



Pengaruh Lokasi Usaha, Kualitas Layanan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada UMKM Sentra Produksi Kerupuk Ikan di Desa Srowo Kecamatan Sidayu Gresik

Ibrahim Azmi^{1*}, Mitha Otik Wiraswati²

¹⁻²Program Studi Manajemen, Universitas, Maarif Hasyim Latif, Indonesia

Email: Ibrahimazmi4545@gmail.com^{1*}, mitha_otik@dosen.umaha.ac.id²

*Penulis Korespondensi: Ibrahimazmi4545@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the influence of business location, service quality, and price on customer satisfaction at the Fish Crackers Production Center SMEs in Srowo Village, Sidayu District, Gresik Regency. This study employed a quantitative approach using a survey method. The data were analyzed using multiple linear regression, t-test, F-test, and the coefficient of determination. The results show that business location has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a regression coefficient of 0.259, a t-value of 4.100, and a significance value of < 0.001 . Service quality also has a positive and significant effect, with a regression coefficient of 0.550, a t-value of 8.283, and a significance value of < 0.001 . Price has a positive and significant effect, with a regression coefficient of 0.165, a t-value of 2.245, and a significance value of 0.027. Simultaneously, business location, service quality, and price significantly affect customer satisfaction, with an F-value of 131.718 and a significance value of < 0.001 . The R^2 value of 0.773 indicates that 77.3% of customer satisfaction is explained by the three independent variables, while 22.7% is explained by other factors. Service quality represents the variable with the highest regression coefficient.*

Keywords: *Business Location; Customer Satisfaction; Price; Service Quality; SMEs.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh lokasi usaha, kualitas layanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Sentra Produksi Kerupuk Ikan di Desa Srowo, Kecamatan Sidayu, Kabupaten Gresik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Analisis data dilakukan melalui uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0,259, nilai t sebesar 4,100, dan signifikansi $< 0,001$. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan dengan koefisien regresi sebesar 0,550, nilai t sebesar 8,283, dan signifikansi $< 0,001$, serta menjadi variabel dengan pengaruh paling dominan. Harga juga berpengaruh positif dan signifikan dengan koefisien regresi sebesar 0,165, nilai t sebesar 2,245, dan signifikansi 0,027. Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai F sebesar 131,718 dan signifikansi $< 0,001$. Nilai R^2 sebesar 0,773 menunjukkan bahwa 77,3% variasi kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan 22,7% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian

Kata Kunci: Harga; Kepuasan Konsumen; Kualitas Layanan; Lokasi Usaha; UMKM.

1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian Indonesia karena berperan dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendorong pemerataan ekonomi. Selain memiliki kontribusi ekonomi, UMKM juga memiliki kemampuan untuk mengembangkan potensi lokal melalui pemanfaatan sumber daya dan keterampilan masyarakat setempat (Juliana, S., Nugroho, A., & Prabowo, 2020). Oleh karena itu, keberadaan dan keberlanjutan UMKM menjadi bagian penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah maupun nasional. Dalam perkembangannya, UMKM menghadapi persaingan usaha yang semakin meningkat seiring dengan perubahan kebutuhan dan perilaku konsumen.

Kondisi tersebut menyebabkan keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam memberikan nilai dan pengalaman yang sesuai dengan harapan konsumen. Salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan tersebut adalah kepuasan konsumen (Assauri, 2018). Konsumen yang memperoleh pengalaman sesuai atau melebihi harapannya cenderung memiliki keinginan untuk melakukan pembelian kembali serta memberikan rekomendasi kepada konsumen lainnya. Dengan demikian, kepuasan konsumen menjadi salah satu aspek yang perlu diperhatikan untuk menjaga keberlangsungan usaha. Salah satu sektor UMKM yang berkembang di Kabupaten Gresik adalah industri pengolahan hasil perikanan, khususnya kerupuk ikan di Desa Srowo, Kecamatan Sidayu. Sentra produksi kerupuk ikan di Desa Srowo memanfaatkan potensi bahan baku perikanan dan keterampilan masyarakat dalam mengolah produk pangan.

Keberadaan usaha tersebut tidak hanya menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat, tetapi juga menjadi bagian dari aktivitas ekonomi lokal. Tingginya permintaan terhadap produk kerupuk ikan memberikan peluang bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha.

Namun, meningkatnya persaingan antarprodusen menuntut pelaku usaha untuk mampu mempertahankan kepuasan konsumen agar dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya. Kepuasan konsumen dalam penelitian ini diduga dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain lokasi usaha, kualitas layanan, dan harga (Ibrahim, B., 2022).

Lokasi usaha berkaitan dengan kemudahan konsumen dalam menjangkau tempat usaha. Lokasi yang mudah diakses, nyaman, dan memiliki visibilitas yang baik dapat memberikan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan pembelian. Sebaliknya, lokasi yang kurang strategis dan sulit dijangkau dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan tempat pembelian.

Selain lokasi, kualitas layanan merupakan faktor yang berkaitan langsung dengan pengalaman konsumen selama melakukan transaksi. Pelayanan yang cepat, tepat, ramah, serta didukung komunikasi yang baik dapat menciptakan pengalaman positif bagi konsumen. Sementara itu, harga berkaitan dengan persepsi konsumen mengenai nilai yang diperoleh dibandingkan dengan biaya yang harus dikeluarkan. Harga yang dianggap terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk dapat meningkatkan persepsi nilai dan kepuasan konsumen. Sebaliknya, ketidaksesuaian antara harga dan manfaat yang diterima dapat menimbulkan ketidakpuasan.

Permasalahan tersebut juga terlihat dari perkembangan pendapatan UMKM yang mengalami penurunan selama periode 2021–2024. Berdasarkan data yang diperoleh, total pendapatan pada tahun 2021 sebesar Rp216.400.000, kemudian menurun menjadi Rp213.400.000 pada tahun 2022, Rp201.750.000 pada tahun 2023, dan Rp164.750.000 pada tahun 2024. Penurunan tersebut menunjukkan adanya perubahan kinerja penjualan yang perlu mendapat perhatian. Meskipun penurunan pendapatan tidak dapat secara langsung disimpulkan sebagai akibat dari kepuasan konsumen, kondisi tersebut menjadi fenomena yang relevan untuk mengkaji faktor-faktor yang berpotensi memengaruhi kepuasan konsumen pada sentra produksi kerupuk ikan di Desa Srowo.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah mengkaji kepuasan konsumen melalui berbagai faktor pemasaran dan pelayanan. Namun, penelitian yang secara khusus menguji pengaruh lokasi usaha, kualitas layanan, dan harga secara simultan pada UMKM sentra produksi kerupuk ikan di Desa Srowo masih terbatas. Selain itu, karakteristik sentra produksi yang terdiri atas beberapa pelaku usaha dengan kondisi lokasi, pelayanan, dan harga yang berbeda memberikan konteks penelitian yang spesifik. Kondisi tersebut menjadi celah penelitian (*research gap*) yang perlu dikaji untuk memperoleh bukti empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen pada konteks UMKM lokal (Nursanti et al., 2019).

Penelitian ini penting dilakukan karena pemahaman mengenai pengaruh lokasi usaha, kualitas layanan, dan harga dapat memberikan informasi bagi pelaku UMKM dalam melakukan evaluasi dan menentukan strategi usaha. Berdasarkan permasalahan dan *research gap* tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh lokasi usaha, kualitas layanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Sentra Produksi Kerupuk Ikan di Desa Srowo, Kecamatan Sidayu, Kabupaten Gresik, baik secara parsial maupun simultan.

2. KAJIAN TEORITIS

Kepuasan konsumen merupakan kondisi yang muncul setelah konsumen membandingkan harapan sebelum pembelian dengan pengalaman yang diperoleh setelah menggunakan atau membeli produk. Apabila kinerja produk maupun pelayanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan, konsumen akan cenderung merasa puas. Sebaliknya, apabila kinerja yang diterima berada di bawah harapan, konsumen dapat mengalami ketidakpuasan. Dalam penelitian ini, kepuasan konsumen dipahami melalui kesesuaian antara harapan konsumen dengan kenyataan yang diterima setelah melakukan pembelian produk kerupuk ikan.

Lokasi usaha merupakan faktor yang berkaitan dengan posisi dan kemudahan konsumen dalam menjangkau suatu tempat usaha. Lokasi yang mudah diakses dapat memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melakukan transaksi. Kenyamanan lingkungan usaha juga dapat memberikan pengalaman yang lebih baik kepada konsumen, sedangkan visibilitas lokasi dapat membantu konsumen menemukan tempat usaha dengan lebih mudah. Oleh karena itu, penelitian ini mengukur lokasi usaha melalui kemudahan akses, kenyamanan lokasi, dan visibilitas (Viola et al., 2023).

Kualitas layanan berkaitan dengan kemampuan pelaku usaha dalam memenuhi kebutuhan dan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen. Dalam aktivitas UMKM, kualitas layanan dapat terlihat dari bagaimana penjual berinteraksi dengan konsumen selama proses pembelian. Keramahan dapat menciptakan hubungan yang baik dengan konsumen, sedangkan kecepatan dan ketepatan pelayanan dapat memberikan kemudahan dalam proses transaksi. Komunikasi yang baik juga diperlukan agar informasi mengenai produk dan transaksi dapat diterima konsumen secara jelas. Berdasarkan hal tersebut, kualitas layanan dalam penelitian ini diukur melalui keramahan, kecepatan, ketepatan, dan komunikasi.

Harga merupakan sejumlah nilai yang harus dikeluarkan konsumen untuk memperoleh suatu produk. Dalam menentukan keputusan pembelian, konsumen tidak hanya mempertimbangkan besarnya harga, tetapi juga mempertimbangkan kesesuaiannya dengan kualitas dan manfaat produk yang diterima. Harga yang terjangkau dapat memberikan kemudahan bagi konsumen, sedangkan harga yang sesuai dengan kualitas dapat menciptakan persepsi nilai yang positif.

Selain itu, daya saing harga menjadi pertimbangan ketika konsumen menemukan perbedaan harga antara satu produsen dengan produsen lainnya. Oleh karena itu, penelitian ini mengukur harga melalui keterjangkauan, kesesuaian harga dengan kualitas, dan daya saing harga (Utami, N. P., & Santoso, n.d.).

Berdasarkan hubungan teoritis tersebut, lokasi usaha, kualitas layanan, dan harga dipandang sebagai faktor yang berpotensi memengaruhi kepuasan konsumen. Lokasi yang mudah dijangkau dapat memberikan kemudahan dalam melakukan pembelian, kualitas layanan yang baik dapat menciptakan pengalaman transaksi yang positif, sedangkan harga yang sesuai dengan kemampuan dan manfaat yang diterima konsumen dapat meningkatkan persepsi nilai. Ketiga faktor tersebut kemudian diuji secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Sentra Produksi Kerupuk Ikan di Desa Srowo.

3. METODE PENELITIAN

Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh lokasi usaha, kualitas layanan, dan harga sebagai variabel independen terhadap kepuasan konsumen sebagai variabel dependen. Data penelitian diperoleh dari responden melalui instrumen penelitian berupa kuesioner yang selanjutnya dianalisis secara statistik untuk menguji hubungan dan pengaruh antarvariabel penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen UMKM Sentra Produksi Kerupuk Ikan di Desa Srowo, Kecamatan Sidayu, Kabupaten Gresik. Jumlah konsumen yang melakukan pembelian pada sentra produksi tersebut bersifat fluktuatif dan tidak diketahui secara pasti, sehingga penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow. Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 120 responden. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian produk kerupuk ikan pada UMKM Sentra Produksi Kerupuk Ikan di Desa Srowo (Assauri, 2018).

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel yang diteliti. Variabel lokasi usaha diukur melalui kemudahan akses, kenyamanan lokasi, dan visibilitas. Variabel kualitas layanan diukur melalui keramahan, kecepatan, ketepatan, dan komunikasi. Variabel harga diukur melalui keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan daya saing harga. Sementara itu, variabel kepuasan konsumen diukur berdasarkan kesesuaian antara harapan konsumen dengan kenyataan yang diperoleh setelah melakukan pembelian. Data yang terkumpul selanjutnya diolah dan dianalisis secara kuantitatif sesuai dengan model penelitian.

Teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian mampu mengukur variabel secara tepat dan konsisten. Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui kelayakan model regresi sebelum dilakukan pengujian hipotesis. Selanjutnya, analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh lokasi usaha, kualitas layanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen. Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, sedangkan uji F digunakan untuk menguji pengaruh ketiga variabel independen secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar

kemampuan variabel lokasi usaha, kualitas layanan, dan harga dalam menjelaskan variasi kepuasan konsumen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi konsumen terhadap lokasi usaha, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan. Kemudahan akses menuju lokasi, kenyamanan selama berada di tempat usaha, serta visibilitas atau kemudahan konsumen dalam menemukan lokasi merupakan aspek yang mendukung terciptanya pengalaman pembelian yang positif. Temuan tersebut relevan dengan hasil observasi awal yang menunjukkan bahwa sebagian lokasi usaha pada sentra produksi kerupuk ikan masih kurang strategis dan relatif sulit dijangkau, khususnya bagi konsumen yang berasal dari luar daerah. Dengan demikian, kondisi lokasi menjadi salah satu aspek yang perlu diperhatikan karena berkaitan dengan kemudahan konsumen dalam memperoleh produk dan melakukan transaksi.

Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan konsumen. Keramahan penjual dapat menciptakan interaksi yang positif, sedangkan kecepatan dan ketepatan pelayanan dapat memberikan kemudahan serta mengurangi waktu tunggu konsumen. Selain itu, komunikasi yang baik memungkinkan konsumen memperoleh informasi mengenai produk dan proses transaksi secara jelas (Imamatuz Zakiyah et al., 2025). Temuan ini sejalan dengan kondisi lapangan yang menunjukkan adanya perbedaan kualitas pelayanan antarprodusen, terutama dalam aspek kecepatan pelayanan dan komunikasi dengan konsumen. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan menjadi salah satu aspek penting yang dapat dilakukan pelaku usaha dalam meningkatkan pengalaman dan kepuasan konsumen.

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, serta daya saing harga berkaitan dengan tingkat kepuasan setelah melakukan pembelian. Adanya perbedaan harga antarprodusen sebagaimana ditemukan dalam observasi awal menunjukkan bahwa harga menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan tempat pembelian. Sementara itu, masih adanya konsumen yang melakukan penawaran terhadap harga yang telah ditetapkan menunjukkan bahwa persepsi konsumen mengenai nilai yang diperoleh dari produk perlu menjadi perhatian pelaku usaha. Dengan

demikian, penetapan harga perlu mempertimbangkan kemampuan konsumen, kualitas produk yang ditawarkan, serta kondisi persaingan antarprodusen.

Secara simultan, lokasi usaha, kualitas layanan, dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kepuasan konsumen tidak hanya berkaitan dengan satu aspek (Zakiyah, I., Pratiwi, D., & Rahman, n.d.), tetapi terbentuk dari kombinasi berbagai aspek dalam pengalaman pembelian. Konsumen mempertimbangkan kemudahan dalam menjangkau dan menemukan lokasi usaha, kualitas interaksi serta pelayanan yang diterima, dan kesesuaian harga dengan produk yang diperoleh. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,773 menunjukkan bahwa 77,3% variasi kepuasan konsumen dalam model penelitian dapat dijelaskan oleh lokasi usaha, kualitas layanan, dan harga, sedangkan sebesar 22,7% dijelaskan oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti. Dengan demikian, model penelitian memiliki kemampuan penjelasan yang cukup besar terhadap variasi kepuasan konsumen pada objek penelitian.

Di antara ketiga variabel tersebut, kualitas layanan memiliki koefisien regresi paling tinggi, yaitu sebesar 0,550, dibandingkan dengan lokasi usaha sebesar 0,259 dan harga sebesar 0,165. Hal ini menunjukkan bahwa, dalam model penelitian ini, kualitas layanan memiliki pengaruh relatif paling besar terhadap kepuasan konsumen. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa interaksi langsung antara pelaku usaha dan konsumen merupakan aspek yang penting dalam proses pembelian produk kerupuk ikan. Meskipun demikian, kondisi tersebut tidak berarti bahwa lokasi usaha dan harga dapat diabaikan, karena kedua variabel tersebut juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kepuasan konsumen pada UMKM Sentra Produksi Kerupuk Ikan di Desa Srowo perlu dilakukan dengan memperhatikan lokasi usaha, kualitas layanan, dan harga secara terpadu. Pelaku usaha dapat meningkatkan kemudahan akses, kenyamanan, dan visibilitas lokasi; meningkatkan kualitas pelayanan melalui keramahan, kecepatan, ketepatan, dan komunikasi; serta menetapkan harga dengan mempertimbangkan keterjangkauan, kesesuaian dengan kualitas produk, dan kondisi persaingan. Hasil tersebut dapat menjadi bahan evaluasi bagi pelaku UMKM dalam memperbaiki pengalaman pembelian konsumen dan mempertahankan kepuasan konsumen (Viola et al., 2023).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Sentra Produksi Kerupuk

Ikan di Desa Srowo, Kecamatan Sidayu, Kabupaten Gresik. Kualitas layanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan memiliki koefisien regresi paling tinggi dibandingkan variabel lainnya dalam model penelitian. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan, lokasi usaha, kualitas layanan, dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Nilai R^2 sebesar 0,773 menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan 77,3% variasi kepuasan konsumen, sedangkan 22,7% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

Berdasarkan hasil tersebut, pelaku UMKM Sentra Produksi Kerupuk Ikan di Desa Srowo dapat melakukan evaluasi terhadap kondisi lokasi usaha, terutama berkaitan dengan kemudahan akses, kenyamanan, dan visibilitas. Peningkatan kualitas pelayanan juga perlu menjadi perhatian melalui pelayanan yang lebih ramah, cepat, tepat, dan komunikatif. Selain itu, penetapan harga perlu mempertimbangkan keterjangkauan konsumen, kesesuaian dengan kualitas produk, serta kondisi harga pada usaha sejenis. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan faktor lain di luar lokasi usaha, kualitas layanan, dan harga karena masih terdapat 22,7% variasi kepuasan konsumen yang belum dijelaskan oleh model penelitian ini.

DAFTAR REFERENSI

- Adayana, D. G. A., & Suprapti, N. W. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Gojek di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(11), 6041–6069. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v07.i11.p09>
- Andriani, S., & Putra, M. (2024). Pengaruh harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada sektor jasa dengan kepuasan sebagai variabel intervening. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 12(1), 88–97.
- Assauri, S. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian. *Apriani*, 1969, 9–66.
- Febrina, L. (2023). Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas terhadap Kepuasan Konsumen di Layanan Motor Online. *Jurnal Ekonomi Digital dan Inovasi Bisnis*, 5(3), 199–208.
- Hariono, R., & Marlina, M. A. E. (2021). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediator Pada Star Motor Carwash. *Performa*, 6(1), 1-10.
- Ibrahim, B., & A. (2022). Intention: The role of brand image in shaping customer trust and purchase. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 68.
- Juliana, S., Nugroho, A., & Prabowo, H. (2020). Ease of use dan pengaruhnya terhadap kepercayaan dan kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25–34.
- Nurjannah, F., Soeprajitno, E. D., & Kurniawan, R. (2025). Pengaruh Lokasi, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Jolotundo Nganjuk. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 4, 795-802. <https://doi.org/10.29407/ar41dv03>

- Nursanti, E., Sibut, S., & Achmadi, F. (2019). Implementasi Green Supply Chain Management Pada Kelompok Usaha Mikro. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri*, 5(2), 29–35. <https://doi.org/10.36040/jtmi.v5i2.279>
- Utami, N. P., & Santoso, B. (n.d.). Pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan dan loyalitas. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 12(6), 321–334.
- Viola, Margery, E., & Seri. (2023). Pengaruh harga, promosi, dan word of mouth terhadap minat pembelian konsumen mobil honda PT. Istana Deli Kejayaan (IDK2) Medan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (JBM)*, 1(2), 135–145.
- Wardani, N., & Mutya, M. P. P. (2026). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Digital Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Seblak Teh Elis Asli Sunda Di Surakarta). *Journal of Economics and Business*, 4(2), 184-195. <https://doi.org/10.61994/econis.v4i2.2290>
- Widodo, A., & Susanti, R. (2020). Pengaruh harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 115–124.
- Zakiah, I., Khafidah, F., & Dewi, N. S. (2025). Pengaruh Ease Of Use Dan E Service Quality Terhadap Keputusan Pengguna Shopee Melalui Trust Pada Generasi Z Sidoarjo. *Journal of Management and Creative Business*, 3(1), 331–339. <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v3i1.3782>
- Zakiah, I., Pratiwi, D., & Rahman, F. (2025). Kemudahan penggunaan produk dan adopsi pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 1–12.