksesuaian antara kualitas dan harga yang dipersepsikan dapat memengaruhi penilaian konsumen terhadap produk serta tingkat kepuasan setelah pembelian. Oleh karena itu, kualitas produk dan harga menjadi dua faktor penting yang perlu dikaji untuk memahami pembentukan kepuasan konsumen Toko Durian Keliling Bogor.

Penelitian terdahulu Haryono, (2022) menemukan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Terrace Café Park Hotel Jakarta. Sholihah et al., (2022) juga membuktikan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap kepuasan pelanggan produk tempe. Temuan serupa ditunjukkan oleh Utari et al., (2022), yang menemukan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan MJ Enamel. Pada sektor restoran, Erlivia & Iskandar (2022) menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Restoran Foodpedia Pasar Baru. Selanjutnya, Salim et al., (2023) menemukan bahwa harga dan kualitas produk menjadi bagian dari faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen, sedangkan Bahriyah et al., (2023) menunjukkan bahwa kualitas produk tidak selalu berpengaruh signifikan secara parsial, sementara harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil yang lebih baru dari Soetiyono & Alexander (2025) menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada marketplace di Indonesia. Sementara itu, penelitian Erwinsyah et al., (2026) menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan, sedangkan harga tidak menunjukkan pengaruh positif pada konteks Kebab Kota Raja Tenggarong.

Berdasarkan penelitian tersebut, masih terdapat kesenjangan pada konteks objek penelitian. Meskipun penelitian mengenai kualitas produk, harga, dan kepuasan konsumen telah banyak dilakukan, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada produk makanan olahan, restoran, café, serta usaha dengan lokasi penjualan tetap. Konteks tersebut berbeda dengan produk buah segar, khususnya durian, yang memiliki karakteristik *perishable* dan kualitas sensorik yang dapat berubah dalam waktu relatif singkat. Selain itu, sistem penjualan keliling menghadirkan kondisi pemasaran yang berbeda dibandingkan dengan

usaha makanan dengan lokasi penjualan permanen. Konsumen tidak hanya mengevaluasi kualitas produk, tetapi juga mempertimbangkan kesesuaian antara harga yang dibayarkan dan kondisi produk yang diterima pada saat pembelian. Masih terdapat ruang penelitian untuk memahami keterkaitan kualitas produk dan harga dengan kepuasan konsumen pada konteks penjualan buah segar melalui sistem penjualan keliling.

Penelitian ini berfokus pada Toko Durian Keliling Bogor yang menawarkan durian sebagai produk buah segar dengan karakteristik mudah rusak (*perishable*) melalui sistem penjualan keliling *mobile vendor*. Karakteristik produk dan sistem penjualan tersebut menjadi pembeda penelitian karena dapat memengaruhi pertimbangan konsumen dalam menilai kualitas produk dan kesesuaian harga. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian empiris mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen, khususnya dalam konteks pemasaran buah segar melalui sistem penjualan keliling.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei eksplanatori untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Toko Durian Keliling Bogor. Penelitian dilaksanakan pada konsumen Toko Durian Keliling di kawasan Pajajaran, Bogor, selama Maret-Mei. Populasi penelitian berjumlah 978 konsumen, dengan sampel sebanyak 285 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin pada tingkat kesalahan 5%. Pemilihan responden dilakukan menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *accidental sampling*, yaitu konsumen yang ditemui secara langsung pada lokasi penelitian dan memenuhi kriteria sebagai responden.

Data primer diperoleh melalui kuesioner dengan skala Likert lima poin, sedangkan data sekunder bersumber dari literatur ilmiah dan data relevan lainnya. Variabel kualitas produk (X1) diukur melalui indikator kesegaran, kebersihan, aroma, tekstur, dan varietas durian. Variabel harga (X2) diukur melalui indikator keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan value for money. Sementara itu, kepuasan konsumen (Y) diukur melalui kepuasan secara keseluruhan, kecenderungan melakukan pembelian ulang, kesediaan memberikan rekomendasi, dan loyalitas konsumen. Seluruh indikator diukur menggunakan skala Likert lima poin.

Analisis data dilakukan menggunakan SPSS melalui uji validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik yang meliputi normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan persamaan $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Pengujian dilakukan pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Reliabilitas

Uji instrumen dilakukan untuk memastikan bahwa kuesioner mampu mengukur konstruk penelitian secara valid dan konsisten. Validitas instrumen ditentukan berdasarkan perbandingan nilai *r* hitung dengan *r* tabel sebesar 0,1162, sedangkan reliabilitas dinilai melalui nilai *Cronbach's Alpha* dengan batas penerimaan sebesar 0,60. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel kualitas produk, harga, dan

kepuasan konsumen memenuhi kriteria validitas.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Item	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,782	8	Reliabel
Harga (X2)	0,857	8	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,876	8	Reliabel

Sumber: Data penelitian diolah, 2026

Berdasartan Tabel 1, nilai *Cronbach's Alpha* seluruh variabel berada di atas 0,60. Kualitas produk memperoleh nilai 0,782, harga sebesar 0,857, dan kepuasan konsumen sebesar 0,876. Dengan demikian, instrumen memiliki konsistensi internal yang memadai dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut. Hasil tersebut menunjukkan bahwa indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas produk, harga, dan kepuasan konsumen mampu memberikan pengukuran yang konsisten pada responden penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan sebelum analisis regresi linear berganda yang meliputi uji normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas. Pada uji normalitas, nilai *Monte Carlo Sig. (2-tailed)* sebesar 0,075 lebih besar dari 0,05. Meskipun nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,001, penelitian menggunakan hasil *Monte Carlo* sebagai dasar interpretasi sehingga residual dinyatakan memenuhi asumsi normalitas pada taraf signifikansi 5%. Monte Carlo dipilih untuk memperoleh estimasi signifikansi melalui simulasi, sedangkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,001 berasal dari pendekatan asimtotik, sehingga alasan pemilihan Monte Carlo perlu didukung oleh karakteristik data dan kesesuaian metode pengujian.

Hasil uji heteroskedastisitas melalui pola *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik residual menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa model regresi tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas.

Uji multikolinearitas menunjukkan nilai *tolerance* sebesar 0,182 dan VIF sebesar 5,502 untuk variabel kualitas produk maupun harga. Nilai *tolerance* masih berada di atas 0,10 dan VIF berada di bawah 10, sehingga model regresi tidak menunjukkan gejala multikolinearitas yang melampaui batas penerimaan. Namun, nilai VIF sebesar 5,502 mengindikasikan bahwa korelasi antara variabel bebas relatif cukup kuat, sehingga perlu diperhatikan dalam menginterpretasikan hasil analisis regresi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda menghasilkan persamaan sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = -1{,}460 + 0{,}318X1 + 0{,}736X2 + e}$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa koefisien kualitas produk sebesar 0,318 dan harga sebesar 0,736. Koefisien positif pada kedua variabel menunjukkan bahwa peningkatan persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan harga diikuti oleh peningkatan kepuasan konsumen.

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Konstanta	-1,460	0,600	–	-2,432	0,016

Kualitas Produk (X1)	0,318	0,043	0,270	7,426	0,000
Harga (X2)	0,736	0,037	0,717	19,743	0,000

Sumber: Data penelitian diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 2, hasil uji parsial menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki nilai *t* sebesar 7,426 dengan signifikansi 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresinya bernilai positif, sehingga kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Harga juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dengan nilai *t* sebesar 19,743 dan signifikansi 0,000. Nilai *standardized beta* harga sebesar 0,717 lebih besar dibandingkan kualitas produk sebesar 0,270, sehingga dalam model penelitian ini harga memiliki koefisien pengaruh yang lebih besar terhadap kepuasan konsumen.

Uji Simultan dan Koefisien Determinasi

Hasil uji simultan menunjukkan nilai F sebesar 1.953,712 dengan signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 3. Hasil Uji F dan Koefisien Determinasi

Indikator	**Nilai**
F	1.953,712
Sig.	0,000
R	0,968
R^2	0,937
Adjusted R^2	0,937
Std. Error of Estimate	1,292

Sumber: Data penelitian diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 3, nilai R^2 sebesar 0,937 menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama menjelaskan 93,7% variasi kepuasan konsumen. Sementara itu, sebesar 6,3% variasi kepuasan konsumen dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian. Hasil ini menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan penjelasan yang tinggi terhadap variasi kepuasan konsumen pada objek penelitian.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Durian Keliling Bogor, dengan nilai t sebesar 7,426 dan signifikansi 0,000. Temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin baik persepsi konsumen terhadap kualitas durian yang diterima, semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan. Kualitas produk dalam penelitian ini tercermin melalui kesegaran, aroma, tekstur, kebersihan, dan varietas durian.

Temuan tersebut dapat dijelaskan melalui karakteristik durian sebagai produk buah segar yang mudah mengalami perubahan kualitas. Konsumen tidak hanya menilai produk berdasarkan keberadaan atau jenis durian, tetapi juga mengevaluasi kondisi fisik dan sensorik produk ketika dikonsumsi. Dengan demikian, kesesuaian antara kualitas yang diharapkan dan kualitas aktual menjadi bagian penting dalam pembentukan kepuasan konsumen. Konsep

kualitas produk yang digunakan dalam penelitian juga menempatkan kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen sebagai aspek utama.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Ilyas et al., (2023) yang menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Dynamic Buah Nusantara. Temuan tersebut memiliki relevansi dengan penelitian ini karena objek penelitian sama-sama berkaitan dengan produk buah, sehingga kualitas produk menjadi bagian penting dalam evaluasi konsumen. Selain itu, Masnun et al., (2024) menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Nayra Cake Pekanbaru. Temuan tersebut memperkuat bahwa kualitas produk dapat menjadi salah satu faktor yang berkaitan dengan terbentuknya kepuasan konsumen pada berbagai konteks produk. Pada Toko Durian Keliling Bogor, karakteristik durian sebagai produk buah segar dengan atribut kualitas yang dapat diamati secara langsung, seperti kesegaran, aroma, tekstur, kebersihan, dan varietas, dapat menjadi aspek yang diperhatikan konsumen dalam mengevaluasi pengalaman konsumsi.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t sebesar 19,743 dan signifikansi 0,000. Koefisien standardized beta sebesar 0,717 menunjukkan bahwa harga memiliki koefisien pengaruh yang lebih besar dibandingkan kualitas produk yang memiliki beta sebesar 0,270. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap harga merupakan aspek yang sangat berkaitan dengan kepuasan dalam konteks Toko Durian Keliling Bogor.

Harga dalam penelitian ini tidak semata-mata dipahami sebagai nominal yang dibayarkan konsumen, tetapi juga berkaitan dengan persepsi mengenai keterjangkauan, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan *value for money*. Konsumen cenderung mengevaluasi apakah biaya yang dikeluarkan sebanding dengan manfaat dan kualitas durian yang diperoleh. Dengan demikian, ketika harga dipersepsikan sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diterima, evaluasi konsumen terhadap pengalaman pembelian menjadi lebih positif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Fadillah (2022); Sari &Wahyono (2022) yang menemukan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Temuan serupa juga dilaporkan oleh Khakim et al., (2024). Namun, hasil ini berbeda dengan Apriana (2024) yang menemukan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh harga terhadap kepuasan dapat dipengaruhi oleh karakteristik produk dan konteks konsumen. Dalam konteks Toko Durian Keliling Bogor, karakteristik durian sebagai buah segar dengan beragam jenis dan kualitas menjadikan persepsi konsumen terhadap kesesuaian harga dengan kualitas produk dan manfaat yang diperoleh relevan dalam membentuk kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Secara simultan, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji F menghasilkan nilai 1.953,712 dengan signifikansi 0,000. Dengan demikian, kedua variabel secara bersama-sama memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan konsumen. Nilai R^2 sebesar 0,937 menunjukkan bahwa 93,7% variasi kepuasan konsumen dalam model dapat dijelaskan oleh kualitas produk dan harga, sedangkan 6,3%

lainnya berada di luar model penelitian.

Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen Toko Durian Keliling tidak hanya terbentuk dari penilaian terhadap kualitas fisik dan sensorik durian, tetapi juga dari evaluasi terhadap nilai yang diperoleh dibandingkan dengan harga yang dibayarkan. Konsumen dapat menerima harga tertentu ketika kualitas produk yang diterima sesuai dengan ekspektasi. Sebaliknya, kualitas yang baik belum tentu menghasilkan kepuasan apabila konsumen menilai harga yang dibayarkan tidak sebanding dengan manfaat yang diperoleh. Oleh karena itu, kualitas produk dan harga membentuk dua aspek evaluasi yang saling melengkapi dalam pengalaman konsumsi durian.

Hasil simultan penelitian ini sejalan dengan Rahmawati & Utomo (2022); Eltantian et al., (2023) yang menemukan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Temuan serupa juga ditunjukkan oleh Adhiseno & Triwardhani (2024) pada konsumen Samsung Galaxy. Dengan demikian, penelitian ini memperkuat bukti bahwa kualitas produk dan harga merupakan faktor yang secara bersama-sama berkaitan dengan kepuasan konsumen, khususnya pada konteks produk durian sebagai buah segar.

PENUTUP

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Durian Keliling di Bogor. Harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan pengaruh relatif lebih kuat dibandingkan kualitas produk berdasarkan koefisien standar. Secara simultan, kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dapat ditingkatkan melalui konsistensi kualitas durian, seperti kesegaran, aroma, tekstur, dan kebersihan, serta penetapan harga yang sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dirasakan. Penelitian ini memberikan kontribusi empiris pada kajian kepuasan konsumen dalam pemasaran buah segar melalui sistem penjualan keliling, sekaligus implikasi praktis bagi pengelola Toko Durian Keliling Bogor dalam menjaga kualitas produk dan menetapkan harga yang kompetitif. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengkaji variabel lain, seperti kualitas pelayanan dan promosi, serta memperluas objek penelitian agar hasilnya lebih komprehensif.

ACKNOWLEDGMENTS

Penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan selama proses penelitian dan penyusunan artikel ini, khususnya pihak Toko Durian Keliling Bogor yang telah memberikan akses dan membantu proses pengumpulan data. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktu dan memberikan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini.

CONFLICTS OF INTEREST

Penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan.

ETHICS STATEMENT

Artikel ini merupakan karya asli penulis, belum pernah dipublikasikan sebelumnya, dan tidak

sedang dalam proses peninjauan pada jurnal lain. Naskah ini telah disusun dengan memperhatikan prinsip integritas akademik dan bebas dari plagiarisme. Seluruh penulis telah membaca, menyetujui isi naskah, serta menyetujui pengajuan artikel ini untuk dipertimbangkan dalam publikasi pada jurnal ini.

DECLARATION OF GENERATIVE AI

Teknologi AI generatif, yaitu *ChatGPT*, digunakan secara terbatas selama proses penyusunan naskah untuk membantu penyuntingan bahasa, perbaikan tata bahasa, dan penyempurnaan struktur kalimat. Seluruh isi, interpretasi data, analisis, dan kesimpulan dalam artikel tetap menjadi tanggung jawab penulis.

REFERENSI

Adhiseno W, E., & Triwardhani, D. (2024). Analisis kualitas produk harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada produk Samsung Galaxy seri A. *IKRAITH-EKONOMIKA, 7*(1), 158–167. https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i1.3299

Apriana, S. (2024). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Citimall Sukabumi. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, 2*(7), 343–353.

Bahriyah, A. A., Firdaus, M., & Supeni, N. (2023). Analisis kualitas produk, promosi, dan harga terhadap kepuasan pelanggan dalam membeli produk Wings di Dira Balung Shopping Centre. *JMBI: Jurnal Manajemen Bisnis dan Informatika, 3*(1), 1–11. https://doi.org/10.31967/prodimanajemen.v3i1.679

Bernarto, I., Juliana, & Djakasaputra, A. (2022). What drives customer satisfaction? Evidence from customer fast food restaurant Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen, 8*(3), 711. https://doi.org/10.17358/jabm.8.3.711

Eltantian, Y. Y., Rangga, Y. D. P., & Meylano, N. H. (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

Erlivia, S., & Iskandar, D. A. (2022). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Restoran Foodpedia Pasar Baru. *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis dan Teknologi, 8*(4). https://ojs.kalbis.ac.id/index.php/kalbisiana/id/article/view/1662

Erwinsyah, E., Hermanto, M., & Putri, I. R. N. (2026). The effect of product quality and price on customer satisfaction: The mediating role of customer loyalty. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia, 26*(1). https://doi.org/10.53640/x2csh537

Fadillah, F. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Kopi Janji Jiwa Cabang Pademangan Jakarta Utara. *Jurnal SeMaRaK, 5*(3), 108–121. https://doi.org/10.32493/smk.v5i3.25059

Febriani, R., Baslayn, D. A., Khairusy, M. A., & Putra, A. R. (2026). The effect of product quality and price perception on customer satisfaction on e-commerce platforms in Indonesia. *Dharmawangsa: International Journal of the Social Sciences, Education and Humanities,* 7(2). https://doi.org/10.46576/ijsseh.v7i2.9193

Gunawan, D., Nainggolan, R., & Effendi, L. V. (2024). The effect of product quality and price on customer loyalty through customer satisfaction. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 13(1), 39–52. https://doi.org/10.37715/jee.v13i1.4379

Haryono, S. (2022). Product quality, price, and trust to increase customer satisfaction at Terrace Café Park Hotel. *Journal of Management and Leadership, 5*(1), 1–13. https://doi.org/10.47970/jml.v5i1.304

Ilyas, G. B., Ginting, Y. M., & Mustafa, H. (2023). The effect of price, service quality,

product quality on customer satisfaction at PT. Dynamic Buah Nusantara. *Journal of Economics, Management and Trade, 29*(10), 184–201. https://doi.org/10.9734/jemt/2023/v29i101154

Khakim, A. L., Abadi, M. D., & Mahbub, M. (2024). Determinan kepuasan pelanggan: Kualitas layanan dan harga. *Media Komunikasi Ilmu Ekonomi, 41*(1), 27–36. https://doi.org/10.58906/melati.v41i1.171

Masnun, S., Makhdalena, M., & Syabrus, H. (2024). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, 7*(4), 3736–3740. https://doi.org/10.54371/jiip.v7i4.4280

Rahmawati, D. A., & Utomo, S. P. (2022). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Omah Seblak Krenyeng di Sidoarjo. *Journal of Sustainability Bussiness Research, 3*(1). https://doi.org/10.36456/jsbr.v3i1.5355

Salim, R. A., Prayoga, Y., & Ihsan, M. A. A. (2023). The influence of price, location, service, and product quality on customer satisfaction. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics, 6*(1), 399–412. https://doi.org/10.31538/iijse.v6i1.2180

Sari, N. A. A., & Wahyono, T. E. (2022). Pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan IndiHome di Perumahan Permata Jingga Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis, 8*(2), 217–222. https://doi.org/10.33795/jab.v8i2.450

Sholihah, M., Bodroastuti, T., & Rustian, L. A. (2022). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan produk tempe. *Jurnal Ilmiah Aset, 24*(2). https://doi.org/10.37470/1.24.2.206

Soetiyono, A., & Alexander, A. (2025). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada marketplace di Indonesia. *ECo-Buss, 7*(3), 2055–2071. https://doi.org/10.32877/eb.v7i3.2148

Utari, W., Utama, M. L. A., Heryyanto, A., & Rudiatno. (2022). Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan MJ Enamel. *Jemasi: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi, 18*(2), 173–187. https://doi.org/10.35449/jemasi.v18i2.545