

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA *QUALITY FRIED CHICKEN* (QFC)
PUNGE BLANGCUT KOTA BANDA ACEH**

Mirza Murni

Universitas Muhammadiyah Aceh, Indonesia
mirza.murni@unmuha.ac.id

Abstract

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada *Quality Fried Chicken* (QFC) cabang Punge Blang Cut Banda Aceh. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif dengan menggunakan sumber data primer berupa hasil penyebaran kuesioner, sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan *Quality Fried Chicken* (QFC) Punge Blang Cut yang berjumlah 96 orang dan teknik analisis datanya dilakukan dengan perhitungan analisis regresi linear berganda, uji kualitas data, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Quality Fried Chicken* (QFC) cabang Punge Blang Cut Banda Aceh dengan nilai $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ ($34,182 \geq 3,09$). Implikasi hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilik *Quality Fried Chicken* (QFC) Punge Blang Cut harus memperhatikan keinginan para pelanggan dan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga pelanggan mempunyai daya tarik yang tinggi untuk membeli produk yang dijual oleh *Quality Fried Chicken* (QFC).

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Pelanggan

Pendahuluan

Pertumbuhan dan perkembangan perekonomian berkembang pesat seiring berjalannya waktu, yang mulanya pasar sebagai *tempat bertemunya penjual dan pembeli* namun sampai saat ini tanpa harus bertemu transaksi jual dan beli dapat terjadi. Sudah tidak asing lagi ditelinga kita mendengar sistem perekonomian terjadi dengan wadah digital seperti *e-commerce* atau bisa disebut perdagangan elektronik.

E-commerce adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui internet atau jaringan komputer. Seluruh komponen yang ada dalam perdagangan diaplikasikan ke dalam *e-commerce* seperti *customer service*, layanan produk, cara pembayaran dan cara promosi. Perkembangan internet yang semakin maju merupakan salah satu faktor pendorong berkembangnya *e-commerce*. Internet merupakan salah satu jaringan global yang sangat penting untuk menghubungkan jaringan komputer di seluruh dunia, sehingga memungkinkan terjadinya komunikasi dan interaksi antar satu perusahaan dengan konsumen.

Banyak perusahaan telah berpindah *e-commerce* dengan berbagai alasan. Salah satunya adalah kemudahan yang diberikan teknologi hingga menjadikan *e-commerce* sebagai alternatif perdagangan yang efisien dan efektif, baik dari segi waktu, tenaga dan biaya. Hal lain yang membuat *e-commerce* menjadi lahan prospek bagi para pelaku bisnis adalah status internet yang semakin hari semakin bertambah. Pengusaha wiraswasta dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi dirinya sendiri maupun bagi orang lain. Hal inilah yang dimaksud dengan peluang

pasar baru bagi bisnis. Disamping itu, tujuan adanya *e-commerce* adalah untuk meningkatkan penjualan, memberikan nilai tambah kepada pelanggan, mendekatkan hubungan dengan pelanggan dan memudahkan pelanggan mengetahui jenis produk, kualitas dan harga. Hal ini tak luput bagi produsen untuk mencapai tingkat kepuasan pelanggan.

Selain memperhatikan masalah kepuasan pelanggan, penting juga untuk memperhatikan faktor-faktor lain yang terkait agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggannya. Dalam penelitian Alex dan Thomas (2011), dengan judul penelitian "*Impact of Product Quality, Service Quality, and Context Experience on Customer Perceived Value and Future Buying Intentions*" menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas layanan dan kualitas produk. Beberapa faktor seperti kualitas produk dan harga berhubungan positif dan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Wijaya (2011) menyatakan "Kualitas produk merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa

Title: Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Quality Fried Chicken* (QFC) Punge Blangcut Kota Banda Aceh

Mirza Murni

produksi dan pemeliharaan yang membuat produk tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen”.

Kualitas produk memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan dalam jangka panjang. Ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memenuhi dan memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh para pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas dan pada akhirnya akan membentuk loyalitas tinggi di dalam diri pelanggan.

Harga merupakan faktor penting yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Apabila pelanggan memiliki persepsi yang tinggi terhadap harga, dalam arti produk dan layanan yang diberikan dapat memberikan manfaat yang lebih tinggi dibandingkan dengan biaya yang harus dikeluarkan oleh pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas (Zeithaml, Bitner, dan Gremler, 2009 : 103).

Pada penelitian ini penulis memilih objek/tempat penelitian yaitu di *Quality Fried Chicken* (QFC) Punge Blang Cut Banda Aceh. *Quality Fried Chicken* (QFC) merupakan salah satu makanan siap saji yang menyediakan makanan dan minuman cepat saji dan dapat langsung dinikmati oleh para pelanggannya. *Quality Fried Chicken* (QFC) ini mempunyai *icon* tersendiri yaitu “Rasa Berkualitas Harga Pantas”, hal ini dikarenakan ayam yang tersaji disana memiliki tekstur renyah dan *crispy*. Para pelanggan tidak perlu risau mengenai harga karena harga yang ditawarkan lebih murah daripada tempat lain.

Kotler dan Keller (2012 : 137) menyatakan bahwa “Kepuasan pelanggan ialah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja yang diterima dari suatu produk/layanan dengan ekspektasi mereka”. Jika kinerja di bawah ekspektasi maka pelanggan tidak merasa puas, jika kinerja sesuai dengan ekspektasi maka pelanggan merasa puas, sedangkan jika kinerja melebihi ekspektasi maka pelanggan akan merasa sangat puas.

Kotler & Keller (2009 : 415) menyatakan “Harga adalah salah satu unsur dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur-unsur lain menghasilkan biaya”. Harga adalah elemen yang paling mudah dari program pemasaran untuk menyesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi yang dapat mengambil lebih banyak waktu.

Armstrong & Kotler (2015 : 266) mengatakan harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau layanan. Lebih luasnya, harga

Title: Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Quality Fried Chicken (QFC) Punge Blangcut Kota Banda Aceh*

Mirza Murni

adalah jumlah dari semua nilai-nilai yang dilakukan pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari menggunakan produk atau jasa.

Kajian Kepustakaan

Kualitas Produk

Kualitas produk (*product quality*) adalah salah satu sarana *positioning* utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa; oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Sebagian besar perusahaan yang berpusat pada pelanggan melangkah jauh melampaui definisi tersebut. Justru, mereka mendefinisikan kualitas berdasarkan penciptaan nilai dan kepuasan pelanggan.

Armstrong & Kotler (2015 : 208) menyatakan “Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang mampu untuk dinyatakan atau tersirat memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan”. Kanuk dan Schiffman (2011 : 61) kualitas produk merupakan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan.

Harga

Kotler & Keller (2009 : 415) menyatakan “Harga adalah salah satu unsur dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur-unsur lain menghasilkan biaya”. Harga adalah elemen yang paling mudah dari program pemasaran untuk menyesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi yang dapat mengambil lebih banyak waktu.

Armstrong & Kotler (2015 : 266) mengatakan harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau layanan. Lebih luasnya, harga adalah jumlah dari semua nilai-nilai yang dilakukan pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari menggunakan produk atau jasa.

Kepuasan Pelanggan

Kualitas produk merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa produksi dan pemeliharaan yang membuat produk tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen (Wijaya, 2011). Kualitas produk harus ditingkatkan agar dapat menarik pelanggan untuk membeli produk di suatu perusahaan. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus melihat kualitas produk agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maramis (2018) dengan hasil bahwa

Title: Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Quality Fried Chicken* (QFC) Punge Blangcut Kota Banda Aceh

Mirza Murni

variabel kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT. Air Manado dengan nilai $t_{hitung} 3,067 > t_{tabel} 0,003$ dengan tingkat signifikan $pvalue 0,003 < 0,05$.

Metodologi Penelitian

Lokasi dan Objek Penelitian Lokasi Penelitian berada di Kota Banda Aceh jl Sultan Iskandar Muda, Punge Blang Cut Kota Banda Aceh

Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan cetak biru bagi pengumpulan, pengukuran, dan penganalisaan data. Desain penelitian menyatakan baik struktur masalah penelitian maupun rencana penelitian yang akan dipakai untuk memperoleh bukti empiris mengenai hubungan-hubungan dalam masalah (Umar, 2011 : 35). Dalam penelitian ini, desain penelitian berisi tentang tujuan penelitian, jenis penelitian, horizon waktu dan unit analisis.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas yaitu desain penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antarvariabel (Sanusi, 2011:14).

Pada penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif kuantitatif yang didapatkan dari pengamatan kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Data kuantitatif dalam penelitian ini adalah perolehan nilai angket (*Quesioner*). Data kuantitatif ini dianalisis dengan uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis.

Horizon Waktu

Penelitian deskriptif dibagi menjadi dua tipe berdasarkan rentang waktu (*time horizon*) yaitu studi *cross sectional* adalah tipe studi satu tahap yang datanya berupa subjek pada waktu tertentu. Sedangkan studi *time series* adalah tipe studi yang menekankan pada data penelitian berupa rentetan waktu (Ahmadi, 2014: 67).

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan horizon waktu *cross sectional* karena penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada *Quality Fried Chicken* (QFC) cabang Punge Blang Cut Kota Banda Aceh. Waktu penelitian ini dimulai dari Juni 2022 sampai Juli 2022.

Unit Analisis

Title: Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Quality Fried Chicken* (QFC) Punge Blangcut Kota Banda Aceh

Mirza Murni

Secara fundamental, unit analisis berkaitan dengan masalah penentuan apa yang dimaksud dengan kasus dalam penelitian. Dalam studi kasus klasik, kasus mungkin bisa berkenaan dengan seseorang, sehingga perorangan merupakan kasus yang akan dikaji, dan individu tersebut unit analisis primernya (Yin, 2014:30).

Populasi

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Pendapat lain menyatakan bahwa populasi adalah keseluruhan unit analisis atau hasil pengukuran yang dibatasi oleh suatu kriteria tertentu (Rochaety, Ety. Tresnanti, Ratih. Madjid Latief, Abdul, 2009:63).

Sampel

(Rusiadi,dkk, 2014 : 31) menyatakan bahwa “Sampel adalah bagian dari jumlah karateristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.

Sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu konsumen yang minimal sudah pernah membeli ayam QFC sebanyak 2 kali. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Rao Purba sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat keyakinan penentuan sampel 95% atau 1,96

Moe = Tingkat kesalahan maksimal yang bisa ditoleransi, disini ditetapkan 10% atau 0,1

Dengan tingkat keyakinan sebesar 95% atau Z = 1,96 dan Moe 10% atau 0,1 maka jumlah sampel yang dapat ditentukan sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2}{4 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,04}$$

$$n = 96,04 \longrightarrow 96$$

Berdasarkan hasil perhitungan sampel menggunakan rumus Rao Purba, maka sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 responden yaitu pelanggan yang membeli produk *Quality Fried Chicken* (QFC) Punge Blang Cut dalam satu hari. Sampel/responden penelitian ini merupakan sampel bersyarat (*purposive sampling*) yaitu pelanggan yang minimal sudah pernah membeli *Quality Fried Chicken* (QFC) minimal dua kali.

Sumber Data

Title: Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Quality Fried Chicken* (QFC) Punge Blangcut Kota Banda Aceh

Mirza Murni

Sumber data adalah fakta atau keterangan yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Sebagian besar tujuan dari penelitian adalah memperoleh data yang relevan, dapat dipercaya dan dapat dipertanggungjawabkan.

menggunakan data primer dari pelanggan yang merupakan pembeli produk *Quality Fried Chicken* (QFC) Punge Blang Cut.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Angket/Kuisisioner

Angket/kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab.

1. = Sangat Tidak Setuju
2. = Tidak Setuju
3. = Kurang Setuju
4. = Setuju
5. = Sangat Setuju

Dalam penelitian ini yang menjadi responden dalam pengisian angket/kuisisioner adalah sampel yang telah ditentukan yaitu sebanyak 88 responden.

2. Pengamatan (*Observation*) yaitu suatu teknik pengumpulan data di mana penulis mengadakan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian yang merupakan sumber data, sehingga data yang diperoleh benar-benar bersifat objektif dan sistematis.

Wawancara (*Interview*) yaitu suatu teknik pengumpulan data di mana penulis melakukan wawancara langsung dengan pemilik usaha, pekerja dan pelanggan pada *Quality Fried Chicken* (QFC) Punge Blang Cut.

Dokumentasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan menggunakan data yang ada dalam dokumen instansi.

HASIL PENELITIAN

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda merupakan teknik analisis data yang digunakan dalam menganalisis pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Title: Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Quality Fried Chicken* (QFC) Punge Blangcut Kota Banda Aceh

Mirza Murni

Analisis ini digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah. Sugiyono (2013:333) menyatakan “Regresi berganda karena jumlah variabel independennya lebih dari satu”. Mengingat dalam penelitian ini variabel X memiliki 2 variabel bebas.

Uji Validitas

Menurut Situmorang dan Lufti (2012 : 76) Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur.

Uji Reliabilitas

5. Untuk mengetahui suatu instrumen dinyatakan reliabilitas, Sugiyono (2012) mengemukakan bahwa: “Suatu instrumen dinyatakan reliabel, bila koefisien reliabilitas minimal 0,60”. Berdasarkan pendapat tersebut, maka dapat diketahui bahwa sesuatu instrumen dinyatakan reliabel jika nilai Alpha $\geq 0,60$, sedangkan suatu instrumen dinyatakan tidak reliabel jika nilai Alpha $\leq 0,60$.

Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi yang dibuat dapat digunakan sebagai alat prediksi yang baik. Uji asumsi klasik yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian dengan melihat histogram dan normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal sehingga normalitas residual akan terlihat. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan *ploting* data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2011 : 161).

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya kolerasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan *variance inflation factor* (VIF) dan *Tolerance*. Multikolinearitas terjadi jika $VIF \geq 10$ dan nilai *tolerance* $\leq 0,1$ (Ghozali, 2013).

Uji Heteroskedastisitas

Title: Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Quality Fried Chicken* (QFC) Punge Blangcut Kota Banda Aceh

Mirza Murni

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan samaan *varians* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh pada kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Pada tingkat keyakinan 95% hipotesis penelitian dapat dijabarkan sebagai berikut:

menggunakan peralatan komputer dengan aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 22.

Uji F (Simultan)

Pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan uji parameter (uji kolerasi) dengan menggunakan uji F–statistik. Untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen, penulis menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 22.

Uji t (Parsial)

Pengujian yang dilakukan adalah uji parameter (uji kolerasi) dengan menggunakan uji t–statistik. Hal ini membuktikan apakah terdapat pengaruh antara masing-masing variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, penulis menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 22.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Quality Fried Chicken* (QFC) cabang Punge Blang Cut Banda Aceh. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Quality Fried Chicken* (QFC) cabang Punge Blang Cut Banda Aceh. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Title: Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Quality Fried Chicken* (QFC) Punge Blangcut Kota Banda Aceh

Mirza Murni

3. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Quality Fried Chicken* (QFC) cabang Punge Blang Cut Banda Aceh. Hal ini menunjukkan bahwa harga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan beberapa saran yang dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, diantaranya :

1. Diharapkan kepada *Quality Fried Chicken* (QFC) Punge Blang Cut Banda Aceh untuk meningkatkan kualitas produk dan harga kepada para pelanggannya karena kualitas produk dan harga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Diharapkan untuk penelitian dan studi selanjutnya agar dapat memperluas jangkauan dalam pengambilan data untuk wilayah yang dijadikan sebagai ruang lingkup penelitian.
3. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi literatur untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

Referensi

- Andromeda, K. (2014). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keragaman Produk Pakaian via Online Terhadap Keputusan Pembelian Secara Onlie. *Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 1–16.
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, M. A. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee . *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–11.
- Baskara, I. P., & Hariyadi, G. T. (2012). KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI SITUS JEJARING SOSIAL (SOCIAL NETWORKING WEBSITES) (Studi Pada Mahasiswa di Kota Semarang). *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro, 2011*, 1–15.
- Jansaris Jansaris, M. M. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dalam Membeli Produk Tuppverware pada Mahasiswa/i STIE PELITA Indonesia. *Jurnal Procuratio*, 6(4), 485–497.
- Jayanti, R. D. (2015). Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Harapan Maulina Hijab Jombang). *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1).
- Hermawan, K. (2013). *Brand Operation*, Jakarta: Erlangga.

Title: Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Quality Fried Chicken* (QFC) Punge Blangcut Kota Banda Aceh

Mirza Murni

- Ling, K. C., Chai, L. T., & Piew, T. H. (2010). The Effects of Shopping Orientations, Online Trust and Prior Online Purchase Experience toward Customers' Online Purchase Intention. *International Business Research*, 3(3), 63.
- Moch. Suhir, Imam Suyadi, R. (2014). Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan, dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 1–11.
- M Mujiyana, I. E. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Intenet pada Toko Online. *Jurnal TI UNDIP*, VIII(3), 143–152.
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. (2013). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek BRAND IMAGE terhadap keputusan pembelian motor. *Jurnal Teknik Industri*, 8(3), 143–152.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2014). *Consumer Behavior, Global Edition: Global Edition*. London: Pearson Higher Education.
- Sevila, Consuelo. G. (2007). *Research Methods*, Quezon City: Rex Printing Company.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business : A Skill-Building Approach*, Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Shafa, P. M., & Hariyanto, J. (2020). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian dalam Berbelanja Online Melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Bekasi). *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–18.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.