



## PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi pada Pelanggan Kartu SIM Tri di Purworejo)

Adam Wicaksono<sup>1</sup>, Dewi Shanti Nugrahani<sup>2</sup>, Anna Probowati<sup>3</sup>  
STIE Rajawali Purworejo

Jalan Gajah Mada No. KM.7, Desa Dukuhrejo, Kecamatan Bayan, Kabupaten Purworejo,  
Provinsi Jawa Tengah 54224  
adamwicaksono29@gmail.com

**Abstract.** *The purpose of this research is to determine the effect of product quality and service quality on Tri SIM card customer satisfaction in Purworejo.*

*The population is Tri SIM card customers in Purworejo with unknown data. Samples were taken using a purposive sampling technique of 100 respondents. The data analysis techniques used were validity testing, reliability testing, correlation coefficient, multiple linear regression analysis, coefficient of determination, t test and F test.*

*The validity test results show that all statement items have a Pearson correlation value above the critical value limit, namely 0.3. The reliability test results show that the Cronbach's alpha value is more than 0.70. The results of the correlation coefficient test show that the Pearson correlation value for product quality is 0.422, and service quality is 0.537. The results of the multiple linear regression test show a constant of 0.384, a b1 value of 0.309 and b2 of 0.541. The coefficient of determination test results show an Adjusted R square value of 0.312. The results of the t test show that the calculated t value for product quality is 2.345 ( $> 1.661$ ) with a sig value of 0.021 ( $< 0.05$ ), and the calculated t value for service quality is 4.625 ( $> 1.661$ ) with a sig value of 0.003 ( $< 0.05$ ). The F test results show an F value  $> 4$ , and a sig value of 0.000 ( $< 0.05$ ).*

**Keywords.** *Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction*

**Abstrak.** Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kartu SIM Tri di Purworejo.

Populasi adalah pelanggan kartu SIM Tri di Purworejo dengan data yang tidak diketahui. Sampel diambil dengan teknik sampling purposive sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F.

Hasil uji validitas menunjukkan semua butir pernyataan mempunyai nilai pearson correlation di atas batas nilai kritis yaitu 0,3. Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai cronbach's alpha lebih dari 0,70. Hasil uji koefisien korelasi menunjukkan nilai pearson correlation kualitas produk sebesar 0,422, dan kualitas pelayanan sebesar 0,537. Hasil uji regresi linier berganda menunjukkan konstanta sebesar 0,384, nilai b1 sebesar 0,309 dan b2 sebesar 0,541. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai Adjusted R square sebesar 0,312. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung kualitas produk sebesar 2,345 ( $> 1,661$ ) dengan nilai sig sebesar 0,021 ( $< 0,05$ ), dan t hitung kualitas pelayanan sebesar 4,625 ( $> 1,661$ ) dengan nilai sig sebesar 0,003 ( $< 0,05$ ). Hasil uji F menunjukkan nilai F  $> 4$ , dan nilai sig sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ).

**Kata kunci:** *Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan*

## LATAR BELAKANG

Kartu SIM (*Subscriber Identity Module*) memiliki peran penting sebagai alat yang menyimpan kunci pengenalan jasa telekomunikasi. Tanpa kartu SIM, pengguna akan kesulitan untuk terhubung dengan pengguna smartphone lain. Kartu SIM membawa sebuah kode yang terdiri dari tiga digit. Kode pertama untuk kode negara asal, dua digit berikutnya adalah pembawa sistem, yang memiliki ID sendiri. Sementara tujuh digit terakhir adalah ID pengguna. Kode tersebut menjadi informasi bagi operator untuk menghubungkan tagihan smartphone penggunanya. Kartu SIM diperkenalkan pada tahun 1991 dengan format Global System of Mobile Communications (GSM) GSM sendiri telah menjadi standar global untuk komunikasi mobile (<https://techno.okezone.com>).

Beberapa kartu SIM yang beredar di pasaran diantaranya Kartu HALO, simPATI, Kartu AS, dan LOOP dari Telkomsel. Matrix, IM3, dan Mentari dari Indosat. XL, Axis, dan Hauraa dari XL. Tri (3) dari Hutchison 3 Indonesia, dan Smartfren dari Smartfren. Mengingat banyaknya produk kartu SIM di pasaran tersebut, maka para pelaku usaha dibidang penyedia jasa telekomunikasi tersebut harus memiliki strategi untuk memuaskan pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah fungsi dari persepsi kesan atas kinerja dan harapan. Ketika kinerja berada dibawah harapan, maka merasa tidak puas, ketika kinerja memenuhi harapan, maka akan puas, dan ketika kinerja melebihi harapan, maka akan merasa sangat puas (Kotler dan Armstrong, 2020:15). Kepuasan pelanggan sangat penting untuk kesuksesan bisnis karena pelanggan yang puas bersedia membayar harga yang lebih tinggi, terutama jika mereka membeli produk berulang kali. Pelanggan juga lebih mungkin untuk tetap menjadi pelanggan yang loyal terhadap merek, dan berkomitmen pada produk. Juga, pelanggan akan memberi tahu orang lain tentang pengalamannya, meningkatkan kemungkinan bahwa pelanggan tersebut kemudian akan membeli produk tersebut. Menarik pelanggan baru lebih mahal daripada memasarkan ke pelanggan yang sudah ada. Oleh sebab itu, mempertahankan pelanggan yang puas dapat hemat biaya pemasaran (Hoyer dkk., 2013:274). Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Kualitas produk merupakan karakteristik dari suatu produk baik terlihat maupun tidak yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggan (Kotler dan Armstrong, 2020:238).

Kualitas produk adalah salah satu alat yang paling sering digunakan oleh pemasar untuk melakukan positioning. Kualitas mempunyai imbas yang langsung terasa pada produk. Hal ini akan semakin mendekatkan pemasar dengan nilai-nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan (Rangkuti, 2009:130). Hasil penelitian Cahya dkk., (2021), Mentang dkk., (2021), Chandra dan Megawati (2022), Kertiyasa dan Heryanda (2022), Ramadhan dkk., (2023), dan Ulfa dkk., (2023) membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Selanjutnya faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai tingkat perbedaan antara harapan dan persepsi pelanggan (Parasuraman dkk., 2010:19). Pada dasarnya, seorang konsumen menilai kualitas pelayanan dengan membandingkan harapan tentang penawaran pelayanan dengan pengalaman aktualnya dengan pelayanan tersebut (Kerin dan Hartley, 2017:329). Irawan (2003:22) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan komponen atau driver pembentuk kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Hasil penelitian Cahya dkk., (2021), Mentang dkk., (2021), Chandra dan Megawati (2022), Kertiyasa dan Heryanda (2022), Ramadhan dkk., (2023), dan Ulfa dkk., (2023) membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pada penelitian ini objek difokuskan pada kartu SIM Tri. kartu SIM Tri disimbolkan dengan logo 3 sempat menjadi brand operator seluler yang banyak digunakan karena tarif layanannya yang sangat murah dan terjangkau. Dengan keunggulannya itu, PT Hutchison 3 Indonesia menasar pasar anak muda yang memiliki intensitas menggunakan perangkat seluler paling sering sebagai sarana komunikasi. Pada 2022 sebagai upaya meningkatkan kualitas layanannya, PT Hutchison 3 Indonesia merger dengan PT Indosat Tbk dan membentuk Indosat Ooredoo Hutchison. Meskipun demikian, masih ada konsumen yang merasa kecewa terhadap kartu SIM Tri seperti Kusdinar yang menilai pelayanan Tri Indonesia sangat buruk (<https://mediakonsumen.com/2023/04/18>), Junifer yang mengalami masalah berupa kartu tidak bisa menerima panggilan masuk (<https://mediakonsumen.com/2023/09/18>), dan Dania yang mengalami kendala tidak dapat mengakses internet, padahal bar sinyal 4G penuh (<https://mediakonsumen.com/2023/12/14>). Dari latarbelakang permasalahan

diatas dapat dirumuskan masalah apakah ada pengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Selanjutnya didapatkan hipotesis bahwa secara parsial ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kartu SIM Tri, serta secara simultan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kartu SIM Tri.

## **KAJIAN TEORITIS**

Kepuasan diartikan dengan perasaan yang dihasilkan ketika pelanggan membuat evaluasi positif atau merasa senang dengan keputusan mereka. Namun, ketika pelanggan memiliki evaluasi negatif terhadap suatu hasil, maka pelanggan akan tidak puas (Hoyer dkk., 2013:273-274). Pada penelitian ini indikator untuk mengukur kepuasan mengacu pada pendapat Kotler dan Armstrong (2020:162), yaitu pelanggan akan membeli produk lagi, membicarakan produk tersebut dengan baik kepada orang lain, kurang memperhatikan merek dan iklan pesaing, dan membeli produk lain dari perusahaan.

Kualitas produk diartikan oleh Kotler dan Armstrong (2020:238) sebagai karakteristik dari suatu produk, baik terlihat maupun tidak yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggan. Indikator untuk mengukur kualitas produk mengacu pada pendapat Kotler dan Armstrong (2020:238), yang menyatakan bahwa kualitas produk terdiri dari dua dimensi yaitu level dan konsistensi. Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai tingkat perbedaan antara harapan dan persepsi pelanggan (Parasuraman dkk., 2010:19). Indikator untuk mengukur kualitas pelayanan pada pendapat Parasuraman dalam Kotler dan Keller (2016:442), yaitu berwujud, keandalan, tanggapan, jaminan dan empati.

## **METODE PENELITIAN**

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung dari sumber data baik menggunakan kuesioner atau wawancara. Data primer bersumber dari kuesioner pelanggan kartu SIM Tri. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan kartu SIM Tri di Purworejo dengan data yang tidak diketahui. Dengan

pengambilan sampel sejumlah 100 orang dan menggunakan teknik *sampling purposive*. Pada penelitian ini data akan dianalisis menggunakan analisis skala *likert*, uji validitas, uji determinasi, uji koefisiensi korelasi, uji regresi linier berganda, uji t , uji f.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang diambil dalam penelitian ini melalui proses observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi serta studi pustaka terhadap pengguna kartu SIM Tri yang ada di wilayah Kabupaten Purworejo. Adapun hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut :

### Uji Koefisien Korelasi

Hasil koefisien korelasi dapat dilihat sebagai berikut

**Tabel.1 Hasil Uji Koefisien Korelasi**

		Correlations		
		Kualitas Produk (X1)	Kualitas Pelayanan (X2)	Kepuasan Pelanggan (Y)
Kualitas Produk (X1)	Pearson Correlation	1	,463**	,422**
	Sig. (1-tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
Kualitas Pelayanan (X2)	Pearson Correlation	,463**	1	,537**
	Sig. (1-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
Kepuasan Pelanggan (Y)	Pearson Correlation	,422**	,537**	1
	Sig. (1-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Sumber: Data Primer yang Diolah 2024

Berdasarkan Tabel.1 Hasil Uji Koefisien Korelasi dapat diketahui bahwa, nilai *pearson correlation* kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,422. Nilai tersebut diinterpretasi dengan besar koefisien korelasi, sehingga diketahui bahwa nilai *pearson correlation* sebesar 0,422 berada pada interval 0,400 sampai 0,599 yang artinya agak rendah. Korelasi menunjukkan angka positif dan searah, ini berarti jika kualitas produk meningkat maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat dan begitu juga sebaliknya. Jadi dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan agak rendah.

Nilai *pearson correlation* kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,537. Nilai tersebut diinterpretasi dengan besar koefisien, sehingga diketahui bahwa nilai *pearson correlation* sebesar 0,537 berada pada interval 0,400 sampai 0,599 yang artinya agak rendah. Korelasi menunjukkan angka positif dan searah, ini berarti jika nilai kualitas pelayanan sesuai maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat dan begitu juga sebaliknya. Jadi dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan agak rendah.

### Uji Regresi Linier Berganda

Hasil uji regresi linier berganda sebagai berikut.

**Tabel.2 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,384	,542		,709	,480
Kualitas Produk (X1)	,309	,132	,220	2,345	,021
Kualitas Pelayanan (X2)	,541	,117	,435	4,625	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Data Primer yang Diolah 2024

Berdasarkan Tabel.2 Hasil Uji Regresi Linier Berganda, dapat diketahui bahwa persamaan regresi sebagai berikut  $Y = 0,384 + 0,309X_1 + 0,541X_2$ . Persamaan tersebut berarti, konstanta sebesar 0,384, artinya apabila kualitas produk dan kualitas pelayanan bernilai nol, maka kepuasan pelanggan sebesar 0,384. Nilai  $b_1$  sebesar 0,309 (koefisien bertanda positif), artinya apabila kualitas produk naik sebesar satu *point* dan kualitas pelayanan bernilai nol, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,309. Nilai  $b_2$  sebesar 0,541 (koefisien bertanda positif), artinya apabila kualitas pelayanan naik sebesar satu *point* dan kualitas produk bernilai nol, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,541.

## Uji Determinasi

Hasil uji determinasi sebagai berikut.

**Tabel. 3 Hasil Uji Determinasi**

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,571 <sup>a</sup>	,326	,312	,592

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Kualitas Produk (X1)

Sumber: Data Primer yang Diolah 2024

Berdasarkan Tabel.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi, diketahui nilai Adjusted R square sebesar 0,312. Artinya, kualitas produk dan kualitas pelayanan memberikan sumbangan sebesar 31,2% terhadap kepuasan pelanggan, dan sisanya (100% - 31,2%) sebesar 68,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti harga, promosi, *customer relationship management*, dan sebagainya.

## Uji t

Hasil uji t yang diperoleh adalah sebagai berikut.

**Tabel. 4 Hasil Uji t**

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,384	,542		,709	,480
Kualitas Produk (X1)	,309	,132	,220	2,345	,021
Kualitas Pelayanan (X2)	,541	,117	,435	4,625	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Data Primer yang Diolah 2024

Berdasarkan Tabel. 4 Hasil Uji t, dapat diketahui dengan level of significance *alpha* sebesar 0,05 dan tingkat keyakinan sebesar 95%, nilai *significance* sebesar 0,021 (< 0,05), artinya H1 yang menyatakan bahwa secara parsial ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan kartu SIM Tri dapat diterima, dan Ho yang menyatakan bahwa secara parsial tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan kartu SIM Tri ditolak.

Dengan level of *significance alpha* sebesar 0,05 dan tingkat keyakinan sebesar 95%, nilai sig sebesar 0,003 (< 0,05), artinya H2 yang menyatakan bahwa secara parsial

ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kartu SIM Tri dapat diterima, dan  $H_0$  yang menyatakan bahwa secara parsial tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kartu SIM Tri ditolak.

### Uji F

Hasil uji f yang diperoleh adalah sebagai berikut.

**Tabel. 5 Uji F**

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16,494	2	8,247	23,498	,000 <sup>b</sup>
	Residual	34,043	97	,351		
	Total	50,537	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Kualitas Produk (X1)

Sumber: Data Primer yang Diolah 2024

Berdasarkan Tabel. 5 Hasil Uji F, dapat diketahui bahwa nilai *significance* sebesar 0,000. Mengacu pada kriteria pengambilan keputusan, nilai *significance* sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ), artinya  $H_3$  yang menyatakan bahwa secara simultan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kartu SIM Tri dapat diterima, dan  $H_0$  yang menyatakan bahwa secara simultan tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kartu SIM Tri ditolak.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini diperoleh bahwa hasil uji koefisien korelasi menunjukkan dua hal yaitu koefisien korelasi kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan agak rendah serta koefisien korelasi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan agak rendah. Selanjutnya hasil uji regresi linier berganda menunjukkan persamaan regresi sebagai berikut  $Y = 0,384 + 0,309X_1 + 0,541X_2$ . Sedangkan hasil uji koefisien determinasi menunjukkan kualitas produk dan kualitas pelayanan memberikan sumbangan sebesar 31,2% terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu dari hasil uji t menunjukkan dua hal yaitu nilai t hitung kualitas produk lebih besar dari t tabel ( $2,345 > 1,661$ ) dengan nilai sig sebesar 0,021 ( $< 0,05$ ), artinya secara parsial ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap

kepuasan pelanggan kartu SIM Tri dan juga nilai t hitung kualitas pelayanan sebesar lebih besar dari t tabel ( $4,625 > 1,661$ ) dengan nilai sig sebesar  $0,003 (< 0,05)$ , artinya secara parsial ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kartu SIM Tri. Hasil uji F menunjukkan nilai F sebesar  $23,498$  lebih besar dari  $4$ , dan nilai significance sebesar  $0,000 (< 0,05)$ , artinya secara simultan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kartu SIM Tri. Terdapat upaya generalisasi. Dari hasil yang diperoleh pada penelitian ini PT Hutchison 3 Indonesia diharapkan untuk senantiasa memperhatikan faktor kualitas produk, seperti memperkuat jaringan dan sinyal yang telah ada serta faktor kualitas pelayanan, seperti meningkatkan kemampuan pegawai dan/atau customer service kartu SIM Tri supaya lebih cepat dan responsif dalam melayani pelanggan.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Rajawali Purworejo dan pengguna kartu SIM Tri di wilayah Kabupaten Purworejo yang telah membantu baik dalam pengumpulan data maupun informasi sehingga skripsi dan jurnal ini dapat diselesaikan dengan baik.

#### **DAFTAR REFERENSI**

- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Berman, B., dkk. 2018. *Retail Management: A Strategic Approach*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Cahya, A.D., dkk. 2021. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada UMKM Baso Aci Ena Yogyakarta). *Jurnal Daya Saing*, 7 (2): 144-150.
- Chandra, B.A., dan Megawati. 2022. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Brasserie Resto di Kota Palembang 2021-2022. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 4 (1): 36-42.
- Dwiasuti, R., dkk. 2012. *Ilmu Perilaku Konsumen*. Malang: UB Press.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hoyer, W.D., dkk. 2013. *Consumer Behavior*. USA: South-Western Cengage Learning.
- Irawan, H. 2003. *Indonesian Customer Satisfaction: Membedah Strategi Kepuasan Konsumen Pelanggan Merek Pemenang ICSA*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

- Kerin, R.A., dan Hartley, S.W. 2017. *Marketing*. New York: McGraw-Hill Education.
- Kertiyasa, I.G., dan Heryanda, K.K. 2022. Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8 (1): 161-168.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. 2020. *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Kotler, P., dan Keller, K.L. 2016. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Mentang, J.J.J., dkk. 2021. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Marina Hash in Manado di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA*, 9 (4): 680-690.
- Murniati, M.P., dkk. 2013. *Alat-alat Pengujian Hipotesis*. Semarang: Penerbitan Unika Soegijapranata.
- Parasuraman, A., dkk. 2010. *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press.
- Ramadhan, M.A., dkk. 2023. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Aroma Malaja. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, VII (2): 365-369.
- Rangkuti, F. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Schiffman, L.G., dan Wisenblit, J.L. 2015. *Consumer Behavior*. England: Pearson Education Limited.
- Sekaran, U., dan Bougie, R. 2016. *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Setiawan, S., dkk. 2017. *Statistika II*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Simamora, B. 2003. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran yang Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Ulfa, N., dkk. 2023. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Miskah Komputer Majene. *Manarang: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1 (2): 60-66.
- Wirtz, J., dan Lovelock, C. 2018. *Essentials of Service Marketing*. England: Pearson Education Limited.
- Kisah SIM Card yang Dulu Seukuran Kartu Kredit, diakses dari <https://techno.okezone.com/read/2017/08/24/56/1762540/okezone-innovation-kisah-sim-card-yang-dulu-seukuran-kartu-kredit> pada 18 Desember 2023.