

## PENGARUH PENETAPAN HARGA DAN KERAGAMAN MENU TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KATERING MAUNA MAKAN SANGATTA

**Meita Sondang Riski**

**Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nusantara Sangatta**

**Email : [meitasondang@yahoo.com](mailto:meitasondang@yahoo.com)**

**Luthfi Johar Reanti Putri**

**Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nusantara Sangatta**

**Email : [lutfijohar2@gmail.com](mailto:lutfijohar2@gmail.com)**

DOI 10.35915/cj.v10i1.1042

*Received : Mei 2, 2024. Revised: 30 Mei 2024, Accepted April 19, 2024*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penetapan harga dan keragaman menu terhadap kepuasan konsumen pada Katering Mauna Makan Sangatta. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner terhadap 110 responden yang telah menjadi pelanggan katering selama minimal 6 bulan. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel penetapan harga ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai koefisien 0,380 dan nilai signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ). Sedangkan variabel keragaman menu ( $X_2$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai koefisien 0,038 dan nilai signifikansi 0,447 ( $> 0,05$ ). Secara simultan, kedua variabel bebas memberikan pengaruh sebesar 30,6% terhadap kepuasan konsumen, sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa penetapan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen diterima, sedangkan hipotesis kedua yang menyatakan bahwa keragaman menu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ditolak. Namun, secara simultan, hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa penetapan harga dan keragaman menu secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen diterima.

**Kata kunci: penetapan harga, keragaman menu, kepuasan konsumen**

### **Abstract**

*This study aims to determine the effect of pricing and menu diversity on customer satisfaction at Mauna Makan Catering in Sangatta. The study used a quantitative*

*approach with a survey method using a questionnaire with 110 respondents who had been catering customers for at least six months. The analysis technique used was multiple linear regression with SPSS version 25.*

*The results showed that the pricing variable ( $X_1$ ) had a positive and significant effect on customer satisfaction, with a coefficient of 0.380 and a significance level of 0.000 ( $<0.05$ ). Meanwhile, the menu diversity variable ( $X_2$ ) had no significant effect on customer satisfaction, with a coefficient of 0.038 and a significance level of 0.447 ( $>0.05$ ). Simultaneously, the two independent variables contributed 30.6% to customer satisfaction, with the remainder influenced by factors outside the research model. Therefore, the first hypothesis, stating that pricing influences customer satisfaction, is accepted, while the second hypothesis, stating that menu diversity influences customer satisfaction, is rejected. However, simultaneously, the third hypothesis, which states that pricing and menu diversity jointly influence customer satisfaction, is accepted.*

**Keywords: pricing, menu diversity, customer satisfaction**

## PENDAHULUAN

Penetapan harga dan keragaman menu dianggap sebagai faktor utama yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen pada Katering Mauna Makan Sangatta. Kepuasan konsumen dalam konteks usaha jasa seperti katering memegang peranan yang sangat penting karena secara langsung berkaitan dengan perilaku konsumen setelah menerima layanan. Konsumen yang merasa puas cenderung akan melakukan pembelian ulang (*repeat order*), menjadi pelanggan tetap, memberikan testimoni positif, serta merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain.

Namun, dalam pelaksanaannya, masih terdapat beberapa kendala, salah satunya adalah pada aspek penetapan harga jual. Penetapan harga jual menjadi kendala utama

karena ditetapkan tanpa dasar perhitungan biaya yang rinci dan rasional. Pada awal operasional, Katering Mauna Makan Sangatta menetapkan harga jual hanya berdasarkan asumsi harga pasar atau menyesuaikan dengan pesaing, tanpa memperhitungkan komponen biaya secara menyeluruh, seperti biaya bahan baku, tenaga kerja, kemasan, transportasi, dan margin keuntungan. Akibatnya, harga jual yang ditetapkan tidak mampu menutupi seluruh biaya produksi dan operasional, sehingga menimbulkan risiko kerugian atau defisit arus kas.

Sementara itu, dari sisi keragaman menu, konsumen cenderung cepat merasa bosan apabila sajian yang ditawarkan bersifat monoton dan tidak mengalami inovasi. Karena keragaman menu ini mencakup

berbagai aspek seperti jenis masakan (tradisional, modern, internasional), rasa (manis, gurih, pedas), bentuk penyajian, kandungan gizi. Usaha catering, keragaman menu berarti kemampuan penyedia jasa untuk menawarkan pilihan menu yang berbeda dan menarik sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen, baik untuk konsumsi harian maupun acara khusus. Minimnya variasi dalam pilihan menu dapat membuat konsumen merasa kurang puas, karena tidak ada pengalaman baru dalam setiap pemesanan.

Dari kedua permasalahan tersebut, dapat disimpulkan bahwa penetapan harga yang kurang akurat dan keterbatasan dalam keragaman menu menjadi hambatan utama dalam menjaga kepuasan konsumen. Padahal, dalam industri jasa seperti catering, kepuasan konsumen merupakan indikator utama keberhasilan layanan. Sebaliknya, ketidakpuasan terhadap harga yang tidak sebanding dengan kualitas atau pilihan menu yang terbatas dapat menyebabkan penurunan kepuasan pelanggan.

Melihat pentingnya kedua variabel tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara lebih dalam bagaimana pengaruh harga dan keragaman menu terhadap kepuasan konsumen pada Catering Mauna Makan Sangatta. Diharapkan hasil penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran tentang perilaku konsumen, tetapi juga

menjadi landasan strategis bagi pihak manajemen dalam melakukan perbaikan dan inovasi ke depan. Dengan demikian, usaha dapat terus tumbuh secara berkelanjutan dan mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis dapat menarik rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah penetapan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen catering Mauna Makan Sangatta ?
2. Apakah keragaman menu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen catering Mauna Makan Sangatta ?
3. Apakah penetapan harga dan keragaman menu bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen catering Mauna Makan Sangatta?

Sedangkan tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh penetapan harga terhadap kepuasan konsumen catering Mauna Makan Sangatta.
2. Menganalisis pengaruh keragaman menu terhadap kepuasan konsumen catering Mauna Makan Sangatta.
3. Menganalisis pengaruh penetapan harga dan keragaman menu bersama-sama terhadap kepuasan konsumen catering Mauna Makan Sangatta.

Manfaat penulisan ini adalah mengetahui pengaruh penetapan harga dan keragaman menu katering Mauna Makan Sangatta. Secara rinci manfaat dibagi dua, yaitu :

1. Manfaat Praktis

Bagi katering Mauna Makan Sangatta diharapkan dapat memberikan masukan tentang penetapan harga dan keragaman menu serta kepuasan konsumen selama ini. Sehingga diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai perencanaan dan strategi pemasaran kedepannya.

2. Manfaat Akademis

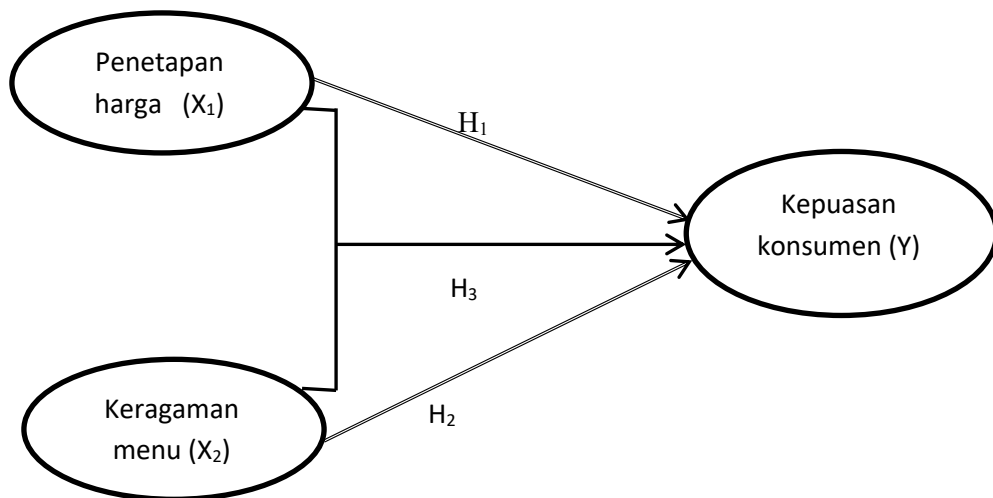
Dapat menjadi bahan acuan.

atau referensi yang bermanfaat dan juga sebagai tambahan informasi bagi mahasiswa mengenai bisnis kuliner dan katering di Sangatta.

### METODE PENELITIAN

Berdasarkan teori-teori, penelitian ini akan menguji pengaruh variabel independen yaitu Penetapan Harga ( $X_1$ ), Keragaman Menu ( $X_2$ ), terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen ( $Y$ ), maka dapat disusun kerangka penelitian sebagai berikut :

**Gambar 1.**  
**Kerangka Pikir**



Sumber : peneliti (2025)

Apabila populasi tidak diketahui, Hair dkk (2010:460)

merekomendasikan jumlah sampel minimal adalah 5 kali dan maksimal

10 kali dari jumlah pernyataan yang terdapat pada kuesioner. Dalam penelitian ini total pernyataan adalah 11 pernyataan, sehingga minimal ukuran sampel penelitian ini adalah  $11 \times 10 = 110$ . Jadi jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 110 responden.

Untuk teknik sampling, peneliti menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner.

Peneliti menggunakan analisis data dan uji hipotesis :

1. Uji instrumen terdiri uji validitas dan reliabilitas

2. Uji asumsi klasik
3. Analisis Regresi Linier Berganda
4. Uji Determinasi
5. Uji hipotesis terdiri uji t dan uji F

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dan kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2017:45). Jika pada tingkat signifikan 5% nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid.

**Tabel 1. Hasil Uji Validasi**

<i>Variabel</i>	<b>Item</b>	<b>r Hitung</b>	<b>r Tabel</b>	<b>Keterangan</b>
Penetapan Harga ( $X_1$ )	X <sub>1.1</sub>	0.799	0.185	Valid
	X <sub>1.2</sub>	0.896	0.185	Valid
	X <sub>1.3</sub>	0.782	0.185	Valid
	X <sub>1.4</sub>	0.785	0.185	Valid
Keragaman Menu ( $X_2$ )	X <sub>2.1</sub>	0.828	0.185	Valid
	X <sub>2.2</sub>	0.861	0.185	Valid
	X <sub>2.3</sub>	0.793	0.185	Valid
	X <sub>2.4</sub>	0.707	0.185	Valid
Kepuasan Konsumen ( $Y$ )	Y <sub>1.1</sub>	0.593	0.185	Valid
	Y <sub>1.2</sub>	0.792	0.185	Valid
	Y <sub>1.3</sub>	0.829	0.185	Valid

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2025

Dari tabel 1. dapat dilihat bahwa nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan tingkat signifikan 5% didapat 0.185, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Penetapan Harga ( $X_1$ ), Keragaman Menu ( $X_2$ ) dan Kepuasan Konsomen ( $Y$ ) adalah valid.

### Uji Reliabilitas

Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) lebih dari 0,60. Adapun hasil pengujian realibilitas dengan menggunakan SPSS, dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reliability	Alpha	Keterangan
Penetapan Harga ( $X_1$ )	4	0.827	Reliabel
Keragaman Menu ( $X_2$ )	4	0.806	Reliabel
Kepuasan Konsumen ( $Y$ )	3	0.676	Reliabel

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2025

Dari tabel 2. masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ )  $>$  0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Penetapan Harga ( $X_1$ ), Keragaman Menu ( $X_2$ ), dan Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) dapat dikatakan reliabel.

### Hasil Uji Asumsi Klasik

#### Hasil Uji Normalitas

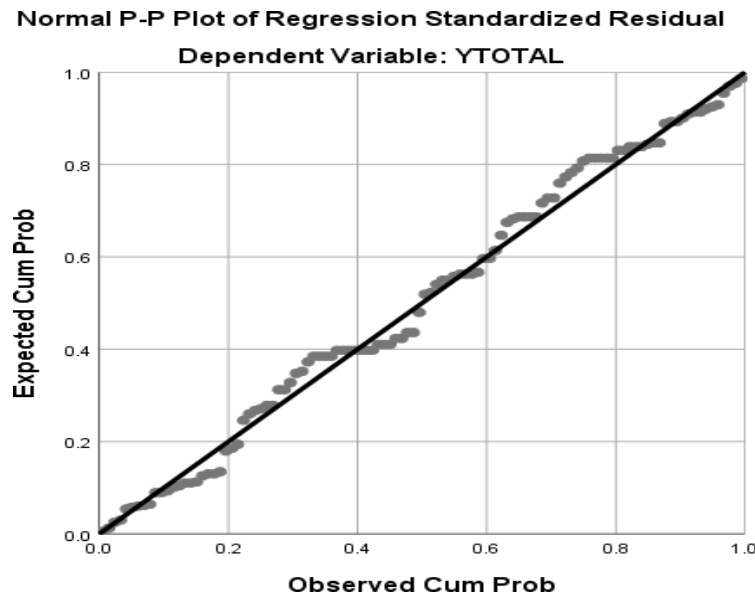
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Salah satu pendekatan yang dilakukan untuk uji normalitas adalah menggunakan uji normal probability plot (P-P Plot). Adapun kriteria dalam uji normal

probability plot sebagai berikut:

- a) Jika titik-titik atau data berada di dekat atau mengikuti garis diagonalnya maka dapat dikatakan bahwa nilai residual berdistribusi normal.
- b) Jika titik-titik menjauh atau tersebar dan tidak mengikuti garis diagonalnya maka hal ini menunjukkan bahwa nilai residual tidak berdistribusi normal.

Hasil uji normalitas dengan menggunakan program IBM SPSS Statistic 25 dapat dilihat pada gambar berikut ini :

**Gambar 2.**  
**Hasil Uji Normalitas grafik P-P plot**



Sumber : Data diolah SPSS 25, 2025

Pada gambar 2. diketahui bahwa data dengan Normal P-P Plot pada variabel tersebut yang digunakan dinyatakan berdistribusi normal atau mendekati normal. Hal tersebut dikarenakan titik-titik pada gambar distribusi terlihat menyebar atau mendekati di sekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah dengan mengikuti garis diagonal.

### Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Teknik untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas didalam model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance inflation factor (VIF)*, nilai *tolerance* yang besarnya diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10 menunjukkan bahwa tidak ada multikolinieritas diantara variabel bebasnya (Ghozali, 2017:91)

**Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.619	1.205		4.664	.000		
X <sub>1</sub>	.380	.057	.541	6.654	.000	.981	1.019
X <sub>2</sub>	.038	.050	.062	.763	.447	.981	1.019

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2025

Dari Tabel 3. menunjukkan bahwa :

1. Variabel Penetapan Harga (X<sub>1</sub>) memiliki nilai tolerance sebesar 0,981 yang berarti > 0.10 dan berdasarkan nilai VIF sebesar 1,019 yang berarti < 10 dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas.
2. Variabel Keragaman Menu (X<sub>2</sub>) memiliki nilai tolerance sebesar 0,981 yang berarti >

0.10 dan berdasarkan nilai VIF sebesar 1,019 yang berarti < 10 dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak terjadi multikolinieritas dan penelitian bisa dilanjutkan

### Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 4. Hasil Uji Linier Berganda Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.619	1.205		4.664	.000		
X <sub>1</sub>	.380	.057	.541	6.654	.000	.981	1.019
X <sub>2</sub>	.038	.050	.062	.763	.447	.981	1.019

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2025

Berdasarkan tabel 4. diperoleh variabel bebas (X<sub>1</sub>) sebesar 0.380, (X<sub>2</sub>) sebesar 0.038 dengan konstanta sebesar 5,619 sehingga persamaan regresi dengan menggunakan rumus :

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

yang diperoleh adalah :

$$Y = 5,619 + 0.380 X_1 + 0.038 X_2 + e$$

Hal ini menunjukkan bahwa :

1. Nilai a sebesar 5,619 menyatakan bahwa jika Penetapan Harga (X<sub>1</sub>) dan Keragaman Menu (X<sub>2</sub>) sama



dengan (0) maka Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 5,619

2. Koefisien regresi variabel Penetapan Harga ( $X_1$ ) pada persamaan di atas diperoleh sebesar 0.380 yang berarti positif dan menyatakan bahwa skor pada variabel Penetapan Harga ( $X_1$ ) meningkat maka Kepuasan Konsumen (Y) meningkat dan sebaliknya apabila menurun maka Kepuasan Konsumen (Y) akan menurun, dengan asumsi variabel independen lainnya sama dengan 0.
3. Koefisien regresi variabel Keragaman Menu ( $X_2$ ) pada persamaan di atas diperoleh sebesar 0.038 yang berarti positif dan menyatakan bahwa

skor pada variabel Keragaman Menu ( $X_2$ ) meningkat maka Kepuasan Konsumen (Y) meningkat dan sebaliknya apabila menurun maka Kepuasan Konsumen (Y) akan menurun, dengan asumsi variabel independen lainnya sama dengan 0.

### Hasil Uji Koefisien Determinasi $R^2$

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel – variabel dependent. Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel dependent (X) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel – variabel dependent (X).

**Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi  $R^2$**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.553 <sup>a</sup>	.306	.293	1.15521

a. Predictors: (Constant),  $X_2$  TOTAL,  $X_1$  TOTAL

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2025

Dari tabel output 5. didapatkan nilai R Square (Koefisien Determinasi) sebesar 0.306 yang artinya bahwa nilai  $X_1$ , dan  $X_2$  dalam model regresi sebesar 30,6% jadi pengaruh dari pada variabel independent yaitu 30,6% sedangkan sisanya sebesar 69,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti

dalam penelitian ini

## Hasil Uji t

**Tabel 6. Hasil Uji T**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.619	1.205		4.664	.000		
	X <sub>1</sub>	.380	.057	.541	6.654	.000	.981	1.019
	X <sub>2</sub>	.038	.050	.062	.763	.447	.981	1.019

a. Dependent Variable: Y TOTAL  
Sumber : Data diolah SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil tabel 6. yaitu hasil uji t menunjukkan nilai signifikan pengaruh penetapan harga ( $X_1$ ) adalah 0.000. signifikan  $0.000 < 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima. Diketahui nilai t hitung penetapan harga ( $X_1$ ) sebesar 6.654. karena nilai t hitung  $6.654 > 1.98177$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima, artinya ada pengaruh penetapan harga ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y). Berdasarkan hasil tabel 6. yaitu hasil uji t menunjukkan nilai signifikan keragaman menu ( $X_2$ ) adalah 0.447, signifikan  $0.447 > 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  ditolak. Diketahui nilai t hitung keragaman menu ( $X_2$ ) sebesar 0.763. karena nilai t hitung  $0.763 < 1.98177$ , maka dapat

disimpulkan bahwa  $H_a$  ditolak, artinya tidak ada pengaruh keragaman menu ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y).

### Hasil Uji F

Pada dasarnya uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

1. Jika nilai sig  $< 0.05$  atau F hitung  $> F$  tabel maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y
2. Jika nilai sig  $> 0.05$  atau F hitung  $< F$  tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y

**Tabel 7. Hasil Uji F**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	62.925	2	31.462	23.576	.000 <sup>b</sup>
	Residual	142.793	107	1.335		
	Total	205.718	109			

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2025

Berdasarkan output 4.25 diketahui nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$  dan nilai F hitung  $23.576 > F$  tabel 3.08 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Penetapan Harga dan Keragaman Menu secara simultan / bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

#### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penetapan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Katering Mauna Makan Sangatta. Artinya harga yang terlalu tinggi dapat menurunkan kepuasan, sementara harga yang terlalu rendah bisa menimbulkan kerugian bagi perusahaan. Keseimbangan antara harga dan nilai produk atau jasa yang dirasakan konsumen adalah kunci utama dalam menciptakan kepuasan.
2. Keragaman menu tidak

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Katering Mauna Makan Sangatta. Artinya bahwa variasi menu yang ditawarkan oleh Katering Mauna Makan belum mampu meningkatkan kepuasan konsumen secara signifikan.

3. Penetapan harga dan keragaman menu secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Katering Mauna Makan Sangatta. Artinya kedua faktor tersebut memiliki peran penting dalam membentuk persepsi dan pengalaman konsumen. Harga yang sesuai dengan kualitas serta variasi menu yang menarik dan beragam dapat meningkatkan tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan katering tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Aminar Sutra. 2022 *Pengaruh Harga dan Kepuasan Konsumen Terhadap Penjualan Pada Katering*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP Padang
- Andri Anggraini. 2018. *Pengaruh varian menu dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada catering ukhuwah di Makassar*. Univ. Muhamadiyah Makasar
- Effendi, M. Guntur. 2010. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Firdaus Ikrar. 2022. *Pengaruh Harga, Keragaman Menu dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Kusuma Catering di Bekasi*. Skripsi. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
- Tjiptono, Fandy. 2020. Strategi Pemasaran, Edisi Ke-4. Yogyakarta : CV Andi.
- Ghozali, Imam. 2017. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS5*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Joseph F., et al. 2010. *Multivariate Data Analysis*. 7th Edition. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang. 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Irawan, Handi. 2015. *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kotler & Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P dan Amstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edii13. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Machfoed Mahmud. 2010. *Ekonomi Manajerial*. Jakarta: Erlangga.
- Mushlihin, Syafril. 2013. *Memahami Definisi Operasional dalam Penelitian*.
- Sangadji, Edi dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, Danang. 2015. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Utami, Christina Whidya. 2017. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.