

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA NANALAND BAKEDHOUSE DI
KECAMATAN KUANTAN TENGAH, RIAU**

Try Wahyu Aulia¹, Rusyaida²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi

Email : tw.aulia97@gmail.com¹, rusyaida@uinbukittinggi.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya harga dan kualitas layanan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Tujuannya adalah untuk menilai bagaimana harga dan kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan di Nanaland Bakedhouse yang berlokasi di Kabupaten Kuantan Tengah, Riau.. Pendekatan kuantitatif merupakan jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Rumus Slovin digunakan untuk pengambilan sampel. Observasi dan penyebaran kuesioner/angket merupakan data sekunder sedangkan untuk artikel, jurnal, dan penelitian terdahulu merupakan data sekunder. Analisis data melibatkan beberapa teknik, seperti pengujian instrumen, pengujian asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan pengujian hipotesis, dengan menggunakan perangkat lunak SPSS 26 untuk mengolah data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan hasil uji regresi sebesar 0,383 dan berdasarkan uji t menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,700 > 1,984$) dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang artinya untuk H_{01} ditolak sedangkan H_{a1} diterima. Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan, hasil uji regresi sebesar 0,237 dan berdasarkan uji t menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ $11,659 > 1,984$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil perolehan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($201,164 > 3,09$) dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi harga dan kualitas pelayanan maka akan semakin meningkat kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

Abstract

This research is motivated by the importance of price and service quality on customer satisfaction. The aim of conducting this research is to see how much influence price and service quality have on customer satisfaction at Nanaland Bakedhouse in Kuantan Tengah District, Riau. A quantitative approach is a type of research carried out by researchers. The lovin formula is used for sampling. Observations and distribution of questionnaires are secondary data, while articles, journals and previous research are secondary data. There are several tests used which are part of the data analysis technique, including instrument testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. The application used in processing the data is SPSS 26, from the results of the research that has been carried out it shows that price on customer satisfaction has a positive and significant influence, with a

regression test result of 0.383 and based on the t test it shows the t value_{count} greater than t_{table} ($4,700 > 1.984$) with a significance value of 0.000 which is smaller than 0.05, which means that for H_{01} rejected while H_{a1} accepted. Service quality on customer satisfaction has a positive and significant influence, the regression test result is 0.237 and based on the t test it shows the t value_{count} $> t_{table}$ $11.659 > 1.984$ with a significance value of $0.000 < 0.05$ which means H_{02} rejected and H_{a2} accepted. Price and service quality simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction with the result of obtaining $F_{count} > F_{table}$ ($201.164 > 3.09$) with a sig value of $0.000 < 0.05$. So it can be concluded that the higher the price and service quality, the greater customer satisfaction will increase.

Keywords: Price, Service Quality, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi tentu banyak melahirkan inovasi dimulai dari adanya bisnis kecil sampai yang besar. Menurut Andira & Andis Febrian bahwa tahap yang menjadi focus penguasa dalam meningkatkan perekonomian di Indonesia, disebabkan karna Indonesia memiliki beberapa besar perekonomian yang dibantu oleh zona upaya mikro kecil serta menengah UMKM. Pertumbuhan UMKM dengan pesat menumbuhkan tantangan didalam hal kompetensi bisnis yang makin hari makin bersaing. Orang yang memulai bisnis barunya, harus mengoptimalkan penelitian tentang pasar dan ilmu mengenai tren dan kebutuhan konsumen supaya bisa bersaing. Sementara itu, bagi pelaku UMKM yang sudah mapan, agar selalu mengembangkan bisnisnya juga dalam menghadapi kompetisi yang makin hari makin

kompetitif kunci utamanya adalah kreativitas dan inovasi. Penting bagi para pelaku UMKM untuk terus beradaptasi dan berpikir lebih kreatif agar usaha mereka tetap relevan dan berkelanjutan. Salah satu UMKM yaitu *cake and bakery* yang ada di Taluk Kuantan adalah Nanaland BakedHouse. Terkait dengan perkembangan Nanaland Bakedhouse, dijelaskan berdasarkan Tabel.1 berikut :

Tabel.1 Data Penjualan Bulanan dan Jumlah Pelanggan Nanaland Bakedhouse Bulan Januari Sampai November 2024

Bulan	Jumlah Penjualan	Kenaikan/Penurunan		Jumlah Pelanggan
		Σ	%	
Januari	Rp. 74.324.000			3.636
Februari	Rp. 54.090.000	Rp. -20.234.000	-27.22%	2.739
Maret	Rp. 49.210.000	Rp. -4.880.000	-9%	2.676
April	Rp. 59.738.200	Rp. 10.528.200	21.39%	1.390
Mei	Rp. 46.175.000	Rp. -13.563.200	-22.70%	2.280
Juni	Rp. 49.161.000	Rp. 2.986.000	6.47%	2.136
Juli	Rp. 16.681.000	Rp. -32.480.000	-66.07%	829
Agustus	Rp. 26.202.000	Rp. 9.521.000	57.08%	1.073
September	Rp. 34.643.000	Rp. 8.441.000	32.22%	1.352
Oktober	Rp. 52.877.000	Rp. 18.234.000	52.63%	1.828
November	Rp. 39.249.000	Rp. -13.628.000	-25.77%	1.275
Jumlah	Rp. 502.350.200			21.214

Sumber: Nanaland BakedHouse (diolah)

Berdasarkan Tabel 1.1 data penjualan dan jumlah pelanggan Nanaland Bakedhouse dari Januari sampai November 2024, menunjukkan total penjualan sebesar Rp.502.350.200. Penjualan tertinggi terjadi di Januari sebesar Rp.74.324,000, dan penjualan terendah pada di Juli, yaitu Rp.16.681.000. sedangkan jumlah pelanggan selama periode tersebut mencapai 21.214 orang, dengan jumlah pelanggan pelanggan terbanyak pada bulan Januari yaitu 3.636 orang, dan jumlah pelanggan terendah pada bulan Juli 829 orang. Adanya fluktuasi jumlah penjualan dan pelanggan dari bulan kebulan menunjukkan masalah kepuasan pelanggan. Penurunan jumlah pelanggan di beberapa bulan yang mencerminkan kurangnya konsistensi dalam mempertahankan pelanggan.

Kepuasan pelanggan di Nanaland Bakedhouse dipengaruhi oleh harga, yang juga berperan penting dalam penjualan. Harga berfungsi sebagai sarana bagi penjual untuk membedakan produk mereka dari produk pesaing. Fransiscus dan Sumitro berpendapat bahwa harga memiliki dampak parsial terhadap kepuasan pelanggan. Dapat dilihat pada Tabel.2 terkait harga produk di Nanaland dan juga pesaingnya.

Tabel.2
Daftar Harga Produk

No	Nama Usaha	Macam Produk	Harga
1	Nanaland BakedHouse	1) Bento Cake	a. Rp.55.000
		2) Bday Cake	b. Rp.155.000
		3) Cookies	c. Rp.19.000
		4) Chocolate	d. Rp.25.000
		5) Cupcake	e. Rp.100.000
2	Zelies	a. Bento Cake	a. Rp.45.000
		b. Bday Cake	b. Rp.100.000
		c. Cookies	c. Rp.10.000
		d. Chocolate	d. -
		e. Cupcake	e. Rp.85.000
3	DindaCake	a. Bento Cake	a. Rp.35.000
		b. Bday Cake	b. Rp.100.000
4	Caketown	a. Bento Cake	a. Rp.45.000
		b. Bday Cake	b. Rp.100.000
5	Cake.bypiyo	a. Bento Cake	a. Rp.45.000
		b. Bday Cake	b. Rp.100.000

Sumber: Observasi

Dari Tabel. 2 menjelaskan perbedaan harga produk Nanaland Bakedhouse dengan pesaingnya. Nanaland Bakedhouse melakukan penjualan produk dengan harga tinggi apabila di sandingkan dengan pesaingnya. Berdasarkan wawancara dengan beberapa konsumen salah satunya yaitu Tiara, dia mengatakan bahwasanya harga produk di Nanaland itu mahal dibandingkan dengan toko kue lainnya, sehingga merekomendasikan untuk membeli di toko yang penawaran harga lebih baik dan murah. Salah satu produk yang di jual di Nanaland Bakedhouse adalah bento cake dengan harga Rp. 55.000. Sementara itu, toko lain seperti Dinda Cake menawarkan produk serupa dengan harga Rp.35.000, dan toko Zelies menjual dengan nominal Rp.45.000 untuk ukuran produknya yang lebih besar. Toko lainnya seperti Cake.bypiyo dan Caketown juga menawarkan bento cake dengan harga

Rp. 45.000. Selain *bento cake*, produk yang lainnya juga di jual dengan tawaran harga yang melebihi pesaing. Hal seperti ini memperlihatkan bahwa yang menjadi hal penting dalam mempengaruhi puasnya pelanggan dalam memilih produk adalah harga.

Kepuasan konsumen bukan dengan harga saja yang memberi pengaruh, namun juga oleh kualitas layanan yang diberikan. Kualitas layanan mencakup semua upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen. Menurut prinsip-prinsip Islam, sebagaimana ditegaskan dalam QS. Al-Isra ayat 84, layanan harus diberikan secara profesional, dengan keterampilan, dapat dipercaya, dan etos kerja yang kuat.

Artinya: "Tatkala telah (Mahamud), "Setiap orang berbuat sesuai dengan penemuannya masing-masing. Maka Tuhanmu akan mengetahui siapa yang akan benar dan siapa yang salah."

Pelayanan yaitu tindakan dalam memberikan dukungan, kenyamanan dan kepuasan kepada pembeli atau pemangku kepentingan lainnya yang dilakukan oleh individu atau organisasi, baik melalui layanan maupun produk. Pelayanan yang bermutu tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan membedakan suatu bisnis dari para pesaingnya. Menurut Astria Anggelivia dkk. kualitas pelayanan

berdampak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pelanggan yaitu Cici, dia mengatakan bahwa ketika dia memesan melalui chat pada jam kerja, pihak Nanaland sangat lama dalam merespon pesanannya. Lambatnya respon terhadap pelanggan, ini mencerminkan rendahnya kualitas pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan uraian diatas adanya kurang puas pelanggan pada Nanaland BakedHouse dilihat dari adanya jumlah pelanggan yang naik turun. Hal ini disebabkan oleh faktor harga dan juga kualitas pelayanan. Maka peneliti ingin mengetahui lebih dalam bagaimana Harga dan Kualitas pelayanan pada Nanaland Bakedhouse yang ada di Taluk Kuantan. Sehingga peneliti ingin mengangkat judul "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Nanaland Bakedhouse di Kecamatan Kuantan Tengah, Riau

KAJIAN PUSTAKA

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan merupakan munculnya rasa puas, bahagia, dan nyaman yang dirasakan seorang setelah mendapatkan sesuatu yang sesuai dengan harapan, kebutuhan, atau keinginannya. Kepuasan dapat bersifat subjektif karena dipengaruhi oleh

pengalaman, ekspektasi, serta standar masing-masing individu. Dalam dunia bisnis, kepuasan pelanggan memegang peranan penting dalam menumbuhkan loyalitas dan meningkatkan reputasi perusahaan. Pelanggan yang puas cenderung akan terus menggunakan suatu produk atau layanan dan merekomendasikannya kepada orang lain.

Menurut teori *equity*, Seseorang merasa puas ketika produk atau layanan yang diterima sesuai atau melebihi harapannya. Kepuasan ini dapat terjadi jika kualitas produk baik, harga sebanding dengan manfaat yang diperoleh, serta pelayanan yang diberikan ramah dan responsif. Selain itu, kemudahan dalam transaksi dan pengalaman positif selama berinteraksi dengan bisnis juga berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Philip Kotler bahwa ada beberapa hal yang memengaruhi kepuasan konsumen diantaranya:

a. Kualitas produk/jasa

Munculnya perasaan puas ketika produk akhir yang diberikan sesuai dengan keinginan dan berkualitas baik.

b. Kualitas pelayanan

Dalam bisnis, kualitas layanan mencakup berbagai aspek seperti

ketanggapan, keramahan, kecepatan, keandalan, dan kemampuan memecahkan masalah pelanggan.

c. Emosional

Emosional adalah keadaan psikologis yang berkaitan dengan perasaan seseorang terhadap suatu situasi, pengalaman, atau rangsangan tertentu.

d. Harga

Penetapan harga melibatkan penetapan harga jual suatu produk atau layanan dengan mempertimbangkan beberapa elemen, termasuk biaya produksi, permintaan pasar, taktik pesaing, dan nilai yang dikaitkan pelanggan dengan penawaran tersebut..

e. Biaya

Biaya konsumen merujuk pada sejumlah tunai yang dikeluarkan oleh konsumen untuk lakukan pembelian layanan atau barang. Biaya ini mencakup harga yang dibayar serta biaya tambahan lainnya yang terkait dengan proses pembelian, seperti biaya pengiriman, pajak, atau biaya lain yang muncul selama konsumsi. (Meithhiana, 2019)

Tjiptono mengemukakan bahwa kepuasan biasanya mencakup beberapa indikator antara lain:

a. Kesesuaian harapan

Kesesuaian harapan adalah kondisi di mana pengalaman atau hasil yang diterima seseorang sesuai dengan apa yang diinginkan sebelumnya.

b. Minat datang Kembali

Niat berkunjung kembali ialah kecenderungan atau keinginan pelanggan untuk kembali ke suatu lokasi, seperti restoran, toko, atau tempat wisata, setelah pengalaman kunjungan pertama mereka.

c. Ketersediaan merekomendasikan

Ketersediaan untuk merekomendasikan mengacu terhadap kecenderungan pelanggan untuk menyarankan suatu produk, layanan, atau pengalaman yang mereka anggap menyenangkan bagi orang lain.

Harga

Harga yaitu sejumlah tunai yang dibayarkan konsumen ketika melakukan pembelian suatu produk atau layanan. Dalam konteks bisnis, harga mencerminkan nilai produk bagi pelanggan dan biasanya dipengaruhi oleh hal seperti biaya produksi, permintaan pasar, persaingan, dan strategi perusahaan. Penetapan harga sesuai dengan hukum Islam berpedoman pada prinsip-prinsip tertentu:

a) Prinsip ridha

Ar-Ridha merupakan transaksi antara pihak-pihak haruslah didasarkan atas saling rela dan ridha. Pada Q.S An-Nisa ayat 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّبِعُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُحْلِ (الَّذِينَ لَا يُؤْتُونَ نَفْسَهُمْ مِنْ ثَمَرِهَا إِلَّا ضِلَالًا) تِلْكَ آيَاتُ اللَّهِ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ
Artinya: Hai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesama dengan jalan yang bathil (tidak benar). Itulah bagian-bagian dari harta yang telah diciptakan oleh Allah untuk agar kamu bertakwa.

b) Prinsip keterbukaan. .

Merupakan kesepakatan /transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak diharuskan pada pengungkapan keinginan dan situasi sebenarnya berlaku benar.

c) Prinsip kejujuran

Prinsip kejujuran adalah nilai dasar yang menekankan pentingnya bertindak dengan integritas, transparansi, dan kebenaran dalam setiap tindakan atau keputusan. Dalam dunia bisnis, kejujuran berarti menyampaikan informasi yang benar kepada pelanggan, karyawan, dan mitra, serta memastikan bahwa semua transaksi berlangsung adil dan bebas dari penipuan.

d) Prinsip keadilan

Bagi produsen ataupun penjual dalam hal menentukan harga harus bersikap adil, sehingga dengan begitu tidak satupun

pihak-pihak yang terzhalimi. (Mardiana, 2022)

Menurut Kotler dan Amstrong sebagaimana dikutip Dikdik Harjadi dan Lili Karmela Fitriani, bahwa ada beberapa indikator yang mempengaruhi harga yaitu: (fitriani,dkk., 2024).

- a. Keterjangkauan harga.
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- c. Daya saing harga
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan mengacu pada sebuah kesempurnaan dalam melakukan pelayanan yang membuat harapan terpenuhi dan terlampaui. Kualitas layanan mencakup beberapa faktor, termasuk ketepatan waktu, ketepatan, keramahan, keandalan, dan kapasitas untuk menangani masalah atau permintaan pelanggan secara efektif.(Masram, 2014)

Terdapat enam prinsip pelayanan menurut perspektif Islam,yaitu:

- a. Prinsip bahu-membahu (*Ta'awun*) yaitu upaya saling membantu yang dilakukan antar manusia dengan mencari ridha Allah.
- b. Prinsip adanya kemudahan(*At-Taysir*) yaitu mengusahakan suatu

ketentuan yang diberikan pada manusia agar mudah dilakukan sehingga menghilangkan kesulitan.

- c. Prinsip kesamaan yaitu semua manusia itu sama karena asal-usulnya.
- d. Prinsip saling mencintai yaitu adanya rasa saling cinta seperti pada saudara sendiri, memberi perlakuan pada pelanggan dengan baik seperti pada diri sendiri.
- e. Prinsip kelembutan yaitu siapa yang bersifat lemah lembut akan mendapatkan kebaikan.
- f. Prinsip kekeluargaan adalah persaudaraan seagama islam, dan persaudaraan yang jalinannya bukan karena agama (Bawana, 2023)

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani sebagaimana dikutip oleh Meithiana Indrasari mengemukakan terdapat indikator-indikator dalam hal kualitas pelayanan yaitu:

- a. *Tangible*

Tangible (berwujud) merujuk pada aspek-aspek fisik atau materi dari suatu produk atau layanan yang dapat dilihat, diraba, atau dirasakan oleh pelanggan.

- b. *Reliability*

merujuk pada kemampuan untuk menyampaikan layanan atau produk dengan andal dan akurat, serta sesuai dengan harapan pelanggan.

c. *Responsiveness*

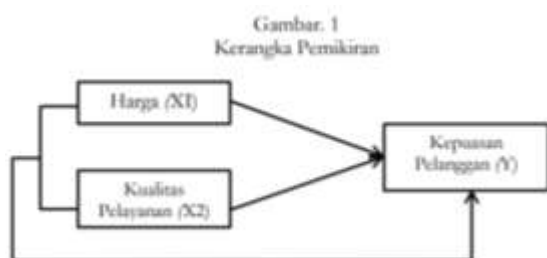
Suatu rencana untuk memberikan layanan kepada pelanggan secara efisien dan efektif dengan komunikasi yang jelas, konsisten, dan mudah dipahami.

d. *Assurance*

merujuk pada tingkat keyakinan yang diberikan oleh penyedia layanan kepada pelanggan, terutama terkait dengan kemampuan dan keahlian dalam memberikan produk atau layanan yang berkualitas.

e. *Empathy*

Menunjukkan suatu perhatian individu yang nyata kepada pelanggan dengan mencoba memahami preferensi mereka.



Pada kerangka pemikiran diatas, maka penulis mencoba meneliti terkait pengaruh harga dan kualitas pelayanan

terhadap kepuasan pelanggan pada Nanaland Bakedhouse di Kecamatan Kuantan Tengah, Riau.

Hipotesis

H_{a1} : Adanya pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Nanaland Bakedhouse

H_{a2} : Adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Nanaland Bakedhouse

H_{a3} : Adanya pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Nanaland Bakedhouse

METODE PENELITIAN

Penelitian dengan metodologi kuantitatif dan dilakukan di Nanaland Baked House, Kecamatan Kuantan Tengah, Kabupaten Kuantan Singingi, Riau. Penelitian berlangsung dari bulan Desember 2024 sampai dengan selesai. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan kuesioner yang disebarkan pada 100 pelanggan yang pernah melakukan pembelian di Nanaland Baked House, sedangkan data sekunder berupa artikel, penelitian terdahulu, dan jurnal. Penelitian ini menggunakan skala likert lima poin dengan pilihan SS, S, KS, TS, dan STS. Sampel penelitian adalah orang yang

melakukan pembelian produk di Nanaland Baked House.

Populasi penelitian adalah orang yang melakukan pembelian produk dari Nanaland Bakedhouse. Untuk memperoleh sampel, digunakan rumus Slovin, sehingga diperoleh 100 responden yang menjawab butir-butir kuesioner. Beberapa metode analisis data digunakan, meliputi uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik untuk normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas, serta analisis regresi linier berganda dan pengujian hipotesis menggunakan uji-t, uji-F, dan uji R^2 .

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel.3
Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1)

Item Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Nilai Sig	Keputusan
P1	0,677	0,1966	0,000	Valid
P2	0,748	0,1966	0,000	Valid
P3	0,807	0,1966	0,000	Valid
P4	0,800	0,1966	0,000	Valid
P5	0,731	0,1966	0,000	Valid

Sumber: hasil pengolahan data dari SPSS 26 (diolah), 2025

Tabel.4
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Item Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Nilai Sig	Keputusan
P1	0,715	0,1966	0,000	Valid
P2	0,675	0,1966	0,000	Valid
P3	0,826	0,1966	0,000	Valid
P4	0,723	0,1966	0,000	Valid
P5	0,678	0,1966	0,000	Valid
P6	0,725	0,1966	0,000	Valid
P7	0,661	0,1966	0,000	Valid
P8	0,741	0,1966	0,000	Valid
P9	0,541	0,1966	0,000	Valid
P10	0,706	0,1966	0,000	Valid
P11	0,638	0,1966	0,000	Valid
P12	0,684	0,1966	0,000	Valid
P13	0,782	0,1966	0,000	Valid
P14	0,771	0,1966	0,000	Valid
P15	0,717	0,1966	0,000	Valid
P16	0,795	0,1966	0,000	Valid
P17	0,769	0,1966	0,000	Valid
P18	0,736	0,1966	0,000	Valid
P19	0,799	0,1966	0,000	Valid
P20	0,814	0,1966	0,000	Valid
P21	0,735	0,1966	0,000	Valid
P22	0,763	0,1966	0,000	Valid
P23	0,788	0,1966	0,000	Valid
P24	0,730	0,1966	0,000	Valid

Sumber: hasil pengolahan data dari SPSS 26 (diolah), 2025

Tabel.5
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Item Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Nilai Sig	Keputusan
P1	0,828	0,1966	0,000	Valid
P2	0,765	0,1966	0,000	Valid
P3	0,756	0,1966	0,000	Valid
P4	0,811	0,1966	0,000	Valid
P5	0,840	0,1966	0,000	Valid
P6	0,857	0,1966	0,000	Valid
P7	0,774	0,1966	0,000	Valid

Sumber: hasil pengolahan data dari SPSS 26 (diolah), 2025

Berdasarkan tabel. 3, 4 dan 5 terlihat bahwa setiap elemen pernyataan keseluruhan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai sig $< 0,05$. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh elemen pernyataan yang digunakan pernyataan yang digunakan pada variabel (X1), (X2), dan (Y) dianggap valid.

Pengujian reliabilitas menilai konsistensi alat ukur dengan menentukan apakah alat tersebut memberikan hasil yang sama setelah digunakan atau diukur kembali. Suatu instrumen dianggap reliabel jika skor Cronbach's Alpha-nya melebihi 0,60.

Tabel.6
Hasil Uji reliabilitas

Variabel	Reliabilitas Coefficient	Cronbach's Alpha	Keputusan
Harga (X1)	5 item pernyataan	0,814	Reliabel
Kondisi Pelayanan (X2)	24 item pernyataan	0,958	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	7 item pernyataan	0,907	Reliabel

Hasil uji reliabilitas memperlihatkan bahwa nilai C.A untuk (X1), (X2), dan (Y) masing-masing adalah 0,814, 0,958, dan 0,907. Karena semua nilai ini melampaui batas minimum yang dapat diterima yaitu 0,60, maka dapat dipastikan bahwa item

yang terkait dengan variabel X1, X2, dan Y dianggap reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Normalitas dimaksudkan agar dapat menyaksikan normal atau tidaknya hasil residual.

Tabel 7
Hasil Uji Normalitas

Hasil Signifikansi	Alpha	Nilai Residual
0,075	0,05	Bedistribusi Normal

Sumber: hasil pengolahan data dari SPSS 26 (diolah), 2025

Tabel tertera memperlihatkan bahwa nilai signifikansi $> 0,05$, yaitu 0,075. menurut uji normalitas Kolmogorov-Smirnov yang dilakukan. Hal tersebut dapat memberi kesimpulan bahwa data dalam penelitian ini bedistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji ini dilakukan untuk menilai terdapatnya hubungan yang kuat di antara variabel independen. Korelasi tingkat tinggi di bagian variabel-variabel ini dapat mengganggu efek masing-masing variabel.

Tabel 8
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Harga	0,571	1,751
Kualitas Pelayanan	0,571	1,751

Sumber: hasil pengolahan data dari SPSS 26 (diolah), 2025

Tabel 8 menunjukkan bahwa seluruh nilai toleransi berada di atas 0,10 dan nilai VIF berada di bawah 10. Khususnya, variabel Harga (X1) memiliki nilai toleransi 0,571 dan VIF 1,751. Demikian pula, variabel Kualitas Layanan (X2) memiliki nilai toleransi dan VIF yang sama. Hal ini tidak menunjukkan adanya ciri-ciri multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menguji apakah varians residual berbeda antara observasi lainnya.

Tabel 9
Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a		T	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
1 (Constant)	4,13 [*]	0,280	4,704	0,000
Harga	-0,061	0,050	-0,154	0,232
Kualitas Pelayanan	-0,017	0,013	-0,176	0,173

Sumber: hasil pengolahan data dari SPSS 26 (diolah), 2025

Tabel tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel bebas memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Secara spesifik, variabel Harga (X1) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,232, sedangkan variabel Kualitas Layanan (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,173. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak menunjukkan heteroskedastisitas.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel.10
Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3,262	1,419		-2,299	0,024
Harga	0,383	0,081	0,278	4,700	0,000
Kualitas Pelayanan	0,237	0,020	0,690	11,659	0,000

Sumber: hasil pengolahan data dari IPSIS 26 (Juli-Ag), 2025

Berdasarkan tabel di atas pada bagian B *Unstandardized Coefficients* atau Beta *Standardized Coefficient* diketahui bahwa nilai koefisien regresi variabel Harga (X1) sebesar 0,383 dan nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,237. Dengan demikian diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = -3,262 + 0,383X_1 + 0,237X_2 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :

- a. Dalam analisis regresi ini, nilai konstanta adalah -3,262, yang menunjukkan bahwa ketika variabel independen ditetapkan ke nol, kepuasan pelanggan di Nanaland Bakedhouse adalah -3,262. Dougherty mencatat bahwa meskipun konstanta terkadang dapat memiliki interpretasi yang jelas, namun hal itu tidak selalu demikian; dengan demikian, konstanta negatif dapat diabaikan jika

model regresi mematuhi asumsi klasik.

- b. Koefisien (X1) sebesar 0,383 menunjukkan korelasi (+) antara Harga dan Kepuasan Konsumen. Kenaikan Harga sebesar 1 satuan dikaitkan dengan kenaikan Kepuasan Konsumen sebesar 0,383 satuan. Angka ini menunjukkan jika koefisien antara Harga dengan Kepuasan Pelanggan berada dalam tingkatan hubungan/pengaruh yang cukup tinggi.
- c. Koefisien (X2) sebesar 0,237 menunjukkan hubungan (+) antara Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan. Kenaikan Kualitas Layanan sebesar 1 satuan diperkirakan akan menyebabkan kenaikan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,237 satuan, yang menunjukkan dampak signifikan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

4. Uji Hipotesis

a. Uji parsial T

Tabel 11
Hasil Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3,362	1,419		-2,399	0,024
	Harga	8,181	0,081	0,719	4,700	0,000
	Kualitas Pelayanan	0,229	0,030	0,690	11,239	0,000

a. Sumber: Data Eksplorasi Yang Telah Didikah Tahun 2024

Diketahui nilai sampel (n) sebanyak 100 orang yang dijadikan responden dengan k adalah seluruh variabel yang digunakan (variabel bebas dan terikat). Dimana dalam uji parsial ini adalah sebanyak 2 variabel, sehingga $df = 100 - 2 = 98$. Rumus = $TINV(0,05;df)$ sehingga $TINV(0,05;98)$. Sehingga didapatkan nilai $t_{tabel} = 1,984$.

Berdasarkan Tabel.11 diperoleh kesimpulan bahwa nilai untuk T_{tabel} yang dibutuhkan adalah sebesar $\alpha = 5\%$ atau 0,05 dengan derajat kebebasannya (df) = $n - k$. Diketahui nilai sampel (n) adalah 100 orang yang dijadikan responden dimana k mewakili semua variabel yang digunakan (variabel bebas dan variabel terikat). Karena pada uji parsial ini terdapat dua variabel maka $df = 100 - 2 = 98$. Rumusnya = $TINV(0,05; df)$ sehingga $TINV(0,05; 98)$. Dengan demikian diperoleh nilai $t_{tabel} = 1,984$. Hasil yang didasari dari signifikansi uji-t diperoleh beberapa hal antara lain:

- 1) Pengaruh Harga (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan(Y)

Perolehan nilai t_{hitung} 4,700 dengan nilai sig 0,000. Hal ini memperlihatkan jika $t_{hitung} (4,700) > t_{tabel} (1,984)$ dan besaran sig 0,000 kecil 0,05, maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Dengan hal diatas dapat memberi kesimpulan bahwa harga mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

- 2) Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Diperoleh nilai t_{hitung} 11,659 dengan nilai sig 0,000. Hal ini disajikan dalam bentuk t_{hitung} (11.659) besar dari t_{tabel} (1,984) dan nilai dari sig 0,000 < 0,05, maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Dengan hal diatas ditarik kesimpulan bahwa X2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap puasnya Pelanggan

b. Uji F

Uji F memiliki kegunaan dalam penentuan berefek atau tidaknya secara kolektif bagi variable satu dan variable lainnya.

Tabel 12
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1663,045	2	831,523	201,164	0,000 ^a
Residual	400,955	97	4,134		
Total	2064,000	99			

a. Sumber: hasil pengelohan data dari SPSS 26 (dikolah, 2025)

Pada Tabel 12, nilai F_{tabel} untuk tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ (0,05)

ditentukan menggunakan derajat $(Df)_1 = (k - 1)$, k menunjukkan jumlah variabel. Dengan k ditetapkan pada 3, $Df_1 = 2$. $Df_2 = n - k$, dengan n sebagai jumlah sampel 100 - 3 = 97. Dengan menerapkan rumus FINV (0,05; df), sehingga FINV (0,05; 97) menghasilkan nilai Ftabel sebesar 3,09. Diketahui jika nilai F_{hitung} adalah sebesar 201,164. Hal ini menunjukkan jika F_{hitung} (201,164) > F_{tabel} (3,09) dan nilai sig 0,000 < 0,05, maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima di bawah 0,05, maka menolak H_{03} dan menerima H_{a3} . Ini memperlihatkan bahwa Harga dan Kualitas Layanan secara signifikan dan positif memengaruhi Kepuasan konsumen ketika dianalisis bersama.

c. Uji Koefisiensi Determinasi.

Siregar menjelaskan, koefisien determinasi menunjukkan seberapa efektif dan kuatnya model regresi dalam mempengaruhi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

Tabel 13
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,898 ^a	0,806	0,802	2,033

Sumber: hasil pengolahan data dari JPJS 20 (Juli), 2025

Tabel tersebut menerangkan bahwa nilai R square, atau koefisien determinasi, adalah 0,806. Ini berarti bahwa 80,6% variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

dijelaskan dan dipengaruhi oleh variabel Harga (X1) dan Kualitas Layanan (X2). Sisanya 19,4% disebabkan oleh faktor dan variabel lain yang tidak dipertimbangkan.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Uji T yang dilakukan memperoleh hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ (4.700 > 1,984) untuk tingkat signifikansinya 0,000 yaang lebih rendah 0,05. Artinya H_0 ditolak dan H_a diiterima, dengan itu mendukung hipotesisnya yang sejalan dengan temuan penelitian. Hasil penelitian dimana Nanaland Bakedhouse selalu berusaha untuk menjaga harga yang terjangkau dan baik. Maka dalam penelitiannya ini berarti adanya pengaruh kuat dan signifiikan pada kepuasan pelanggan. Indikator keterjangkauan harga, kesesuaian harga, produk yang memiliki kualitas, daya saing haga, dan kesesuaian harga dan manfaat. Ketika konsumen merasakan manfaat yang lebih besar pada titik harga tertentu, nilai produk atau layanan tersebut meningkat. Sebelum melakukan pembelian konsumen biasanya mempertimbangkan harga jual. Jika harganya tinggi namun tidak suai dengan manfaat yang dirasakan, puasnya konsumen menurun. Sebaliknya, sebagian kpnsumen mungkin merasa puas dengan

harga yang tinggi jika produk atau layanan memberikan manfaat yang sepadan dengan biaya tersebut. Jadi, semakin tinggi tingkat harga produk kue Nanaland Bakedhouse, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan, walaupun harga yang tinggi tapi sebanding dengan manfaat dan kualitas produk. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rahmat Al-Hidayat dan rekan-rekannya yakni "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Kue Keju AHK di Kabupaten Teluk Segara." Analisis menunjukkan bahwa faktor harga berdampak signifikan terhadap kepuasan konsumen di Toko Kue Keju AHK ketika diteliti secara independen. (Hidayat, 2024).

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengujian T menghasilkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($11,659 > 1,984$) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima dan hipotesis ini diterima sehingga mendukung hipotesis penelitian. Nanaland Bakedhouse berkomitmen untuk meningkatkan kualitas layanannya. Hasilnya memperlihatkan bahwa layanan yang berkualitas berdampak menyeluruh dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Elemen utama kualitas layanan yang secara positif memengaruhi kepuasan

pelanggan meliputi hal-hal yang nyata, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Singkatnya, kualitas layanan sangat penting untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen secara akurat; ketika layanan selaras dengan apa yang diantisipasi pelanggan, kepuasan tercapai. Oleh karena itu peningkatan kualitas layanan secara konsisten dapat memenuhi ekspektasi pelanggan dan kesesuaiannya memiliki dampak dalam peningkatan kepuasan pelanggan. Standar layanan yang lebih tinggi, yang meliputi staf yang sopan, layanan cepat, pemrosesan pesanan yang tepat dan tepat waktu, suasana yang rapi dan menarik, serta karyawan yang berpengetahuan luas, memainkan peran penting dalam kepuasan pelanggan di Nanaland Bakedhouse. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jonathan dkk. yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Marina Hash Manado pada Masa Pandemi Covid-19". Temuan mereka menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (Mentang dkk, 2021)

3. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan

Pada uji F dijumpai bahwa nilai F_{hitung} sebesar $201,164 > F_{tabel}$ berjumlah 3,09 dan tingkat signifikansi sebanyak $0,000 < 0,05$. Karena hal tersebut memperlihatkan bahwa harga, kualitas layanan secara bersamaan memengaruhi puasannya pelanggan. Dengan H_0 tidak diterima, demikian pula H_a .

Berdasarkan pada pengujian hipotesis memperoleh hasil yaitu pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa nilainya signifikan. Kemudian pada hasil koefisien determinasi (R^2) pada Toko Nanaland Bakedhouse diperoleh R square sebesar 0,806. Akhirnya penelitian ini menampakkan sumbangan 80,6 % dari faktor tidak terkait pada harga dan layanan sedangkan 9,4% lainnya disebabkan oleh indikator lain. Penelitian lain juga memiliki hal sejalan seperti penelitian Tina Prywastiani yang memperlihatkan bahwa adanya dampak yang baik dalam kombinasi harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Bakso Batu Retno Mangunjaya.

Nilai F yang dihitung adalah 201,164, melebihi nilai F tabel bernilai 3,09, dan tingkat signifikansinya ialah 0,000, jauh dibawah 0.05. akibatnya hipo Nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternative (H_a)

ditolak. Hasil pengujian hipotesis menegaskan bahwa harga dan kualitas layanan memiliki dampak yang substansial terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, koefisien determinasi (R^2) untuk Toko Nanaland Bakedhouse menunjukkan sebesar 0,806. variabel independen, yang terdiri dari harga dan kualitas layanan, menyumbang 80,6% kepuasan pelanggan. Tersisa 19,4% dapat dipengaruhi oleh hal lain.

4. Analisis Harga, Pelayanan, dan Kepuasan pelanggan dalam perspektif Islam

Dari sudut pandang Islam, harga dan kualitas layanan harus mematuhi prinsip-prinsip Ekonomi Islam. Harga yang ditetapkan Nanaland Bakedhouse sejalan dengan prinsip-prinsip ini, seperti harga yang tetap terjangkau mencerminkan prinsip ridha, harga yang sesuai dengan kualitas produk dan manfaat karena harga yang terjangkau mencerminkan prinsip keadilan, dan informasi terkait produk dan harga diungkapkan secara jelas dan tidak ada ditutup-tutupi mencerminkan prinsip keterbukaan/kejujuran, sehingga memenuhi prinsip ridha, keterbukaan, dan adil.

Kualitas pelayanan di Nanaland Bakedhouse ada yang sudah sesuai dengan

nilai dan prinsip Islam, namun ada juga yang belum sepenuhnya memenuhi nilai dan prinsip tersebut. Dilihat dari Indikator *tangible, realibility, empathy, assurance* pelayanan yang diberikan sudah memenuhi nilai dan prinsip Islam. Sedangkan pada indikator *responsiveness*, terdapat beberapa aspek yang sudah terpenuhi, seperti karyawan memberikan informasi yang diperlukan pelanggan dengan cepat, selalu siap membantu kapanpun pelanggan membutuhkan, dan memberikan respon yang baik terhadap pelanggan. Bagian yang belum memenuhi nilai dan prinsip Islam seperti karyawan Nanaland Bakedhouse terkadang lambat dalam merespon permintaan dan keluhan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pada indikator *responsiveness*, pelayanan belum sepenuhnya mencerminkan sikap profesional dan prinsip tolong menolong sehingga perlu ditingkatkan lagi.

Selanjutnya yaitu kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan merasakan apa yang didapatkannya itu cocok dengan yang diinginkan, maka pembeli tersebut akan membeli kembali dan juga akan merekomendasikan ke orang lain. Pelanggan yang pernah membeli produk di Nanaland Bakedhouse, rata rata merasa baik atau setuju dengan apa yang

diharapkannya. Bagi pelanggan yang merasa demikian, mereka akan memiliki minat untuk datang kembali dan juga kesediannya untuk menyarankan ke orang lain. Namun ada sebagian pelanggan dalam hal minat berkunjung kembali, Nanaland Bakedhouse bukan sebagai pilihan utama. Meskipun demikian, pelanggan tersebut tetap menunjukkan keinginan untuk datang kembali dan mencoba produk selain yang pernah ia beli. Ketertarikan pelanggan terhadap variasi produk pada Nanaland Bakedhouse masih cukup tinggi dan menjadi peluang bagi Nanaland Bakedhouse.

KESIMPULAN

Setelah melakukan serangkaian pada uji statistik dan menganalisis hasil yang diperoleh, Peneliti menyimpulkan bahwa faktor harga memiliki pengaruh yang positif dan relevan terhadap kepuasan pelanggan di Nanaland Bakedhouse Kab.Kuantan Tengah, Riau. Dengan pernyataan diatas diyakini bahwa ketika harga tinggi, maka akan terjadi peningkatan pada puasnya pelanggan. Meskipun harga roti panggang lebih mahal, pelanggan tetap yakin bahwa kualitas dan manfaat yang mereka terima sepadan dengan biaya yang dikeluarkan. Lebih jauh, kualitas layanan juga memiliki pengaruh yang sama yaitu

positif dan relevan pada puasnya pelanggan di Nanaland Bakedhouse. Peningkatan kualitas layanan yang tinggi akan memberikan dampak pada tingginya kepuasan pelanggan seperti karyawan yang ramah, pelayanan yang cepat, pesanan yang diselesaikan dengan tepat waktu tanpa ada kesalahan, fasilitas yang rapi dan nyaman, pengetahuan tentang produk yang memadai yang diberikan oleh karyawan semuanya berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dalam membeli produk di Nanaland Bakedhouse. Indikator V. X1 dan X2 memberikan dampak positif dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan di Nanaland Bakedhouse di Kabupaten Kuantan Tengah, Riau. Hal ini menunjukkan bahwa jika harga produk tinggi tetapi sejalan dengan kualitas dan manfaat yang dirasakan pelanggan, disertai dengan kualitas layanan yang tinggi, maka kepuasan pelanggan di Nanaland Bakedhouse akan mengalami kenaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Rifa'i, Khamdan. 2023. *Kepuasan Konsumen*. Jember: UIN Khas Press
- Meithiana, Indrasari. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press
- Harjadi, Dikdik and Lili Karmela Fitriani. 2024. *Marketing (Teori Dan Konsep)*. Cirebon: PT Arr Rad Pratama
- Mu'ah and Masram. 2014. *Loyalitas Pelanggan Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan Dan Biaya Peralihan*. Siduarjo: Zifatama Publisher
- Bawana, Tate Agape et al. 2023. *Pemasaran Syariah*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia
- Hidayat, Rahmat Al, Ovita Charolina, and Widra Afriani. "Pengaruh Kualitas Produk Harga Lokasi Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Kue AHK Keju Di Kecamatan Teluk Segara."
- Kuku, Rapsan, Supandi Rahman, and Andi Mardiana. "Peran Pelayanan Dalam Peningkatn Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Joglo Ijo Kota Gorontalo."
- Mentang, Jonathan Reitty Samadi. "Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Marina Hash In Manado Di Masa Pandemi Covid-19 The Influence Satisfaction At Marina Hash In Manado Restaurant The Covid-19 Pandemic Jurnal Emba Vol . 9 No . 4 Oktobe."
- Najiyah, Faridatun, Ulfatul Khasanah, and Fitria Asas. "Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan

Terhadap Kepuasan Konsumen
Bakso Baturetno.”

Nur Hasimah & Andis Febrian. Analisis
Pengaruh Kepercayaan dan
Pelayanan Terhadap Minat Usaha
Mikro, Kecil, dan Menengah
(UMKM) Mengajukan Pembiayaan
di Bank Syariah. *Journal of
Economics and Business*

Management. Vol.3 No.2 (2024).

Restuningtika, Aprista, Muryati Muryati,
and Survival Survival, “Analisis
Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan
Citra Merk Terhadap Loyalitas
Konsumen Dengan Kepuasan
Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi
(Studi Pada Toko Roti Papa Cookies
Seluruh Area Jawa Timur)