

PENGARUH HARGA, CITA RASA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN KAYU RANDU SEI BALAI KABUPATEN BATUBARA

¹Dian Wahyuni, ²Muhammad Saleh Malawat, ³Ahmad Rifandy Siregar, ⁴Indah yanda Yani Sibuea, ⁵Muhammad Fery Setiawan

^{1,2,3,4,5}Fakultas Ekonomi, Universitas Asahan, 21216, Kisaran, Sumatera Utara, Indonesia

¹dwahyuni793@gmail.com, ²salehmalawat0508@gmail.com, ³rifandyamd205@gmail.com,

⁴indahsibuea09@gmail.com, ⁵ferysetiawan331@gmail.com

ABSTRAK

Bisnis kuliner seperti rumah makan merupakan salah satu bisnis yang berkembang pesat pada masa ini. Bisnis kuliner banyak diminati oleh pelaku usaha karena memiliki prospek yang menjanjikan. Kepuasan konsumen menjadi faktor utama yang menjadi fokus perhatian pada pelaku usaha melalui persepsi harga, dan cita rasa dan lokasi. Tujuan dari pada penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, cita rasa dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan kayu randu sei balai kabupaten batubara. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, pengumpulan data menggunakan kuesioner dan menggunakan metode survey dengan alat bantu angket/kusioner menurut skala likert. Kemudian populasi pada penelitian ini adalah konsumen makan kayu randu sei balai kabupaten batubara sebanyak 99 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lokasi memperoleh hasil t_{hitung} sebesar 2,746 lebih besar dari nilai label 1,985 dengan nilai signifikan $0,007 < 0,05$ yang berarti variabel Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Pada variabel Harga memperoleh hasil t_{hitung} sebesar 2,130 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,985 dengan nilai signifikan $0,036 < 0,05$ yang berarti variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Pada variabel Cita Rasa memperoleh hasil t_{hitung} sebesar 3,093 lebih besar dari nilai tabel 1,985 dengan nilai signifikan $0,003 < 0,05$ yang berarti variabel Cita Rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci: Harga, Cita Rasa, Lokasi, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Culinary businesses such as restaurants are one of the businesses that is growing rapidly at this time. The culinary business is in great demand by business people because it has promising prospects. Consumer satisfaction is the main factor that is the focus of attention for business actors through perceptions of price, and taste and location. The aim of this research is to determine the influence of price, taste and location on customer satisfaction at the Randu Wood Restaurant Sei Balai Balai Regency, Coal Regency. The research method used is a quantitative method, data collection uses a questionnaire and uses a survey method with questionnaires according to a Likert scale. Then the population in this study were consumers who ate kapok wood from the coal district hall, totaling 99 respondents. The research results show that Location obtained a $calculated\ t\ result$ of 2.746 which is greater than the label value of 1.985 with a significant value of $0.007 < 0.05$, which means that the Location variable has a positive and significant effect on Customer Satisfaction. For the Price variable, the calculated $t\ result$ is 2.130 which is greater than the $t\ table\ value$ of 1.985 with a significant value of $0.036 < 0.05$, which means that the Price variable has a positive and significant effect on Customer Satisfaction. The Taste variable obtained a $t\ count$ of 3.093 which is greater than the table value of 1.985 with a

significant value of 0.003 < 0.05, which means the Taste variable has a positive and significant effect on Customer Satisfaction.

Keywords: price, taste, location, customer satisfaction

I. PENDAHULUAN

Pada zaman era globalisasi saat ini tidak hanya teknologi yang berkembang tetapi usaha dan bisnis juga ikut berkembang, salah satunya adalah bisnis di bidang kuliner. Bisnis kuliner saat ini telah menjadi pusat perhatian yang banyak diminati oleh para pelaku usaha karena memiliki prospek keuntungan yang menjanjikan (Mutiara dkk., 2021). Bisnis kuliner merupakan suatu usaha yang banyak dimintai oleh para pelaku usaha dikarenakan kuliner merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia. Hal ini didukung dengan terus bertambahnya jumlah penduduk yang sangat pesat yang diiringi dengan meningkatnya kebutuhan pokok manusia seperti makanan. Sebagai kebutuhan pokok maka wajib untuk dipenuhi. Hal ini tentunya menjadi peluang tersendiri bagi para pelaku bisnis untuk menyediakan jasa pelayanan kuliner (Sari, 2018).

Berkembangnya dunia usaha mewajibkan para pelaku bisnis untuk selalu melakukan perubahan dan perbaikan terhadap cara dalam melayani konsumen, memberikan fasilitas dan strategi dalam menghadapi persaingan. Banyaknya pelaku usaha yang menawarkan produk mereka menyebabkan konsumen memiliki banyak pilihan atas produk yang ditawarkan, tinggal tergantung pada konsumen untuk menyesuaikan dengan apa yang mereka butuhkan, oleh karena itu para pelaku bisnis harus mampu menyediakan produk yang terbaik dan memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen (Nugroho & Astuti, 2021)

Pertumbuhan usaha kuliner di era global seperti saat ini terus meningkat sehingga para pelaku bisnis harus mampu menciptakan inovasi atau cara baru dan kreatif dalam mengembangkan usahanya sehingga menjadi daya tarik tersendiri terhadap konsumen agar para pebisnis dapat bersaing dengan pesaing lainnya (Amir Hamzah Siregar, 2021). Ketatnya persaingan pada masa ini, para pelaku bisnis dituntut untuk mampu memaksimalkan kinerjanya agar dapat bersaing di pangsa pasar. Oleh karena itu diperlukan penerapan strategi pemasaran yang baik dan pihak manajemen juga harus mampu mengetahui kebutuhan dari para konsumennya. Menurut Firdiyansyah (2017) Pebisnis harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya, sehingga dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen maka akan memberikan catatan penting untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan suatu perasaan yang dialami oleh seseorang ketika telah membandingkan antara hasil yang ia rasakan dengan harapannya. Menurut Margareta (2004) dalam Agestina & Susilowati (2019) Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan bagian dari pengalaman terhadap suatu produk yang telah dirasakan. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya, Konsumen akan merasakan puas apabila harapan terhadap produk dapat terpenuhi. Para konsumen memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi konsumen untuk melakukan perbandingan terhadap hasil yang di dapat dari produk yang telah dirasakannya yang mana akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Semakin terpenuhi harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin merasa puas atas hasil yang telah diberikan.

Tidak hanya itu untuk mengukur aspek kepuasan konsumen akan mempertimbangkan dari aspek lainnya seperti harga, cita rasa dan lokasi serta kualitas produk.

Harga adalah jumlah uang yang di bebankan atau dikenakan atas sebuah produk atau jasa. harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga tidak cocok. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut (Tombeng dkk., 2019). Harga memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan, oleh karena itu ini harus diperhatikan oleh pelaku bisnis, sehingga akan menanamkan persepsi kepada konsumen untuk menggunakan produk kembali.

Pelaku bisnis juga harus pandai dalam memilih lokasi yang baik sebagai tempat untuk melakukan kegiatan usaha nantinya karena dengan lokasi yang strategis akan lebih memberikan dampak yang baik bagi pebisnis. Memilih lokasi yang dekat dengan keramaian dan mudah dijangkau oleh konsumen merupakan salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pebisnis. Pemilihan lokasi yang tepat dan strategis akan lebih sukses dibandingkan dengan lokasi lainnya yang berlokasi kurang strategis (Setiawati dkk., 2020). Selain itu, lokasi juga sangat memengaruhi risiko dan keuntungan perusahaan secara keseluruhan. Keamanan di sekitar lokasi rumah makan yang terjamin, arus lalu lintas menuju lokasi lancar, kondisi lingkungan nyaman. Lokasi yang strategis dapat memengaruhi kepuasan pelanggan karena berkaitan dengan akses untuk mendapatkan produk tersebut.

Cita rasa merupakan bentuk kerja sama dari keempat macam indera manusia, yakni perasa, penciuman, perabaan dan penglihatan. Yang mana ini juga menjadi indikator yang penting bagi konsumen dalam keputusan pembelian suatu produk (Husna dkk., 2021). Kesan pertama yang dirasakan pelanggan pada saat pertama kali melakukan pembelian makanan atau mencoba menu makanan baru pasti dinilai melalui cita rasa dari makanan tersebut. Cita rasa bagi pelanggan ialah keunikan dari rasa yang dipunyai dari setiap warung makan. Dimana untuk dapat menilai cita rasa pada suatu makanan dapat dilihat dari aroma, rasa, dan tingkat kematangan. Hal ini membuktikan bahwa cita rasa yang dimiliki pengusaha kuliner akan berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan (Hariyanto dkk., 2022).

Rumah Makan Kayu Randu merupakan salah satu rumah makan yang terletak di Jl. Lintas Sumatra No.KM. 140, Simpang Kec. Sei Balai, Kabupaten Batu Bara, Sumatera Utara. Rumah makan ini menawarkan banyak menu makanan dan minuman seperti ayam bakar, ikan bakar, nasi goreng, macam-macam jus dan lain-lain. Pada saat ini Rumah Makan Kayu Randu sedang membuat terobosan baru yakni dengan menambah menu makanan seperti menawarkan menu masakan khas tapanuli selatan, masakan melayu, dan masakan jawa sehingga menjadikannya satu-satunya rumah makan yang menyediakan masakan dari berbagai daerah tersebut. Serta tempatnya yang asri dikelilingi persawahan menjadikannya tempat yang nyaman untuk beristirahat dan dilengkapi wahana bermain untuk anak-anak sehingga cocok untuk menjadikannya salah satu tempat berlibur sembari makan istirahat.

Dalam hal ini Rumah Makan Kayu Randu dituntut untuk terus mempertahankan pasarnya agar tetap bertahan dan terus dapat meningkatkan jumlah pendapatan serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Maka untuk dapat bertahan ditengah maraknya persaingan Rumah Makan Kayu Randu harus menciptakan strategi pemasaran yang

berorientasi pada kepuasan konsumen. Beberapa faktor yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah harga, cita rasa dan lokasi.

II. METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis & Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode terjun langsung lapangan untuk mengadakan penelitian. Penelitian lapangan adalah penelitian yang bertujuan mempelajari secara intensif latar belakang dan keadaan sekarang dan interaksi lingkungan yang terjadi pada suatu satuan sosial. Dimana metode ini digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas dan digunakan untuk membuktikan hipotesis melalui perhitungan-perhitungan dan analisis terhadap hasil penelitian dan hasilnya dapat digunakan untuk membuat kesimpulan (Mutiara dkk., 2021) .Penelitian ini menggunakan metode survey dengan alat bantu angket/kusioner menurut skala likert. Skala likert adalah metode yang mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan menyatakan puas dengan ketidak puasan terhadap subyek, objek atau kejadian tertentu(Syahidin & Adnan, 2022).

Kategori	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Kayu Randu yang terletak di Jl. Lintas Sumatra No.KM. 140, Simpang Kec. Sei Balai, Kabupaten Batu Bara, Sumatera Utara. Penelitian ini berlangsung pada bulan November tahun 2023.

C. Populasi dan sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Idris dkk., 2019). Dalam penelitian ini, populasinya adalah seluruh pelanggan Rumah Makan Kayu Randu Sei Balai Kabupaten Asahan pada bulan November tahun 2023 yang berjumlah (-/+) 10.500 orang. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Idris dkk., 2019). Dari populasi yang ditetapkan didapat jumlah sampel penelitian dengan menggunakan rumus Slovin, yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + N (e^2)}$$

Keterangan : n = Jumlah Sampel
 N = Jumlah Populasi
 e = Tingkat Kesalahan Pengambilan Sampel (10%)

Berdasarkan rumus tersebut maka jumlah sampel yang diambil adalah :

$$n = \frac{N}{1 + N(e^{-2})}$$

$$n = \frac{10.500}{1 + 10.500(0,1)^2} = 99,05$$

Maka jumlah sampel yang diambil adalah 99 pelanggan rumah makan kayu randu sei balai batubara.

D. Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data primer yakni Informasi yang akan digunakan sebagai sumber data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden (Anggyta, 2020). dengan memberikan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari pelanggan Rumah Makan Kayu Randu Sei Balai Kabupaten Batubara yang menjadi responden penelitian.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-Laki	45	45,45
2	Perempuan	54	54,55
Jumlah		99	100

Berdasarkan jenis kelamin terlihat bahwa 45 orang responden berjenis laki-laki dan 54 orang responden berjenis kelamin perempuan. Hal ini menunjukkan yang paling dominan untuk makan di Rumah Makan Kayu Randu adalah berjenis kelamin perempuan.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	20 – 30	48	48,49
2	31 - 40	40	40,40
3	>40	11	11,11
Jumlah		99	100

Berdasarkan usia menunjukkan bahwa pelanggan yang makan pada Rumah Makan Kayu Randu berusia diantara 20 – 30 tahun sebanyak 48 orang, kemudian usia 31 – 40 tahun sebanyak 40 orang, pada usia >40 tahun sebanyak 11 orang. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan yang paling banyak makan di Rumah Makan Kayu Randu berusia 20 – 30 tahun.

A. Jawaban Responden Terhadap Variabel Lokasi

Dari 99 responden mengenai lokasi yang mudah ditemukan dapat disimpulkan bahwa 34,3% menyatakan sangat setuju, 44,4% menyatakan setuju, 17,1% menyatakan kurang setuju, sedangkan 4,1% menyatakan tidak setuju. Rata-rata responden memberikan penilaian setuju mengenai lokasi yang mudah ditemukan. Penjelasan responden mengenai Keamanan disekitar lokasi Rumah Makan Kayu Randu terjamin, dari 99 responden terdapat 26,2% menyatakan sangat setuju. 44,4% menyatakan setuju, 25,2% menyatakan kurang setuju, dan 4,1% menyatakan tidak setuju. Rata-rata responden menyatakan setuju pada Keamanan disekitar lokasi Rumah Makan Kayu Randu terjamin.

B. Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga

Dari 99 responden mengenai Harga yang ditawarkan Rumah Makan L.Gian sangat terjangkau terdapat 26,2% menyatakan sangat setuju, 43,4% menyatakan setuju, 23,2% menyatakan tidak setuju, dan 7,1% menyatakan tidak setuju. Rata-rata responden menyatakan setuju tentang Harga yang ditawarkan Rumah Makan L.Gian sangat terjangkau. Penjelasan responden mengenai harga yang ditawarkan Rumah Makan L.Gian sesuai dengan kualitas makanan, dari 99 responden 24,2% menyatakan sangat setuju, 42,4% menyatakan setuju, 25,5% menyatakan kurang setuju, dan 8,1% menyatakan tidak setuju.

C. Jawaban Responden Terhadap Variabel Cita Rasa

Dari 99 responden mengenai Rasa masakan pada Rumah Makan Kayu Randu sesuai dengan selera pelanggan, dari 99 responden 33,3% menyatakan sangat setuju, 40,4% menyatakan setuju, 21,2% menyatakan kurang setuju, dan 5,1% menyatakan tidak setuju. Rata-rata responden menyatakan setuju untuk pernyataan Rasa masakan pada Rumah Makan L.Gian Kisaran sesuai dengan selera pelanggan. Penjelasan responden mengenai Rumah Makan Kayu Randu memasak dengan tingkat kematangan yang pas dari 99 responden 29,2% menyatakan sangat setuju, 49,4% menyatakan setuju, 19,1% menyatakan kurang setuju dan 2,1% menyatakan tidak setuju.

D. Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan

Dari 99 responden mengenai pemilihan Rumah Makan Kayu Randu karena makanan yang ada sangat lezat 36,3% responden menyatakan sangat setuju, 44,4% menyatakan setuju, 18,1% menyatakan kurang setuju, dan 1,1% menyatakan tidak setuju. Rata-rata responden menyatakan setuju tentang untuk memilih Rumah Makan Kayu Randu karena makanan yang ada di rumah makan L.Gian sangat lezat. Penjelasan responden mengenai akan merekomendasikan kepada orang lain untuk berkunjung ke Rumah Makan Kayu Randu, dari 99 responden 32,3% menyatakan sangat setuju, 48,4% menyatakan setuju, 16,1% menyatakan kurang setuju, dan 3,1% menyatakan tidak setuju. Rata-rata responden menyatakan setuju untuk pernyataan akan merekomendasikan kepada orang lain untuk berkunjung ke Rumah Makan Kayu Randu.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwasanya harga, cita rasa serta lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari segi harga yang ditawarkan oleh rumah makan kayu randu sei balai di kabupaten batubara terbilang cukup murah sehingga semua kalangan konsumen bisa merasakannya, serta cita rasa masakan yang diberikan juga tidak kalah enak dari rumah makan mewah yang ada di Kabupaten Batubara kemudian lokasi nya yang strategis yakni terletak di jalan

utama lintas sumatra utara dan terletak dekat dengan daerah perkotaan menjadikannya salah satu pilihan bagi konsumen untuk tempat beristirahat dan bersantap.

DAFTAR PUSTAKA

- Agestina, K., & Susilowati, I. (2019). ANALISIS PENGARUH LOKASI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KONSUMEN HANNA KEBAB DI KEBUMEN. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 1(1), 110–121. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v1i1.395>
- Amir Hamzah Siregar, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Cita Rasa Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Mbak Siti. *Journal Economy and Currency Study (JECS)*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.51178/jecs.v3i1.131>
- Anggyta, Y. A. (t.t.). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MIE GACOAN SIDOARJO*.
- Firdiyansyah, I. (2017). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA WARUNG GUBRAK KEPRI MALL KOTA BATAM*. 1(1).
- Hana, Q. R. (t.t.). *PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO*.
- Hariyanto, A. T., Wahyuni, S., & Widodo, J. (2022). *PENGARUH CITA RASA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA WARUNG MAKAN BANK ONE 2 DI JALAN MASTRIP JEMBER)*. 16.
- Husna, A., Zuriani, Z., & Sumitro, S. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITA RASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA AYAM GEPREK WARUNG ENDUS SIBUAYA. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i2.24>
- Idris, A., Kusasi, F., & Haji, R. A. (t.t.). *PENGARUH LOKASI, CITA RASA, HARGA, PERCEIVED VALUE DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN TANJUNG SEBAUK*.
- Mutiara, S., Hamid, R. S., & Suardi, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.300>
- Nugroho, A., & Astuti, P. B. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(3), 598–608. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v3i3.900>
- Sari, R. R. N. (2018). PENGARUH CITA RASA, HARGA, DAN TEMPAT TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (Studi Pada Kedai Mie Djoedes Pare). *JURNAL EKUIVALENSI*, 4(2), Article 2.
- Setiawati, S., Guspul, A., & Meftahudin, M. (2020). PENGARUH SERVICE QUALITY, FOOD QUALITY, PRICE DAN LOKASI TERHADAP

KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada Cafe Eatbox Kitchen Wonosobo). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.32500/jebe.v1i2.1229>

Situmeang, L. S. (2017). *PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMETERA UTARA 2017*.

Syahidin, S., & Adnan, A. (2022). Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.55542/gpjer.v4i1.209>

Tombeng, B., Roring, F., & Rumokoy, F. S. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN RAJA OCI MANADO. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), Article 1. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i1.22918>