

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
WARUNG AYAM PANGGANG BANGI**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Disusun Oleh :

Ratna Dwi Feby Ana

202010160311116

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN

(Pada Warung Panggang Ayam Bangi)

Oleh:

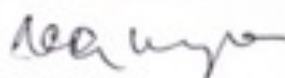
Ratna Dwi Feby Ana

202010160311116

Malang, 30 November 2023

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I



Drs. Noor Aziz, M.M

Pembimbing II



Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA PADA WARUNG AYAM PANGGANG BANGI

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Ratna Dwi Feby Ana

NIM : 202010160311116

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 05 Januari 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Widayat, M.M.

Penguji II : Viajeng Purnama Putri, S.E., M.M.

Penguji III : Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M.

Penguji IV : Drs. Noor Azis, M.M.

1. 
2. 
3. 
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA RUMAH MAKAN AYAM PANGGANG BANGI**

Ratna Dwi Feby Ana

Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Malang

Email : rdwi86601@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine product quality (X1), service quality (X2), and price perception (X3) on customer satisfaction (Y) at the Ayam Panggang Bangi Restaurant. Sample of 200 people. Data analysis techniques include validity tests, reliability tests, normality tests, heteroscedasticity tests, multicollinearity tests, multiple linear regression analysis, and t tests. The research method used is descriptive quantitative. The research results show that in the validity test each question item on the variables (product quality, service quality, and price perception) has a significance value of < 0.05 , so the data is declared valid. Next, there is a reliability test for each variable which has a cronbach alpha value > 0.60 so that the question is declared reliable. Then, in the t test, it is known that each variable has a significance value of $t < 0.05$ and a t value $> t$ table so that product quality, service quality and price perception partially influence customer satisfaction at Bangi Grilled Chicken Restaurant.

Keyword : *Product Quality, Service Quality, Price Perception, Customer Satisfaction*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Kualitas Produk (X₁), Kualitas Layanan (X₂), dan Persepsi Harga (X₃) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Rumah Makan Ayam Panggang Bangi. Sampel pada penelitian ini sebesar 200 orang. Teknik analisis data antara lain menggunakan uji vliditas, uji reliabilitas, uji normaitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas, analisis regresi linier berganda, dan uji t. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan pada uji validitas setiap item pertanyaan pada variabel (kualitas produk, kualitas layanan, dan persepsi harga) memiliki nilai signifikansi $< 0,05$, sehingga data dinyatakan valid. Selanjutnya ada uji reliabilitas setiap variabel memiliki nilai *cronbach alpha* $> 0,60$ sehingga pertanyaan dinyatakan reliabel. Kemudian pada uji t diketahui jika setiap variabel memiliki nilai signifikansi-t $< 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga kualitas produk, kualitas layanan, dan persepsi harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ayam Panggang Bangi.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan



KATA PENGANTAR

Puji Syukur kami panjatkan kehadirat Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas kehendak-Nya penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu.

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ayam Panggang Bangi”** ini ditulis guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, pada Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang (UMM)

Banyak pihak yang terlibat memberi dukungan secara baik secara langsung maupun tidak lnsung dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan setulus-tulusnya kepada :

1. Prof. Dr. Fauzan, M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Dr. Dra. Idah Zuhroh, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang
3. Widayat, Dr.,M.M, selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang
4. Dr. Nurul Asfiah, M.M, selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang
5. Drs. Noor Aziz, M.M, selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk membimbing serta memberikan saran dan banyak tambahan ilmu dalam setiap kesulitan pada penyusunan penelitian hingga selesai.
6. Dr. R. Iqbal Robbie, S.E.,M.M, selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menuntun dalam proses penelitian hingga memberikan dukungan secara penuh dan memberikan Solusi disetiap kesulitan dalam penyusunan penelitian.

7. Kepada Kedua Orangtua Saya, Ayah Purnomo dan Ibu Siti Ngasih yang sudah merawat, menyayangi, mencintai, mendoakan, dan mensupport saya selama 22 tahun hingga berada pada tahap menjadi seorang Sarjana.
8. Kepada kakak saya Puput Yosie dan keluarga besar saya yang selalu memberikan dukungan penuh dan selalu ada setiap saat.
9. Kepada sahabat saya dari semester 1 sampai saat ini yang selalu support dalam segala hal yang salah satunya penyusunan skripsi hingga akhir lulus bersama, yaitu Maulida Noorsari.

Malang, 02 Januari 2024

Peneliti

Ratna Dwi Feby Ana



PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Ratna Dwi Feby Ana

NIM : 202010160311116

Program Studi : Manajemen

Surel : rdwi86601@gmail.com

Dengan ini, menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya ilmiah sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (plagiarism) dan hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan-bahan sumber acuan dengan menyediakan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan karya ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidak benaran dalam permyataan ini, maka saya akan bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 27 Desember 2023

Yang membuat pernyataan



(Ratna Dwi Feby Ana)

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	viii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Penelitian Terdahulu.....	11
B. Landasan Teori	15
1. Kualitas Produk	15
2. Kualitas Pelayanan	21
3. Persepsi Harga	25
4. Kepuasan Pelanggan.....	29
C. Kerangka Pikir.....	32
D. Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Jenis Penelitian	36
B. Lokasi Penelitian	36
C. Populasi dan Sampel	36
1. Populasi	36
2. Sampel	37
D. Data dan Sumber Data.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data	39
F. Definisi Operasional Variabel dan Variabel Penelitian.....	39

G. Pengukuran Variabel	41
H. Instrumen Penelitian	42
1. Uji Validitas	42
2. Uji Reliabilitas	43
I. Uji Asumsi Klasik	43
1. Uji Normalitas	43
2. Uji Multikolinearitas	44
3. Uji Heteroskedastisitas	44
J. Teknik Analisis Data	45
1. Regresi Linear Berganda	45
K. Uji Hipotesis	45
1. Uji Signifikan Parsial (Uji-T)	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
A. Pembahasan Hasil Penelitian	47
1. Gambaran Umum Responden	47
2. Deskripsi Variabel Penelitian	49
3. Hasil Analisis Statistik	56
B. Pembahasan Dan Interpretasi Data	63
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Panggang Ayam Bangi	63
2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Panggang Ayam Bangi	64
3. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Panggang Ayam Bangi	65
BAB V PENUTUP	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Persaingan Penjual Ayam Panggang.....	2
Tabel 1.2	Review Kualitas Produk.....	6
Tabel 1.3	Review Kualitas Layanan.....	7
Tabel 1.4	Review Persepsi Harga.....	8
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	40
Tabel 3.2	Skala Likert	41
Tabel 4.1	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2	Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.3	Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk (X_1).....	50
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Layanan (X_2).....	52
Tabel 4.6	Tanggapan Resonden Terhadap Persepsi Harga (X_3).....	54
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan	55
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas	56
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinieritas	59
Tabel 4.11	Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
Tabel 4.12	Hasil Uji t	62

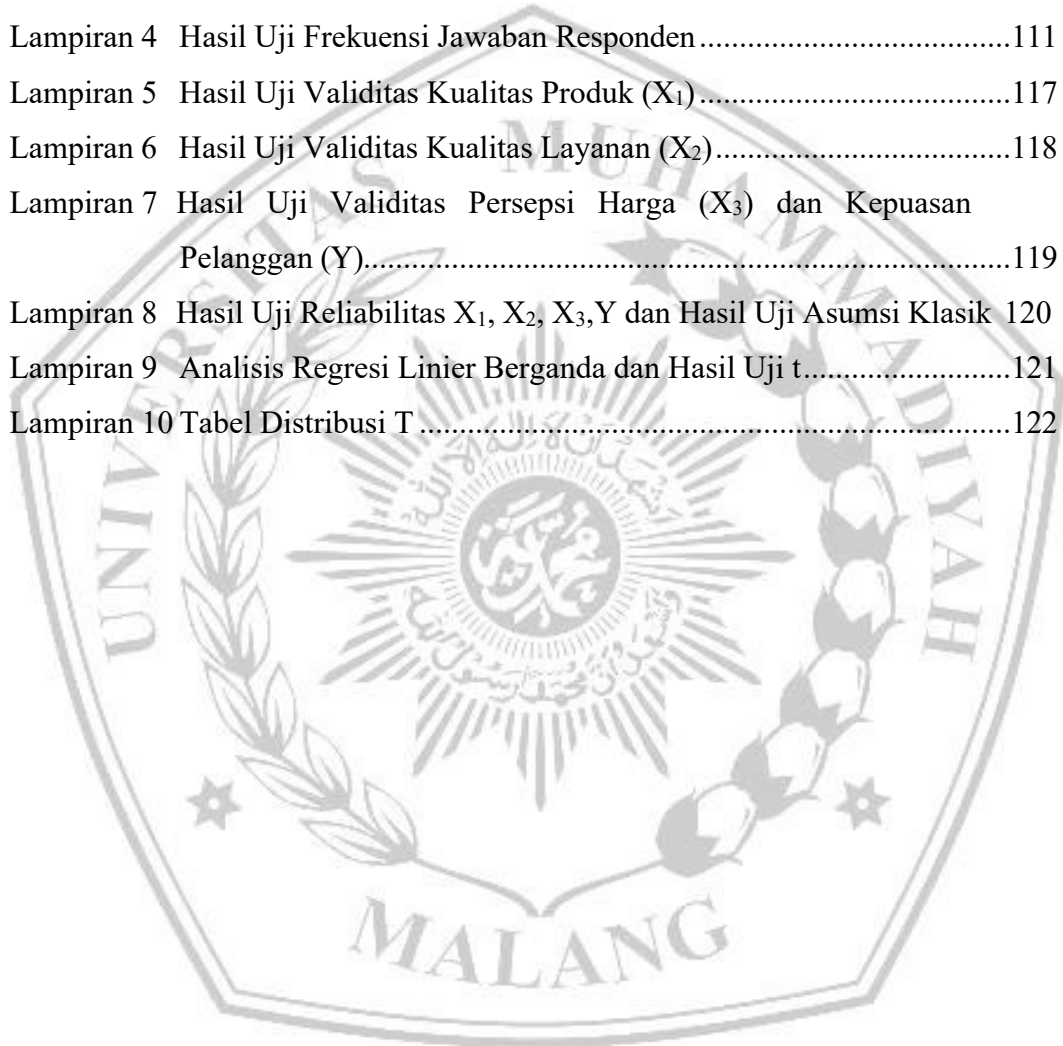
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Review Kepuasan Pelanggan Warung Panggang Ayam Bangi	8
Gambar 2.1	Kerangka Pikiran.....	33
Gambar 4.1	Hasil P-Plot Uji Normalitas.....	58
Gambar 4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Hasil Tabulasi Jawaban Responden Berdasarkan Kategori Jenis Kelamin, Usia, dan Pekerjaan.....	75
Lampiran 2	Tabel Tabulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel X_1 , X_2 , X_3 , Y	90
Lampiran 3	Hasil Uji Frekuensi Kategori Responden.....	110
Lampiran 4	Hasil Uji Frekuensi Jawaban Responden	111
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_1)	117
Lampiran 6	Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan (X_2).....	118
Lampiran 7	Hasil Uji Validitas Persepsi Harga (X_3) dan Kepuasan Pelanggan (Y).....	119
Lampiran 8	Hasil Uji Reliabilitas X_1 , X_2 , X_3 , Y dan Hasil Uji Asumsi Klasik	120
Lampiran 9	Analisis Regresi Linier Berganda dan Hasil Uji t.....	121
Lampiran 10	Tabel Distribusi T	122



DAFTAR PUSTAKA

- Adinugroho, F. M., & Nurhadi. (2015). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Komitmen Pelanggan, Dan Komunikasi Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 4(3).
- Andreassen, T. W., & Lindestad, B. (1998). The Impact of Corporate Image on Quality, Customer Satisfaction, and Loyalty for Customers with Varying Degree of Service Expertise. *International Journal of Service Industry Management*, 1(3), 141–271.
- Aprillia, A., & Fatihah, D. C. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Kota Bandung. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(1), 242–257. <https://unars.ac.id/ojs/index.php/Growth/article/view/1134>
- Assauri, S. (2012). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Indonesia.
- Damayanti, C., & Wahyono. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Management Analysis Journal*, 4(3), 236–251.
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi ZIO Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/684>
- Fahmeyzan, D., Soraya, S., & Etmy, D. (2018). Uji Normalitas Data Omzet Bulanan Pelaku Ekonomi Mikro Desa Senggigi dengan Menggunakan Skewness dan Kurtosi. *Jurnal VARIAN*, 2(1), 31–36. <https://doi.org/10.30812/varian.v2i1.331>
- Fajar, M., & Achmad, Y. (2010). Dualisme Penelitian Hukum. In *Hukum*. Pustaka Pelajar.
- Farida, R., & Budiarmo. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyaitas Pelanggan Hotel Siliwangi Semarang*. 1(2), 142–153.
- Fiani, M., & Japarianto, E. (2020). Analisa Pengaruh Food Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecik Toko Ganep's Di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1–6.
- Hadiwijaya, T., & Khalid, J. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hours Coffee and More Jakarta. *AKSIOMA : Jurnal Manajemen*, 1(2), 123–138.

<https://doi.org/10.30822/aksioma.v1i2.1809>

- Harianto, D. dk. (2013). Analisa pengaruh kualitas layanan, brand image, dan atmosfer terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening konsumen kedai deja- vu Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1–8.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Kasiram, M. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif - Kualitatif*. UIN Malang.
- Khikmah, A., & Evamaula, N. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Bebek Hj. Slamet. *Jurnal Ekonomi*, 2(2), 463–471.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran* (Milenium). Prenhallindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran. In *Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran. In *Pemasaran* (4th ed.). Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (3rd ed.). Alfabetha.
- Kotler, P., Maulana, A., Savran, B., & Keller, K. L. (2009). Manejemen Pemasaran. In *Manajemen Pemasaran* (Ed 13). Erlangga.
- Kotller, P., Molan, B., & Sarwiji, B. (2005). Manajemen Pemasaran. In *Marketing Management* (Edisi 11).
- Kumar, A., & Sikdar, P. (2014). Retail Service Quality Assessment-a Scale Validatio Study in Indian Perspective. *AIMA Journal of Management and Riset*, 1(3), 124–141.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2018). *Principales of marketing*. Cengage Learning.
- Larasati, G. (2021). Analisis Ekuitas Merek Shopee. *JMB*, 3(2), 6.
- Lumintang, G., & Jopie, R. J. (2015). Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Holland Bakery Boulevard Manado Analysis of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction At Holland Bakery Boulevard Manado. *Maret*, 3(1), 1291–1302.
- Luptoadi, R., & Hamdani, D. A. (2011). Manajemen Pemasaran Jasa. In *Manajemen* (2nd ed.). Salemba Empat.
- Marini, Y., & Marina, N. (2019). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap

- Nilai Perusahaan. *Jurnal Humaniora : Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi Dan Hukum*, 1(1), 7–20. <https://doi.org/10.30601/humaniora.v1i1.37>
- Monroe. (2003). *Pricing Making Profitable Decision*. The Mc Graw-Hills Companies, Inc.
- Mowen, J. (1993). *Consumer Behavior*. Macmillan Publishing Company.
- Ningsih, S. N. (2022). *Profitabilitas , Struktur Modal dan Nilai Perusahaan : Uji Signifikansi Faktor Mediasi*. 1–8.
- Nugroho, A. U. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Digital Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Auntie Anne’S Aeon Mall JakartaGarden City. *Majalah Ilmiah Panorama Nusantara*, 16(30), 32–52.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). A-Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–37.
- Petter, J. P., & Olson, J. C. (2000). *Consumer Behavior*. Erlangga.
- Razak, I. (2016). The Impact of Product Quality and Price on Customer Satisfaction With the mediator of Customer Value. *Journal of Marketing and Cunsomer Reasearch*, 30(5), 162–191.
- Romadhon, R. D., & Rachman, M. M. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan kualitas produk dan suasana restoran terhadap kepuasan konsumen pancious restoran cws. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 2(1), 597–604. <http://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/jsbr/article/view/3440>
- Ryu, K., Hye-Rin Lee, & Kim, W. G. (2014). The Influence Of The Quality Of The Physical Environment, Food, And Service On Restaurant Image, Customer Perceived Value, Customer Satisfaction, And Behavioral Intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24(2), 200–223.
- Saleha, M. D. (2020). *Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Santoso, I. (2016). Peran Nilai Utilitarian Dan Hedonis Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Minuman Probiotik. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, 13(3), 183–191. <https://doi.org/10.17358/jma.13.3.183>
- Saragih, MM., B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(3), 26–33. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i3.220>

- Sari, D. C. K., & Wibawa, S. C. (2017). Pengaruh Penggunaan E-commerce Dalam Proses Penjualan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK Negeri Ngraho. *It-Edu*, 2., 2(April), 49–58. [https://dspace.uin.ac.id/bitstream/handle/123456789/25104/\[Cetak Perpusnas\] Ekonomi Islami Solusi Tantangan Zaman.pdf?sequence=1&isAllowed=y#page=71](https://dspace.uin.ac.id/bitstream/handle/123456789/25104/[Cetak Perpusnas] Ekonomi Islami Solusi Tantangan Zaman.pdf?sequence=1&isAllowed=y#page=71)
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2009). Consumer Behavior. In *Consumer Behavior*.
- Siddiqi, K. O. (2011). Interrelation Between Service Quality Attributes Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Banking Sector in Bangladesh. *International Journal Bisnis and Management*, 2(4), 152–163.
- Simamora, B. (2001). *Memenangkan Pasar*. Gramedia Pustaka.
- Subroto, D., & Yamit, Z. (2004). Pengaruh Kinerja Pelayanan Aparatur Kepolisian terhadap Kepuasan Masyarakat (Studi Kasus pada Bagian Pengurusan Surat Ijin Mengemudi (SIM) di Wilayah Kerja Kepolisian Republik Indonesia Resort Sleman Polda Daerah Istimewa Yogyakarta). *Sinergi*, 7(1), 31–52. <https://doi.org/10.20885/sinergi.vol7.iss1.art3>
- Sugianto, J., & Sugiharto, S. (2013). Analisa pengaruh service quality, food quality, dan price terhadap kepuasan pelanggan restoran yung ho surabaya. *Jurnal manajemen Pemasaran petra*, 1(2), 1–10.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Erlangga.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Erlangga.
- Sujarweni, W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Pustaka Baru.
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran* (1st ed.). Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- Utami, C. W. (2006). *Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Salemba Empat.
- Wi-Ad'ha, K. Q. (2019). Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di jakabaring bowling center. *Skripsi*, 1–11.
- Xia, L., & Body, L. (2011). Quality Service. In *Manajemen*. Kogan Page.
- Yoeti. (2009). *Pemasaran Pariwisata Terpadu*. Angkasa.

Yusup, F. (2018). Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif.
Jurnal Ilmiah Kependidikan, 13(1), 53–59.
<https://doi.org/10.21831/jorpres.v13i1.12884>



PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA WARUNG AYAM PANGGANG BANGI

ORIGINALITY REPORT

4%	0%	2%	6%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Ajou University Graduate School	2%
	Student Paper	
2	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya	2%
	Student Paper	

Exclude quotes On
Exclude bibliography Off

Exclude matches < 2%