

## **Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Pupuk Subsidi Dan Non Subsidi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ud. Loli Jaya Tani Di Desa Titi Payung Pada Kota Indrapura**

**Muhammad Erlang Fadylah<sup>1</sup>, Sri Rezeki<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

### **Abstrak:**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana kepuasan pelanggan pada UD. Loli Jaya Tani dipengaruhi oleh faktor harga serta mutu produk pupuk, baik yang bersubsidi maupun non-subsidi. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling yang dihitung menggunakan rumus Slovin. Sampel penelitian terdiri dari 69 responden yang merupakan pelanggan yang telah melakukan transaksi pembelian pupuk di UD. Loli Jaya Tani. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25 untuk memperoleh hasil yang akurat. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk masing-masing memiliki pengaruh positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Lebih lanjut, secara simultan kedua variabel tersebut harga dan kualitas produk memberikan dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, menandakan bahwa kombinasi keduanya memegang peranan penting dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang memuaskan bagi konsumen.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen.

Copyright (c) 2025 Muhammad Erlang Fadylah

---

✉Corresponding author :

Email Address : [erlangfadylah0212@gmail.com](mailto:erlangfadylah0212@gmail.com)

## **PENDAHULUAN**

Sawah memegang peranan paling dominan di antara seluruh jenis lahan pertanian di Indonesia, melampaui luas ladang yang mencapai sekitar 1,20 juta hektar, lahan tadah hujan sebesar 2,10 juta hektar, serta lahan pasang surut. Dengan luas mencapai 5,10 juta hektar, sawah menyumbang lebih dari 90% terhadap total produksi beras nasional. Secara keseluruhan, luas lahan yang dimanfaatkan untuk budidaya padi di Indonesia diperkirakan berkisar antara 11 hingga 12 juta hektar, mencerminkan pentingnya sektor pertanian, khususnya tanaman padi, dalam menjamin ketahanan pangan nasional. Penduduk Indonesia mengonsumsi padi sebagai tanaman pokok dan bahan makanan yang menghasilkan beras. UD. Loli Jaya Tani menjual dan menyediakan berbagai jenis benih tanaman pertanian, terutama obat tanaman dan tanaman hortikultura. Selain menyediakan berbagai jenis pestisida, toko pertanian ini juga menawarkan beragam pilihan pupuk, baik yang bersifat kimia maupun organik. Keberadaan toko semacam ini sangat membantu

petani dalam memenuhi kebutuhan pertanian mereka secara lebih efisien dan terjangkau. Mulai dari tahap awal seperti pengolahan lahan, proses penanaman, pemeliharaan tanaman, hingga kegiatan pascapanen, semua keperluan dapat diperoleh dengan lebih mudah melalui layanan dan produk yang disediakan. Dengan demikian, toko pertanian ini berperan penting dalam mendukung kelancaran dan produktivitas aktivitas pertanian masyarakat sekitar.

Di Unit Dagang (UD) Loli Jaya Tani, promosi disampaikan langsung oleh pemilik usaha kepada pelanggan atau melalui kegiatan penyuluhan kepada Kelompok Tani di Desa Titi Payung. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk membangun ketertarikan serta memengaruhi keputusan pembelian petani terhadap pupuk non-subsidi. Dari sisi harga, pupuk non-subsidi memiliki nilai jual yang jauh lebih tinggi dibandingkan pupuk bersubsidi. Berdasarkan data dari UD Loli Jaya Tani, harga pupuk non-subsidi tercatat sekitar dua kali lipat lebih mahal dibandingkan pupuk bersubsidi.. Dan selain harga yang menjadi masalah, kualitas pupuk jadi bahan pertimbangan yang membuat kepuasan konsumen (petani) yang merasa tidak puas. Dan mengenai penjualan pupuk subsidi dan non-subsidi di UD. Loli Jaya Tani, UD. Tani Makmur, dan UD. Keluarga Tani menunjukkan bahwa harga menjadi faktor utama yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Pupuk subsidi dinilai lebih terjangkau oleh petani, tetapi ketersediaannya terbatas dan sering kali harus memenuhi persyaratan tertentu, seperti kartu tani. Sebaliknya, pupuk non-subsidi lebih mudah diperoleh meskipun harganya lebih tinggi. Penjualan UD. Loli Jaya Tani dan UD. Tani Makmur cenderung hampirimbang karena ketersediaan pupuk subsidi yang tersedia lebih baik dibandingkan di UD. Keluarga Tani, di mana beberapa responden mengeluhkan harga pupuk non-subsidi yang lebih mahal dibandingkan kios lain. Secara keseluruhan, mayoritas petani lebih memilih pupuk subsidi jika tersedia, tetapi tetap mempertimbangkan pupuk non-subsidi sebagai alternatif saat stok subsidi terbatas serta mempertimbangkan kualitas yang diberika pupuk non subsidi. UD. Loli Jaya Tani menjadi kios unggul namun dengan pupuk yang tersedia pun masih terdapat kekurangan. Merujuk pada pemaparan permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis berinisiatif untuk melaksanakan sebuah penelitian yang berfokus pada analisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen. Adapun judul yang diangkat dalam penelitian ini adalah "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada UD. Loli Jaya Tani di Kelurahan Titi Payung, Kota Indrapura."

### **Kepuasan Konsumen**

Kotler dan Keller dalam Ermida, Ghalib, dan Wahyuni (2021) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai kondisi emosional yang terdiri dari kegembiraan atau kekecewaan, yang muncul sebagai hasil perbandingan antara pandangan pelanggan tentang kinerja produk dan jasa dengan harapan mereka. Menurut Tanjung dan Hidayah (2020), kepuasan pelanggan merupakan kondisi psikologis yang timbul ketika pelanggan membandingkan harapannya terhadap kualitas layanan dan produk dengan pengalaman nyata yang diperolehnya, baik sesuai maupun tidak sesuai dengan persepsi awalnya.

Menurut Tjiptono (2014:368–369), pengukuran kepuasan konsumen didasarkan pada enam konsep utama yang menjadi landasan dalam menilai tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk maupun layanan yang diberikan oleh perusahaan:

- 1) Kepuasan pelanggan keseluruhan (*overall customer satisfaction*)
- 2) Dimensi kepuasan pelanggan
- 3) Konfirmasi harapan (*confirmation of expectations*)
- 4) Niat beli ulang (*repurchase intention*)
- 5) Kesiediaan untuk merekomendasi (*willingness to recommend*), dan
- 6) Ketidakpuasan pelanggan (*customer dissatisfaction*)

### **Kualitas Produk**

Tjiptono (2015:105) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan tingkat mutu yang diinginkan serta upaya pengendalian variasi dalam proses pencapaian mutu tersebut, guna memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam konteks pemasaran, penilaian kualitas harus dilihat dari perspektif dan persepsi konsumen, karena tanggapan mereka berfungsi sebagai standar utama untuk menilai kualitas produk. Kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya secara optimal dapat didefinisikan sebagai kualitas produk, menurut Kotler dan Keller (2016:37).

Indikator kualitas produk, menurut Lupiyoadi (2015:177), adalah:

- 1) Kinerja
- 2) Keandalan (*reliability*)
- 3) Fitur
- 4) Daya tahan (*durability*), dan
- 5) Kesesuaian,

### **Harga**

Menurut Rivai (2019), Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan pembeli untuk memperoleh atau memanfaatkan suatu barang atau jasa guna memperoleh manfaat tertentu. "Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan produk", kata Kotler dan Armstrong (2018:197). Harga dapat dijadikan alat strategis oleh penjual untuk membedakan produk mereka dari pesaing di pasar. Penetapan harga menjadi salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran yang mampu memberikan keunggulan kompetitif.

Berikut ini adalah indikator harga Kotler dan Armstrong (2018:317):

- 1) Keterjangkauan harga
- 2) Daya saing harga
- 3) Kesesuaian harga

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dan asosiatif. Menurut Sugiyono (2017:37), pendekatan asosiatif bertujuan untuk mengkaji hubungan antara dua atau lebih variabel dalam suatu perumusan masalah. Sementara itu, statistik deskriptif, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2017:147), digunakan untuk mengolah dan

menyajikan data yang telah dikumpulkan tanpa bermaksud melakukan generalisasi luas. Selain itu, pendekatan kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada paradigma positivistik, yang menekankan pengukuran objektif terhadap suatu populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2017:8). Populasi Fokus penelitian adalah semua konsumen yang menerima panduan RDKK (Rencana Definitif Kebutuhan Kelompok), yang digunakan untuk mengunjungi kios sebanyak 220 pelanggan pada tahun 2023. Pendekatan penelitian ini mengandalkan pengumpulan data melalui instrumen kuesioner, yang kemudian dianalisis secara kuantitatif menggunakan teknik statistik guna menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Fokus utama penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan memastikan adanya hubungan antara variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui metode angket, dan seluruh data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25 untuk Windows guna memperoleh hasil yang akurat dan relevan (Machali, 2015).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Kolmogorov-Smirnov

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N	69	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,84706723
Most Extreme Differences	Absolute	,093
	Positive	,093
	Negative	-,065
Test Statistic	,093	
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 <sup>c,d</sup>	
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Data Olahan Output SPSS v 25

Mengacu pada Tabel 1, diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, yang melebihi batas signifikansi 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

### Uji Regresi Linier Sederhana

Tabel 2 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	1,760	4,308		,408	,684
	Kualitas Produk	,781	,047	,911	16,513	,000
	Harga	,310	,139	,124	2,239	,029
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						

Sumber : Data Olahan Output SPSS v.25

Berdasarkan hasil penelitian, koefisien regresi menunjukkan bahwa Harga (X2) memiliki nilai sebesar 0,310 dan Kualitas Produk (X1) memiliki nilai sebesar 0,781. Mengingat nilai koefisien Kualitas Produk lebih besar daripada Harga, maka dapat dikatakan bahwa Kualitas Produk lebih berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) daripada Harga.

### Hasil Uji Parsial (Uji T)

Tabel 3 Hasil Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,760	4,308		,408	,684
	Kualitas Produk	,781	,047	,911	16,513	,000
	Harga	,310	,139	,124	2,239	,029
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						

Sumber : Data Olahan Output SPSS v.25

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas, adapun hasil yang diperoleh yaitu sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil uji parsial, variabel Kualitas Produk (X1) memperoleh nilai t-hitung sebesar 16,513, sedangkan t-tabel sebesar 1,996. Karena t-hitung lebih besar dari t-tabel ( $16,513 > 1,996$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Dengan demikian, hipotesis alternatif (H1) diterima.
- 2) Variabel Harga (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 2,239, lebih tinggi dari t tabel sebesar 1,996 ( $2,239 > 1,996$ ), berdasarkan hasil uji parsial. Tingkat signifikansinya adalah 0,029, lebih kecil dari 0,05. Hipotesis kedua (H2) dapat diterima karena menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

### Hasil Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	960,442	2	480,221	136,619	,000 <sup>b</sup>
	Residual	231,993	66	3,515		

Total	1192,435	68			
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen					
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk					

Sumber : Data Olahan Output SPSS v.25

Tabel 4 menunjukkan bahwa angka signifikansi variabel Kualitas Produk dan Harga adalah 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), terutama pada kolom signifikansi tabel ANOVA. Selanjutnya,  $F_{\text{tabel}}$  (3,135) lebih kecil dari  $F_{\text{hitung}}$  (136,619). Dengan demikian, dapat dikatakan hipotesis ketiga (H3) benar. Hal ini menunjukkan bahwa pada UD. Loli Jaya Tani, kepuasan pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas produk dan harga.

### Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tabel 5 Hasil Uji Determinasi (R-Square)

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,897 <sup>a</sup>	,805	,800	1,875
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk				
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen				

Sumber : Data Olahan Output SPSS v.25

Berdasarkan nilai *R Square* sebesar 0,805, dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) memiliki korelasi yang kuat dengan variabel Kepuasan Konsumen (Y), yakni sebesar 80,5%.

### Pembahasan

1) **H<sub>1</sub> : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen**

Nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 dan nilai  $t_{\text{hitung}}$  (16,513) yang lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$  (1,996) menunjukkan adanya korelasi positif dan signifikan antara variabel Kualitas Produk (X1) dan Kepuasan Pelanggan (Y) berdasarkan hasil uji hipotesis. Dengan demikian, hipotesis H1 diterima.

2) **H<sub>2</sub> : Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil uji hipotesis, variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan UD. Loli Jaya Tani. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,029 yang lebih kecil dari 0,05 dan nilai  $t_{\text{hitung}}$  sebesar 2,239 yang lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,996. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) diterima, yang berarti bahwa perubahan harga secara nyata memengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

3) **H<sub>3</sub> : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen**

Variabel kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh secara simultan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di UD. Tani Loli Jaya. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), serta nilai

$F_{hitung}$  sebesar 136,619 yang lebih besar dari  $F_{tabel}$  3,135. Sementara itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,800 menunjukkan bahwa sebesar 80% variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas produk dan harga, sedangkan sisanya sebesar 20% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Oleh karena itu, hipotesis ketiga (H3) dinyatakan diterima.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul pengaruh kualitas produk dan harga pupuk subsidi dan non-subsidi terhadap kepuasan konsumen pada UD. Loli Jaya Tani di Desa Titi Payung Kota Tebing Tinggi, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel Kualitas Produk (X1) menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap tingkat Kepuasan Konsumen (Y) pada UD. Loli Jaya Tani, yang berarti semakin baik kualitas produk yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.
2. Faktor Harga (X2) juga memberikan kontribusi positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di UD. Loli Jaya Tani, artinya penetapan harga yang sesuai dan terjangkau mampu meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap produk yang dibeli.
3. Secara bersama-sama, Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terbukti berpengaruh positif secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), yang menunjukkan bahwa kombinasi keduanya memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman belanja yang memuaskan bagi pelanggan UD. Loli Jaya Tani

## Referensi :

- Amstrong., P. K. dan G. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Erlangga.
- Ardian, A. (2019). *Metode Statistik untuk Penelitian: Uji Normalitas dan Regresi*.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). *Hasil Sensus Penduduk 2023: Kabupaten Batu Bara*.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara. (2018). *Statistik Luas Panen Padi Sawah di Sumatera Utara 2014*.
- BPS Sumatera Utara. (2014). *Produk Domestik Regional Bruto Sumatera Utara berdasarkan Lapangan Usaha 2014*.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap dengan teknik Pengolahan Data SPSS*.
- Chandra, F. T. dan G. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Andi.
- Dinas Pertanian Kabupaten Batu Bara. (2019). *Luas Panen, Produktivitas, dan Produksi Padi Menurut Kecamatan Tahun 2019*. Dinas Pertanian Kabupaten Batu Bara.
- Efendi, M. J., & Widyastuti, D. iriandha. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Usaha Cuci Mobil “Salem” Desa Sumokembangri Kecamatan Balongbendi Kabupaten Sidoarjo). *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(3), 447–457. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i3.103>
- Eksandy, A., & Hakim, L. (2017). Analisis skewness dan kurtosis untuk menguji normalitas data. *Jurnal Statistika Indonesia*, 15(2), 45–60.

- Ermida, N. E., Ghalib, S., & Wahyuni, N. (2021). Pengaruh Diskon dan Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Pelanggan pada Aplikasi Tix ID di Kota Banjarmasin. *Smart Business Journal*, 1(1), 41–47.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 25.
- Irawan, H. (2017). *Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan (Ketiga)*.
- Juwanto. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Rahayu Demak*.
- Khairinal, I. (2016). *Metode Penelitian: Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Principles of Marketing (15th ed.)*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management (15th ed.)*.
- Kotler, Philip, dan Armstrong, G. (2008). *Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi Kedua Belas. Jilid 1. Alih bahasa Bob Sarban*. Erlangga.
- Kotler, P. and G. A. (2004). *Principle of Marketing : 10thnEdition*.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. PT. Indeks.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Salemba Empat.
- Lupiyoadi. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 3. Salemba Empat*.
- Notoatmodjo, S. (2010). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nurmin Arianto, S. A. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(2, Juli 2020).
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. LaksBang PRESSindo.
- Priharto. (2020). *Manajemen Kepuasan Pelanggan: Teori dan Aplikasi*. Penerbit Andi.
- Rahman, A., & K. (2022). *Strategi Pemasaran Modern: Konsep dan Aplikasi*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ramdhani, D., D. (2020). *Manajemen Pemasaran: Konsep dan Implementasi*. Rajawali Pers.
- Randi. (2018). *Teori Penelitian Terdahulu*. Erlangga.
- Rinaldi, A., & Gustina, E. (2022). *Validitas dan reliabilitas instrumen penelitian pendidikan*.
- Rivai., R. A. (2019). *Manajemen*. Penerbit Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Saleh, M., & Utomo, S. (2018). *Analisis regresi linear berganda dalam penelitian*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kuantitatif R & D. cetakan ke 1*. CV. Alfabeta.
- Sunyoto., D. (2012). *Dasar-dasar manajemen pemasaran. Cetakan Pertama*.
- Tani, U. L. J. (2023). *Data Penjualan dari Tahun 2019-2023*. UD. Loli Jaya Tani.
- Tanjung, A. A., & Hidayah, T. (2020). *Upaya Meningkatkan Kepuasan Mahasiswa Melalui Kualitas Pelayanan Administrasi Dan Price Discount*.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Stategi Pemasaran*. Andi.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. dan A. D. (2019). *Kepuasan Pelanggan Konsep, Pengukuran, Dan Strategi*. Andi.
- Tussakdiah, N. H. (2021). Kualitas Pelayanan dan Potongan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Giant Extra Alaya Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(2), 250–259.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*.
- Utara, B. P. S. S. (2014). *Produk Domestik Regional Bruto Sumatera Utara berdasarkan Lapangan Usaha 2014*.



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>