

## PENINGKATAN KUALITAS PRODUK DAN HARGA UMKM SOTO AYAM SURABAYA “CAK NOER” KARAWANG

<sup>1</sup>Mawa Syahputri

<sup>2</sup>Aura Aulia

<sup>3</sup>Santi Pertiwi Hari Sandi

<sup>4</sup>Dwi Epty Hidayaty

\*Penulis korespondensi: [mn21.mawasyahputri@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn21.mawasyahputri@mhs.ubpkarawang.ac.id)

[mn21.auraaulia@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn21.auraaulia@mhs.ubpkarawang.ac.id)

[santi.pertiwi@ubpkarawang.ac.id](mailto:santi.pertiwi@ubpkarawang.ac.id)

[dwi.epty@ubpkarawang.ac.id](mailto:dwi.epty@ubpkarawang.ac.id)

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan  
Karawang, Jawa Barat, Indonesia

### ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil Menengah atau biasa disebut UMKM adalah kegiatan yang menjadi salah satu sumber kekuatan ekonomi negara. Tujuan dari kegiatan observasi ini adalah untuk mengetahui kualitas produk yang dijual dan harga yang ditawarkan oleh usaha Soto Ayam Surabaya Cak Noer. Metode kegiatan observasi ini menggunakan metode deskriptif observatif yang diambil melalui pendapat subjek saat melakukan observasi. Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung kepada para pemilik usaha, dan data sekunder dari penelitian ini didapatkan dari artikel maupun buku yang berkaitan dengan judul penelitian. Hasil kunjungan menunjukkan bahwa Soto Ayam Surabaya Cak Noer dapat mempertahankan serta meningkatkan kepuasan konsumen. Kualitas produk yang diproduksi oleh soto ayam ini cukup terbilang baik karena bahan-bahan yang digunakan langsung dari pasar dan harga yang cukup terjangkau untuk setiap menunya. Soto Ayam Surabaya Cak Noer dapat menambah menu selain soto ayam sehingga memiliki beberapa variasi menu yang dapat dibeli oleh konsumennya. Soto Ayam Cak Noer juga dapat mencoba untuk membuka bisnis media online seperti Go Food atau Grab Food agar dapat meningkatkan minat beli konsumen.

Kata kunci: kualitas produk, harga, kepuasan konsumen

### ABSTRACT

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are an activity that is one of the sources of the country's economic power. The purpose of this observation activity is to know the quality of the products sold and the price offered by Soto Ayam Surabaya Cak Noer's business. This method of observation activity uses a descriptive method of observation taken through the subject's opinion when conducting the observation. Primary data is obtained through interviews and direct observation of business owners, and secondary data from this study are obtained from articles and books related to research titles. The results of the visit show that Soto Ayam Surabaya Cak Noer can maintain and increase customer satisfaction. The quality of products produced by chicken soto is quite good because the ingredients are used directly from the market and the price is quite affordable for each menu. Soto Ayam Surabaya Cak Noer can add menus other than chicken soto it has several variations in menus that can be purchased by its consumers. Soto Ayam Cak Noer can also try to open an online media business such as Go Food or Grab Food to increase consumer buying interest.*

*Keywords: product quality, price, customer satisfaction*

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah atau biasa disebut UMKM adalah kegiatan yang menjadi salah satu sumber kekuatan ekonomi negara. UMKM dianggap sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia, menurut Hartadi A Sarwono dalam sambutan pada Profil Bisnis UMKM BI, UMKM memiliki tingkat penyerapan tenaga kerja nasional dan memiliki kontribusi pada produk domestik bruto (PDB) sekitar 57%. Arti UMKM tertuang pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, UMKM dianggap sebagai usaha bisnis yang dilakukan oleh individu, rumah tangga atau badan usaha ukuran kecil (Hidayaty et al., 2022). UMKM ini banyak digemari oleh masyarakat karena tidak memerlukan syarat khusus untuk memulai usaha, salah satunya adalah usaha kuliner (Irawan, 2020).

Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui permasalahan apa saja yang ada pada UMKM, kemudian setelah diketahui permasalahannya mulai mencari solusi yang tepat dalam mengatasi permasalahan tersebut. Tujuan lainnya seperti mengetahui kualitas produk yang dijual dan harga yang ditawarkan oleh usaha Soto Ayam Surabaya Cak Noer. Kualitas produk menurut Assauri (2009) ialah suatu hal yang harus diperhatikan oleh sebuah perusahaan dikarenakan kualitas produk sangat berhubungan dengan masalah kepuasan pelanggan, dimana merupakan tujuan dari sebuah operasi perusahaan (Maryam Batubara, 2022). Menurut Kotler Amstrong (2012) kualitas produk adalah sebuah kemampuan suatu produk untuk menunjukkan fungsinya, contohnya seperti daya tahan secara keseluruhan durabilitas, realibilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, perawatan produk dan atribut lainnya.

Menurut Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa harga adalah elemen bauran pemasaran satu-satunya yang menghasilkan pendapatan sedangkan elemen yang lainnya mengeluarkan biaya. Harga juga adalah elemen yang fleksibel, dimana dapat diubah dengan cepat (Irawan, 2020). Menurut Rahman (2010) penetapan harga memiliki tiga orientasi tujuan yang pertama adalah berupa pendapatan, yang kedua adalah kapasitas dan yang terakhir adalah pelanggan. Kegiatan ini merujuk pada penelitian terdahulu oleh Rissa Mustika Sari dan kawan-kawan lainnya (2021) dengan judul Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise), sedangkan kegiatan observasi kami memiliki judul Kualitas Produk dan Harga Pada Soto Ayam Surabaya “Cak Noer” Karawang.

## **METODE**

Metode kegiatan observasi ini menggunakan metode deskriptif observatif yang diambil melalui pendapat subjek saat melakukan observasi. Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung kepada para pemilik usaha, dan data sekunder dari penelitian ini didapatkan dari artikel maupun buku yang berkaitan dengan judul penelitian. Kunjungan UMKM ini dilakukan pada 14 Maret 2023 di usaha kuliner Soto Ayam Surabaya Cak Noer sedangkan observasi di usaha yang sejenis yaitu Panca Rasa dilakukan pada tanggal 15 Mei 2023. Kunjungan ini mengambil target sasaran yaitu kepada pelaku UMKM kuliner yang ada di Jl.HS Ronggo Waluyo, Telukjambe Timur, Karawang Jawa Barat. Prosedur kunjungan ini memerlukan beberapa langkah yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap pelaporan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **HASIL KEGIATAN**

Pengusaha bisnis sebisa mungkin harus dapat bersaing dengan para kompetitor (Hamidah & Pertiwi Hari Sandi, 2023). Agar dapat bersaing, bisnis yang dibangun dapat menghasilkan produk yang serupa tetapi dengan harga serta kualitas yang berbeda. Kualitas produk merupakan suatu pemahaman tentang produk yang ditawarkan oleh penjual yang memiliki nilai jual sesuai dengan kualitas yang tidak dimiliki oleh merek lain (Aprita Nur Maharani & Ali Alam, 2022). Kualitas produk yang dimiliki dapat mencerminkan bagus atau tidaknya suatu produk tersebut.

Kualitas produk yang baik dapat menimbulkan rasa puas bagi konsumennya, Ketika konsumen merasa puas akan sebuah produk, biasanya konsumen tersebut akan membeli kembali hingga merekomendasikannya kepada orang terdekat agar membeli produk tersebut yang sedang mereka gunakan. Konsumen juga dapat membandingkan produk tersebut dengan produk lainnya. Oleh karena itu, pengusaha bisnis harus memperhatikan kualitas produknya karena kepuasan konsumen merupakan hal penting untuk mempertahankan bisnis serta bersaing dengan para kompetitornya. Peningkatan kualitas produk juga merupakan hal yang sangat penting karena kualitas produk perusahaan dapat terus meningkat kualitasnya (Cardia et al., 2019).

Soto Ayam Surabaya Cak Noer merupakan salah satu UMKM di bidang kuliner yang berada di Jl.HS Ronggo Waluyo, Telukjambe Timur, Karawang Jawa Barat, Usaha soto ayam Surabaya ini didirikan oleh Ibu Maryani dan suaminya sejak tahun 2012. Sebelum menjadi pengusaha kuliner, Ibu Maryani bekerja dengan adiknya selama 2 tahun sambil belajar untuk membuka usaha soto sendiri. Ibu Maryani berjualan di ruko dengan biaya sewa tahunan sebesar 25 juta per tahunnya. Pendapatan yang dihasilkan oleh Ibu Maryani dari usaha soto ini sebesar 10

juta sebulan belum termasuk dengan hitungan lain-lain (*gross profit*). Ibu Maryani serta suami menekuni usaha bisnis kulinernya karena merupakan sumber penghasilan utama untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Selama 11 tahun usaha ini berjalan, usaha ini tidak menggunakan media online untuk memasarkan usahanya dikarenakan Ibu Maryani belum paham serta merasa jika berjualan menggunakan media online seperti Go Food karena merasa sulit dilakukan. Dalam memasarkan produknya, Soto Ayam Cak Noer memiliki pelanggan tetap, menggunakan teknik marketing *word of mouth* (WOM) yaitu penyampaian mengenai pengalaman konsumen membeli produk yang disampaikan dari mulut ke mulut, serta pemasaran secara konvensional yaitu dengan memasang spanduk didepan ruko tempat mereka berjualan. Soto Ayam Cak Noer sebelumnya memiliki 1 karyawan tetapi karyawan tersebut mengundurkan diri, jadi usaha ini hanya dilakukan oleh Ibu Maryani dan suaminya.



**Gambar 1. Ruko UMKM Soto Ayam Surabaya Cak Noer**

Lokasi Usaha Soto Ayam Surabaya Cak Noer ini memilih untuk berdekatan dengan kampus, karena banyak mahasiswa rantau yang kos dan tidak sempat untuk memasak. Hal ini terbukti dengan skala yang ada pada usaha kuliner yang berada di dekat kampus Universitas Singaperbangsa Karawang dan Universitas Buana Perjuangan Karawang usaha ini laris manis hingga mampu menghasilkan omset jutaan rupiah. Usaha ini berada dekat dengan lingkungan kampus yang artinya mahasiswa adalah salah satu target pasar yang dituju, sehingga harga yang ditetapkan oleh Soto Ayam Surabaya Cak Noer ini harus sesuai dengan kantong para mahasiswa. Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap pemilik usaha kuliner Soto Ayam Cak Noer, diperoleh beberapa informasi mengenai usaha yang dijalankan. Berikut adalah

beberapa informasi harga yang ada di menu Soto Ayam Surabaya Cak Noer dari hasil wawancara yang dilakukan:

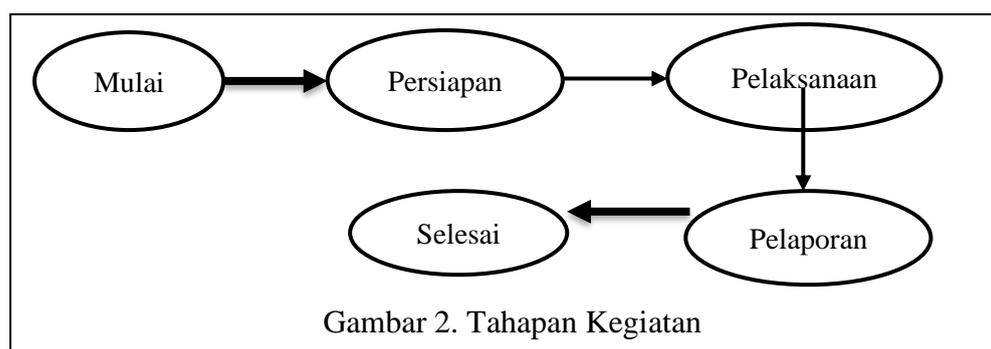
Tabel 1. Menu Soto Ayam Cak Noer

MENU	HARGA
Soto Ayam	Rp.10.000
Nasi	Rp. 3.000
Aneka sate (Ampela, usus, dll)	Rp. 2.000
Ceker ayam kampung	Rp. 2.000
Sayap ayam kampung	Rp.4.000
Kerupuk	Rp.1.000
Teh tawar	Rp. 1.000

Sumber: Hasil kunjungan, 2023.

Kualitas produk yang diproduksi oleh soto ayam ini cukup terbilang baik karena bahan-bahan yang digunakan selalu *fresh* dari pasar, sampai saat ini belum ada komplain dari pelanggan mengenai cita rasa yang dimiliki usaha ini. Mulai dari bahan tambahan seperti kerupuk yang tidak pernah lembab, sate ampela, sate kulit dan lain-lain yang tidak pernah bau, menunjukkan bahwa kualitas produk soto ayam ini selalu diperhatikan. Salah satu penambah selera dari soto ini adalah sambal yang dimiliki usaha ini karena sangat khas dan cocok dilidah semua orang.

Tahapan dalam kegiatan kunjungan ini agar dapat dijalankan dengan baik adalah dengan beberapa langkah yaitu:



#### - Tahap Persiapan

Pada tahap ini yang dilakukan peneliti adalah mempersiapkan pertanyaan untuk wawancara, dan mencari UMKM yang yang bisa dijadikan bahan penelitian serta meminta izin kepada pemilik usaha apakah bersedia apabila usahanya dijadikan objek penelitian.

- Tahap Pelaksanaan

Setelah mendapatkan izin dari pemilik usaha, pada tahap ini adalah memulai menggali data informasi melalui teknik wawancara dan observasi lingkungan sebagai data primer yang berisi jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang telah dibuat sebelumnya.

- Tahap Pelaporan

Tahap pelaporan ini adalah tahapan menyusun data hasil observasi yang telah dilakukan, melakukan pengecekan data agar data dapat dipercaya sumbernya, setelah penyusunan laporan selesai dibuat maka laporan penelitian harus disusun secara sistematis sesuai prosedur yang dibuat.

## **PEMBAHASAN**

Agar perusahaan dapat sukses dalam menjalankan suatu bisnis, perusahaan harus dapat menetapkan harga yang tepat untuk produknya. Harga adalah salah satu faktor pertimbangan para konsumen dalam keputusan pembelian, apalagi jika harga yang ditawarkan sangat tidak sesuai dengan kualitas produk yang diberikan. Sebuah bisnis tidak boleh menetapkan harga yang terlalu rendah yang dapat menyebabkan kerugian serta harga yang terlalu tinggi yang dapat menurunkan permintaan konsumen (Shafitri et al., 2021). Oleh sebab itu antara kualitas dan harga saling berkaitan.

Hal penting yang harus di perhatikan dalam setiap usaha adalah kualitas produk. Indikator kualitas produk menurut Garvin terdapat delapan indikator (Winata, 2020): (1) kinerja, (2) tampilan, (3) keandalan, (4) kesesuaian, (5) daya tahan, (6) pelayanan, (7) estetika, (8) kualitas

### **Kualitas produk Soto Ayam Surabaya Cak Noer dapat mempertahankan kualitas yang baik untuk para konsumennya.**

Berdasarkan jawaban dari pemilik usaha tersebut, dalam mempertahankan kualitas produk, maka bahan-bahan yang digunakan harus dalam kondisi segar, dan proses pembuatan produk dilakukan pada hari itu juga saat ingin dijual. Tidak menggunakan bahan pengawet serta dibuat dengan standar kebersihan, membuat kualitas produk usaha ini tetap terjaga. Kualitas produk dapat dikatakan sebagai kemampuan suatu produk dalam menunjukkan fungsinya (Cardia et al., 2019). Penilaian konsumen terhadap kualitas suatu produk dapat dievaluasi melalui bahan yang digunakan, rasa, serta penampilan dari produk tersebut (Anggraeni & Soliha, 2020). Pada dasarnya, konsumen dalam memenuhi kebutuhan serta keinginannya lebih menyukai produk yang memiliki kualitas baik (Woen & Santoso, 2021). Kualitas produk dianggap sebagai tolak ukur

dalam sebuah produk apakah produk tersebut dapat dikatakan baik atau tidak. Kualitas produk juga sangat diperhatikan oleh konsumen dalam menentukan keputusan pembeliannya terhadap suatu produk (Fenny et al., 2021).

Usaha ini harus tetap mampu mempertahankan kualitas produk yang diproduksi karena kualitas produk akan memberikan dampak yang sangat besar terhadap keputusan pembelian konsumen. Pemilihan kualitas bahan-bahan untuk membuat soto dan menu lainnya juga diperhatikan cukup baik karena pemilik mengambil langsung dari pasar sehingga dapat memilih serta memperhatikan kualitasnya secara langsung. Bahan-bahan yang digunakan juga jangan sampai mengecewakan para pelanggan yang pada akhirnya akan berpaling kepada usaha kuliner soto yang lainnya. Diharapkan Soto Ayam Surabaya Cak Noer dapat mempertahankan kualitas produknya agar tetap mampu dalam mempertahankan serta meningkatkan kepuasan bagi para konsumennya.

Menurut Kotler (2007) harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk atau jasa yang ditukarkan kepada pelanggan untuk mendapatkan atau memiliki manfaat dari produk tersebut, beberapa indikator menurut Kotler adalah: (1) keterjangkauan harga, (2) kesesuaian harga dengan kualitas produk, (3) daya saing, (4) kesesuaian harga dengan manfaat produksi, (5) harga mempengaruhi daya beli konsumen, (6) harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan.

### **Penentuan harga pada produk Soto Ayam Surabaya Cak Noer yang ditetapkan telah sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan kepada para konsumen.**

Menurut pemilik usaha tersebut harga yang ditetapkan telah diperhitungkan dan sesuai dengan pasaran yang ada, sehingga antara satu porsi soto dan harga soto sudah sangat sepadan. Harga bahan-bahan seringkali naik turun, namun dalam penetapan harga akan disesuaikan dengan porsi yang ditetapkan. Soto Ayam Surabaya Cak Noer memiliki harga yang cukup terjangkau untuk setiap menunya. Karena usaha ini juga berada di sekitar lingkungan kampus, maka antara harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk yang dimiliki.

Harga dianggap sebagai gambaran kualitas sebuah produk karena konsumen dapat mempertimbangkan kualitas produk dengan harga yang sesuai, hal ini biasanya dapat terjadi pada konsumen wanita (Bali, 2022). Harga suatu barang harus sama dengan biaya untuk menghasilkan barang tersebut, termasuk dengan upah tenaga kerja (Arfid Guampe et al., 2023). Harga yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan akan menarik perhatian, apalagi jika kualitas produknya bagus dengan harga yang terjangkau, pasti usaha tersebut akan laris manis. Meskipun begitu hal ini juga

menjadi tantangan para pelaku usaha apabila bahan-bahan yang digunakan mengalami kenaikan harga. Ketika bahan-bahan untuk produksi mengalami kenaikan harga, maka penjual juga harus mampu dalam memilih bahan-bahan yang memiliki kualitas baik dengan harga yang sedikit lebih terjangkau agar sesuai dengan harga yang telah ditetapkan dan tidak mengalami kerugian.

### **Keunggulan produk yang dimiliki oleh Soto Ayam cak Noer sehingga dapat bertahan diantara para kompetitornya**

Keunggulan sebuah produk dapat menciptakan persaingan yang kompetitif dimana hal ini akan memberikan pemahaman mengenai proses peningkatan pada produk dan harga yang ditawarkan, keunggulan bersaing secara parsial dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap UMKM (Silviana Rohman Santi Pertiwi Hari Sandi, 2023). Menurut pemilik usaha, keunggulan produk yang dimiliki oleh Soto Ayam Surabaya Cak Noer ini adalah memiliki cita rasa soto yang enak serta menu tambahan yang cukup bervariasi dengan harga yang cukup terjangkau sehingga konsumen juga merasa puas. Cita rasa merupakan cara pemilihan *taste* (rasa) makanan yang harus dibedakan dari makanan tersebut (Endah & Wulandari, 2021).

Usaha kecil yang mampu bersaing dalam sebuah pasar adalah usaha yang mampu untuk menjaga dan mempertahankan harga serta cita rasa produk yang ditawarkan (Husna, 2021). Secara umum, para produsen makanan akan berusaha untuk dapat menghasilkan produk yang memiliki kualitas terbaik (Amir Hamzah et al., 2021). Sebuah usaha kuliner harus mampu untuk menjaga harga serta rasa produk agar nama baik usaha tetap baik dimata para konsumen. Cita rasa produk kuliner akan sangat berpengaruh dengan adanya respon dari konsumen. Menurut Husna (2021), sebuah usaha kuliner juga harus meningkatkan kualitas dan promosi produknya untuk memenangkan persaingan ketat dengan para kompetitor sehingga mampu mempertahankan kepuasan konsumen bahkan menambah jumlah konsumen.

### **Cara Soto Ayam Soto Cak Noer dalam memasarkan produknya kepada masyarakat**

Promosi UMKM adalah kegiatan penting untuk memasarkan produk kuliner Soto Ayam Surabaya Cak Noer ini agar para pelanggan lebih mudah untuk mengetahui dan mencoba produk tersebut. Memasarkan produk juga salah satu cara untuk menarik pelanggan (Silviana Rohman Santi Pertiwi Hari Sandi, 2023). Berdasarkan hasil kunjungan yang dilakukan, pemilik berkata bahwa Soto Ayam Surabaya Cak Noer menggunakan menggunakan teknik *word of mouth* (WOM) yaitu penyampaian mengenai pengalaman konsumen membeli produk yang disampaikan dari mulut ke mulut, serta pemasaran secara konvensional yaitu dengan memasang spanduk

didepan ruko tempat mereka berjualan. Walaupun Soto Ayam Surabaya Cak Noer hanya melakukan promosi dengan teknik *word of mouth* dan belum melakukan promosi ke media sosial tetapi mereka memiliki pelanggan tetap dan banyak konsumen yang datang karena kualitas produk baik dengan harga yang ditetapkan cukup terjangkau.

Pemilik usaha harus mampu untuk memilih serta menjalankan strategi promosi yang tepat untuk menjual produknya kepada konsumen (Arismal Rezki & Retno Hapsari, 2019). Promosi menjadi kegiatan yang penting dilakukan untuk mempertahankan kepuasan konsumen agar tidak berpaling ke usaha kuliner lain. Promosi juga dapat menambah jumlah konsumen agar tertarik mencoba produk yang ditawarkan, Dengan adanya promosi, diharapkan tingkat penjualan usaha akan mengalami peningkatan. Untuk memperkenalkan Soto Ayam Cak Noer kepada masyarakat maka kegiatan promosi yang dapat dilakukan seperti mencoba melakukan promosi dengan media online untuk menarik lebih banyak konsumen.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Kegiatan kunjungan ini membahas tentang kualitas dan harga pada UMKM Soto Ayam Surabaya Cak Noer. Dari hasil kunjungan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Soto Ayam Cak Noer memiliki kualitas produk yang baik sehingga mampu dalam mempertahankan serta menambah kepuasan para konsumennya. Bahan-bahan yang digunakan untuk pembuatan soto serta menu tambahan dipesan langsung dari pasar serta pemilihan bahan-bahan juga dilakukan dengan teliti sehingga kualitas produk tetap bertahan dengan baik.

Selanjutnya, untuk harga yang ditetapkan sudah terjangkau sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Dengan harga yang terjangkau serta kualitas produk yang baik, Soto Ayam Surabaya Cak Noer dapat mempertahankan serta menambah kepuasan bagi para konsumennya. Diharapkan untuk kualitas produk serta harga Soto Ayam Cak Noer untuk tetap dipertahankan dengan baik agar para konsumen tidak merasa kecewa yang mengakibatkan konsumen berpaling ke usaha kuliner soto yang lain. Soto Ayam Surabaya Cak Noer dapat menambah menu selain soto ayam sehingga memiliki beberapa variasi menu yang dapat dibeli oleh konsumennya. Soto Ayam Cak Noer juga dapat mencoba untuk membuka bisnis media online seperti Go Food atau Grab Food agar dapat meningkatkan minat beli konsumen.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Amir Hamzah, S., Susana, Ritonga, Z., Hasibuan, D., & Elvina. (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), 22–33.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). *Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang)*. 6(3), 96–107. <http://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/altijarah>
- Aprita Nur Maharani, R., & Ali Alam, I. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SELAMA PANDEMI COVID-19 PADA KEBAB SALAHUDDIN. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(4), 235–242. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i4.22>
- Arfid Guampe, F., Rokhimah, Hasan, M., Basmar, E., Yvette Koli, D., Agus, Oppier, H., Pertiwi Hari Sandi, S., Nur Prilanita, Y., Belthia Nikijuluw, J., Diana Megawati Tumimomor, A., Mulyadi Suratini, D., Umbu Soru Peku Djawang, J., Rahmiyati, D., Sitingjak, W., Magdalena Liur, L., Suherman, U., Hendriani Supartoyo, Y., Yohani, & Oktaviany. (2023). *Ekonomi Mikro (Suatu Pendekatan Teoretis)* (Hartini, Ed.). Media Sains Indonesia.
- Arismal Rezki, M., & Retno Hapsari, D. (2019). EFEKTIVITAS STRATEGI PROMOSI PRODUK KOPI LOKAL DI RUMAH KOPI RANIN. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1), 38–54.
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.7>
- Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6762. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p19>
- Endah, E., & Wulandari, P. (2021). PENGARUH LOKASI, INOVASI PRODUK, DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ELEVEN CAFE DI KOTA BENGKULU. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 2(1), 74–86. [www.jurnal.umb.ac.id](http://www.jurnal.umb.ac.id)
- Fenny, K., Marpaung, M., Willy, A. S., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN INDOMIE PADA PT. ALAMJAYA WIRASENTOSA KABANJAHE. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 49–64. <http://ejournal.lmiimedan.net>
- Hamidah, S., & Pertiwi Hari Sandi, S. (2023). TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN UMKM KERIPIK PISANG DI DESA KERTARAHARJA. *ABDIMA JURNAL PENGABDIAN MAHASISWA*, 2(1), 3416–3424.
- Hidayaty, D. E., Pertiwi, S., Sandi, H., Arimurti, T., Buana, U., Karawang, P., Manajemen, P. S., Akuntansi, P. S., Buana, U., & Karawang, P. (2022). *ANALISIS KEUANGAN UMKM ANYAMAN BAMBU DESA*. 910–921.
- Husna, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga, Kualitas Produk Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ayam Geprek Warung Endus Sibuya. *JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI (JUMSI)*, 1(3), 311–320.
- Irawan, M. R. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt. Satria Nusantara Jaya. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 5(2), 140. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v5i2.1097>
- Maryam Batubara, P. R. S. (2022). *Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap*

*Keputusan Pembelian Konsumen Produk Scarlett Whitening.* 4(5), 1327–1342.  
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.931>

Shafitri, M., Aryani, L., & Nobelson. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Vivo. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1), 201–212.

Silviana Rohman Santi Pertiwi Hari Sandi. (2023). *PEMANFAATAN PROMOSI UMKM KERIPIK PISANG*. 2(1), 3409–3415.

Winata, E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pulsa pada Kartu Simpati Telkomsel (Studi kasus pada mahasiswa STIM Sukma Medan). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 25–32.

Woen, N. G., & Santoso, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Normal terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(2), 146.  
<https://doi.org/10.30588/jmp.v10i2.712>