

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN PADA REMBANGAN DAIRY FARM DESA KEMUNING LOR KABUPATEN JEMBER

**Dani Agung Wicaksono¹, Ninik Sri Rahayu Wilujeng², Sefri Ton³, Mita Ayu Liliyanti⁴,
Maznah Habibatul Baizuro⁵**

Politeknik Negeri Banyuwangi

dani@poliwangi.ac.id¹, ninikrahayu@poliwangi.ac.id², sefriton@poliwangi.ac.id³,
mitaayu@poliwangi.ac.id⁴, maznahhabibah@gmail.com⁵

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, baik pengaruh secara simultan maupun pengaruh secara parsial. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, yang terdiri atas uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, uji determinasi berganda uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 88 responden yang merupakan pelanggan dari rembangan dairy farm, dimana dalam menentukan sampel menggunakan metode purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan variabel kualitas produk secara simultan maupun secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan rembangan dairy farm. Nilai R^2 sebesar 37,2% hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan variabel kualitas produk secara simultan mampu mempengaruhi perubahan variabel kepuasan pelanggan sebesar 37,2% sedangkan sisanya 62,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian ini. Variabel kualitas produk mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien sebesar 0,282 lebih besar dibandingkan dengan nilai koefisien variabel kualitas pelayanan yang sebesar 0,232.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of service quality and product quality on customer satisfaction, both simultaneous and partial influence. The method used in this research is a quantitative research method, which consists of validity testing, reliability testing, multiple linear regression analysis, multiple determination tests, classical assumption testing and hypothesis testing. The number of samples in this study was 88 respondents who were customers of the Rembangan Dairy Farm, where the purposive sampling method was used to determine the sample. The results of the research show that the service quality variable and the product quality variable simultaneously or partially have a significant effect on the Rembangan Dairy Farm customer satisfaction variable. The R^2 value is 37.2%, this shows that the service quality variable and product quality variable are simultaneously able to influence changes in the customer satisfaction variable by 37.2%, while the remaining 62.8% is influenced by other variables outside this research model. The product quality variable has the most dominant influence on customer satisfaction, this is shown by the coefficient value of 0.282 which is greater than the coefficient value of the service quality variable which is 0.232.

Keywords : Service Quality, Product Quality and Customer Satisfaction

1. Pendahuluan

Susu merupakan salah satu bahan pangan yang berasal dari hewani. Susu dapat dikelompokkan ke dalam dua jenis produk yaitu susu segar dan olahan. Susu segar dan susu olahan sama-sama produk minuman sehat, tetapi kandungan gizinya memiliki perbedaan. Produksi susu segar tidak ditambah bahan tambahan seperti air dan pewarna. Secara umum kandungan nutrisinya masih lengkap seperti lemak, protein, karbohidrat, mineral, dan vitamin (Subroto, 2008). Salah satu upaya untuk mendorong industri dalam meningkatkan produk susu olahan segar. Inovasi dengan produk olahan susu dalam bentuk minuman susu yang dicampurkan dengan berbagai rasa. Usaha olahan susu segar dalam bentuk minuman susu dengan berbagai rasa yakni usaha susu Rembangan *Dairy Farm*.

Rembangan *Dairy Farm* berlokasi di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember, daerah yang potensial untuk pengembangan usaha sapi perah yang menghasilkan susu segar. Namun usaha produk susu olahan di Rembangan *Dairy Farm* sudah mendapatkan bahan tambahan pewarna. Tetapi, tidak ada penambahan air dalam proses produksinya usaha olahan susu dalam bentuk minuman menuntut perusahaan untuk melakukan inovasi-inovasi dan menjaga kualitas pelayanan dan kualitas produk yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga pelanggan yang merasa puas, dapat melakukan pembelian kembali dimasa yang akan datang.

Penting bagi suatu perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut (Rustanti, 2015), kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang yang dirasakan dari suatu manfaat yang diberikan oleh produk dirasa sesuai dengan apa yang diharapkannya. Beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk.

Kualitas pelayanan adalah sebuah ukuran selisih antara perbedaan dan harapan konsumen dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, sehingga perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen. Rembangan *Dairy Farm* memberikan kualitas pelayanan yang terbaik. Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap suatu perusahaan adalah kualitas produk. Kualitas produk merupakan sekumpulan ciri dan karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

2. Landasan Teori

Kualitas Pelayanan

Kualitas jasa sebagai penyampaian jasa yang akan melebihi tingkat kepentingan pelanggan (Rangkuti, 2003). Jenis kualitas yang digunakan untuk menilai kualitas jasa adalah kualitas teknik dan kualitas pelayanan. Jasa tidak kasat mata serta kualitas teknik jasa tidak selalu dapat dievaluasi secara akurat, pelanggan berusaha menilai kualitas jasa berdasarkan apa yang dirasakan, yaitu atribut yang mewakili kualitas proses dan kualitas pelayanan. Menurut Yuniar dan Setyorini (2015), kualitas pelayanan adalah kualitas (*quality*) totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa dimana bergantung pada kemampuannya dalam memuaskan kebutuhan. Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler, 2008).

Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampainnya untuk menyeimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2014). Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa yang disampaikan oleh pemilik berupa kemudahan, kecepatan, kemampuan, dan keramah-tamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diketahui langsung oleh para pelanggan atas pelayanan yang nyata diterima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan.

Menurut (Tjiptono, *et al*, 2011) terdapat beberapa atribut yang perlu diperhatikan di dalam kualitas pelayanan, yaitu :

- a. Keandalan (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
- b. Ketanggapan (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

- c. Jaminan (*Assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggan. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
- d. Empati (*Emphaty*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggan dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasional yang nyaman.
- e. Bukti Langsung (*Tangible*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kesesuaian produk dengan spesifikasi atau standar yang ditetapkan pelanggan, dalam hal ini adalah harapan pelanggan. Semakin tinggi kesesuaian dengan spesifikasi maka kualitas produk akan semakin tinggi serta kepuasan pelanggan akan semakin tinggi pula. Kepuasan pelanggan yang tinggi akan berdampak pada retensi pelanggan, yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja perusahaan (Hartini, 2012).

Kualitas produk merupakan karakteristik kualitas dari produk makanan ataupun minuman yang dapat diterima oleh pelanggan, seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa (Potter dan Hotchkiss, 2012). Menurut (Gaman, *et al*, 2000) terdapat 9 indikator yang mempengaruhi kualitas produk adalah sebagai berikut :

- a. Warna
Warna dari bahan yang digunakan dalam pembuatan produk makanan harus dikombinasikan sedemikian rupa supaya tidak terlihat pudar atau warnanya tidak serasi. Kombinasi warna sangat membantu dalam selera konsumen.
- b. Penampilan
Makanan harus terlihat baik saat disajikan. Kesegaran dan kebersihan dari produk yang disajikan merupakan hal penting yang akan mempengaruhi penampilan produk baik atau tidak untuk dinikmati.
- c. Porsi
Porsi merupakan banyaknya produk yang disajikan yang disesuaikan standarnya. Porsi produk yang banyak atau kurang akan mempengaruhi penampilan produk.
- d. Bentuk
Bentuk produk memiliki peranan penting dalam daya tarik konsumen. Bentuk produk yang menarik bisa diperoleh lewat cara pemotongan yang bervariasi dan berbeda dari yang lain.
- e. Temperatur
Konsumen biasanya menyukai variasi temperatur yang didapatkan dari produk makanan satu dengan lainnya. Temperatur bisa mempengaruhi rasa, misalnya rasa manis pada makanan akan lebih terasa saat makanan tersebut masih hangat, sementara rasa asin pada sup akan kurang terasa pada saat sup masih panas.
- f. Rasa
Titik perasa dari lidah adalah kemampuan mendeteksi dasar yaitu manis, asam, asin, pahit. Dalam makanan tertentu empat rasa ini digabungkan sehingga menjadi satu rasa yang unik dan menarik untuk dinikmati.
- g. Aroma
Aroma adalah bau-bauan yang disebarkan dari makanan yang akan mempengaruhi konsumen sebelum konsumen menikmati makanan, konsumen dapat mencium aroma makanan tersebut.
- h. Tingkat kematangan
Tingkat kematangan dari produk makanan akan mempengaruhi tekstur dari produk makanan.
- i. Tekstur
Tekstur produk makanan memiliki variasi yang banyak antara lain halus atau tidak, cair atau padat, keras atau lembut, kering atau lembab. Tingkat tipis dan halus serta bentuk makanan dapat dirasakan lewat tekanan dan gerakan dari reseptor di mulut.

Kepuasan Pelanggan

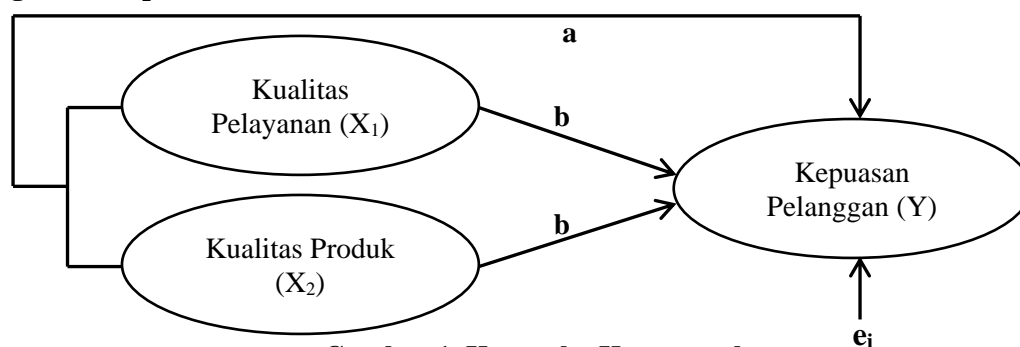
Kepuasan pelanggan menjadi faktor penting bagi perusahaan dikarenakan pelanggan yang merasa puas cenderung akan kembali melakukan pembelian ulang dan menggunakan produk tersebut. Pelanggan secara berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk menggunakan produk atau jasa dapat dikatakan bahwa mereka merasa puas akan produk yang diberikan perusahaan. (Tjiptono, 2004).

Rachmawati dan Bagus (2014) menyatakan, salah satu strategi untuk meraih kesuksesan dalam industri makanan dan minuman yaitu dengan cara mendapatkan pelanggan yang loyal. Faktor yang mendukung adanya loyalitas pelanggan adalah adanya kepuasan terhadap produk makanan atau minuman yang ditawarkan. Kepuasan yang semakin tinggi menjadikan pelanggan loyal dan terus mengkonsumsi produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

Kepuasan konsumen diukur dengan seberapa besar harapan konsumen tentang produk dan pelayanan yang sesuai dengan kinerja produk dan pelayanan tersebut. Indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu :

- Kesesuaian harapan, yaitu jasa yang ditawarkan sesuai dengan harapan para konsumen.
- Persepsi kinerja, yaitu hasil atau kinerja pelayanan yang diterima sudah sangat baik atau belum.
- Penilaian konsumen, yaitu dari secara keseluruhan pelayanan yang diterima konsumen lebih baik atau tidak jika dibandingkan dengan jasa lainya yang menawarkan jasa yang sama (Sari, 2016).

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Keterangan :

a : Pengaruh secara simultan

b : Pengaruh secara parsial

3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey* dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian yang dilakukan adalah penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data angka dengan menggunakan metode penelitian ini akan diketahui hubungan yang signifikan antar variabel yang diteliti, sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan menjelaskan gambaran mengenai objek yang diteliti. Penggunaan metode *survey* untuk mempermudah peneliti melaksanakan penelitian. Sumber data dalam penelitian ini secara garis besar menjadi dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan rebranding dairy farm yaitu sebanyak 88 responden. Pengambilan sampel di ambil secara *purposive sampling* karena tidak semua populasi dijadikan sampel, dimana sampel harus memenuhi beberapa kriteria yang sudah ditentukan. Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus *roscoe*. Dengan demikian responden yang akan digunakan dalam mengukur sampel ini minimal 80 orang responden. Jenis data dalam penelitian ini adalah menggunakan interval. Langkah-langkah yang dilakukan sehubungan dengan mengumpulkan data melalui penelitian lapangan yaitu wawancara dan kuesioner atau angket. Indikator kualitas pelayanan yaitu bukti langsung, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati, dan indikator kualitas produk yaitu warna, penampilan, ukuran, rasa dan aroma. Sedangkan indikator kepuasan pelanggan adalah kesesuaian harapan, persepsi kinerja dan penilaian konsumen. Adapun teknik analisis data yang digunakan penulis adalah analisis regresi linear berganda.

4. Hasil Dan Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampainnya untuk menyeimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2014). Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa yang disampaikan oleh pemilik berupa kemudahan, kecepatan, kemampuan, dan keramah-tamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diketahui langsung oleh para pelanggan atas pelayanan yang nyata diterima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan.

Kualitas pelayanan yang prima dapat terefleksikan dari seberapa besar kemampuan perusahaan dalam memahami dan mengerti tentang keinginan dan kebutuhan dari pelanggan atas produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dapat memenuhi harapan konsumen, maka secara langsung akan berdampak pada tercapainya kepuasan pelanggan. Menurut (Krisdayanto dan Rinova 2018) dalam hasil penelitiannya mengatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dapat diketahui variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Rembangan Dairy Farm. Hasil perhitungan secara parsial pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,699 yang artinya lebih besar dari t_{tabel} 1,98 pada taraf signifikansi 5%. Data tersebut menunjukkan Hipotesis 2 diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sembiring dan Suharyono (2014) dengan judul pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil analisis menunjukkan semakin bagus kualitas pelayanan maka kepuasan konsumen semakin meningkat.

Hasil ini membuktikan kualitas pelayanan Rembangan Dairy Farm selalu menjaga kualitas pelayanan. Pegawai Rembangan Dairy Farm sangat ramah, sopan dan profesional dalam melayani pelanggan, semua pegawai kompak dalam menghadapi karakter tamu yang berbeda-beda dengan baik, merespon dengan baik pelanggan yang ingin membeli susu ataupun tidak membeli. Pelayanan yang cepat, tepat dan cermat membuat tamu merasa nyaman dan puas. Lokasi Dairy Farm yang berada ditepi jalan membuat tamu yang baru pertama kali berkunjung sangat mudah untuk menemukan tempat ini.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas produk merupakan kesesuaian produk dengan spesifikasi atau standar yang ditetapkan pelanggan, dalam hal ini adalah harapan pelanggan. Semakin tinggi kesesuaian dengan spesifikasi maka kualitas produk akan semakin tinggi serta kepuasan pelanggan akan semakin tinggi pula. Kepuasan pelanggan yang tinggi akan berdampak pada retensi pelanggan, yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja perusahaan (Hartini, 2012).

Kualitas produk yang baik harus sesuai dengan informasi yang disampaikan oleh perusahaan dengan *benefit* yang didapat oleh pelanggan atas pemakaian produk tersebut. Jika produk memiliki kualitas yang sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan, maka secara langsung akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dari puas menjadi sangat puas. Menurut (Lee dan Novrianda 2018), dalam hasil penelitiannya mengatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dapat diketahui variabel kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Rembangan Dairy Farm. Hasil perhitungan secara parsial pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,177 yang artinya lebih besar dari t_{tabel} 1,98 pada taraf signifikansi 5%. Data tersebut menunjukkan Hipotesis 3 diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ibrahim dan Thawil, (2019) dengan judul pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil menunjukkan semakin tinggi kualitas produk susu Rembangan Dairy Farm maka kepuasan pelanggan semakin meningkat.

Produk susu segar yang dimiliki Rembangan Dairy Farm di produksi sendiri sehingga dijamin masih sangat segar. Selain susu mentah Rembangan Dairy Farm juga memproduksi susu yang beraneka ragam rasa yang bisa langsung diminum ditempat ataupun bisa dibawa pulang oleh pelanggan. Kurang lebih ada 8 rasa susu yang memiliki masa simpan kurang dari 7 hari. Dari segi rasa ataupun kemasannya susu ini sangat disukai oleh semua kalangan dibuktikan dengan hasil karakteristik responden penikmat susu ini mulai usia muda hingga tua dan juga dari berbagai kalangan datang membeli produk ini. Rembangan Dairy Farm berada dikawasan wisata menjadikan tempat ini selalu ramai dan produksi susu setiap hari selalu terjual habis oleh pelanggan yang berkunjung.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan menjadi perhatian penting bagi kelangsungan usaha. Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh beberapa indikator seperti kesesuaian harapan, kinerja karyawan, serta penilaian pelanggan. Untuk mendapatkan kepuasan pelanggan pelaku usaha perlu melakukan inovasi terhadap produknya karena produk yang memiliki kualitas akan memunculkan minat beli kembali dan merekomendasikan serta loyalitas pelanggan. Pelayanan tidak kalah penting bagi kepuasan pelanggan, pelayanan menjadi suatu hal yang mampu memenuhi keinginan pelanggan. Harga yang diterapkan pada suatu usaha harus disesuaikan dengan kualitas yang diberikan.

Berdasarkan analisis yang dilakukan variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Rembangan Dairy Farm, oleh karena itu Hipotesis 1 diterima. Hal ini ditunjukkan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yang memiliki nilai positif dan nilai signifikansi 0,000 atau kurang dari 0,05

Penelitian ini membuktikan kedua variabel memiliki pengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Besarnya pengaruh kedua variabel tersebut dibuktikan dengan hasil nilai (R square) sebesar 0,372 artinya adalah 37,2% kepuasan pelanggan di Rembangan Dairy Farm dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kualitas produk, sedangkan sisanya 62,8% dipengaruhi oleh variabel lain atau faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5. Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan yang ada, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : Hasil pengujian hipotesis pertama telah membuktikan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi bersama-sama atau secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Rembangan Dairy Farm di Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember atau dengan kata lain H1 diterima, Hasil pengujian hipotesis kedua telah membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Rembangan Dairy Farm di Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember atau dengan kata lain H2 diterima. Hasil pengujian hipotesis ketiga telah membuktikan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Rembangan Dairy Farm di Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember atau dengan kata lain H3 diterima. Hasil pengujian hipotesis keempat telah membuktikan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan pelanggan di Rembangan Dairy Farm di Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember atau dengan kata lain H4 diterima.

Daftar Pustaka

- Aly, A. dan Rahma, E . 2010. *Ilmu Alamiyah Dasar*. Jakarta: PT Bumi Aksara. Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian suatu penekatan praktik*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Freddy, R. 2002, *Riset Pemasaran*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ghozali, I. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi ke-4. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozal, I. dan Latan, H. 2015. *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP Undip. Semarang.
- Hartini, S. 2012. Peran inovasi: pengembangan kualitas produk dan kinerja bisnis. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 14(1), 83-90.
- Kiswanto, M. 2010. Pengaruh kepemimpinan dan komunikasi terhadap kinerja karyawan Kaltim Pos Samarinda. *Jurnal Eksis*. 6(1), 1429-1439.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. 2007. *Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2013. *Principles of Marketing, 12th Edition*. Pearson Education, Harlow England.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2016. *Dasar-dasar pemasaran. Jilid 1, Edisi Kesembilan*. Jakarta: Erlangga. p125.
- Kurniawati, T., Irawan, B., & Prasodjo, A. 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 6(2), 147-151.
- Lupiyoadi, R. dan Hamdani, A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. 2004. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*. Jakarta: PT salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat Nugroho, B. A. 2005. *Strategi jitu memilih metode statistik penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Nurlina, M., Irfan, T., & Anna, Y. 2017. *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial: Teori, Konsep dan Rencana Sosial*. Palembang: Salemba Empat.
- Runtuuwu, J.G., Oroh, S. & Taroreh, T. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 2 No. 3 pp. 1803-1813.
- Rustanti N. 2015. *Buku Ajar Ekonomi Pangan dan Gizi, Deepublish: CV Bening Utama*. Yogyakarta.
- Saladin, D. 2002. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*. Penerbit Linda Karya Bandung.
- Sekretariat Jendral Pertanian. 2016. *Outlook susu komoditas pertanian subsektor peternakan*. <http://epublikasi.setjen.pertanian.go.id/arsip-outlook/70-outlook-peternakan/414-outlook-susu-2016>. [23 November 2017].
- Setiadi, N.J. 2003. *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian, Pemasaran*. Jakarta : Prenada Media.
- Subroto, M.A. 2008. *Real Food True Health*. Agromedia. Jakarta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung :Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sunardi, et al., 2003. *Sistem Pembelajaran Kelas Inklusi, Workshop Pendidikan Inklusi*. Semarang: Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi JawaTengah.
- Sumarwan, U. 2011. *Perilaku Konsumen. Edisi Kedua*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supriyanto, A. S., & Maharani, V. 2013. *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia Teori, Kuesinoer, dan Analisis Data*. Malang: UIN Maliki Pers.
- Titissari, K.H. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia*. Yogyakarta: Skripsi. Universitas Brawijaya.
- Tjiptono, F. 2000. *Manajemen Jasa Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi. Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Andi. Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Andi Yogyakarta.
- Tjiptono, F. dan Gregorius C. 2016. *Service, Quality & Satisfaction Edisi 3*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2017. *Sevice Management-Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta : Andi Yogyakarta.
- Trenggonowati. 2009. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. BPFE: Yogyakarta.
- Wahyuningsih, H. 2002. *Analisa Tingkat Kepuasan Konsumen berdasarkan Kualitas Pelayanan Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Karang Anyar*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- Yuniar, S. 2014. Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket Berdasarkan Pengukuran Menggunakan Metode *Service Quality* (Servqual) di PT. X*. *Jurnal Institut Teknologi Nasional*. 2 (2), 98-109.
- Zeithaml, V.A., Bitner, M.J. & Gremler, D.D. 2013. *Servis Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, 6 th Edition. Boston: Mc Graw-Hill.