

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN DURIAN BAWOR PADA GUBUK DURIAN

Aris Setiawan¹, Eko Wahyu Budiman², Rima Dewi Oryza Sativa³

Universitas Islam Balitar

E-mail: arisstwn2003@gmail.com¹, ekowahyu.wahyu@gmail.com², rimadewioryza@gmail.com³

Abstrak – Sektor hortikultura merupakan subsektor pertanian yang memiliki nilai ekonomi tinggi, salah satunya komoditas durian. Tingginya minat masyarakat terhadap durian mendorong berkembangnya usaha penjualan durian, termasuk Gubuk Durian di Kecamatan Talun, Kabupaten Blitar. Dalam menghadapi persaingan usaha, kepuasan konsumen menjadi aspek penting bagi keberlangsungan usaha. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi karakteristik konsumen Durian Bawor di Gubuk Durian serta menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan 40 responden yang dipilih sebagai sampel. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistics, meliputi uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden didominasi laki-laki (57,5%), berada pada usia produktif, berpendidikan SMA, dan sebagian besar bekerja sebagai wirusaha. Secara parsial, harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, ditunjukkan oleh nilai $F_{hitung} 12,247 > F_{tabel} 2,859$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,771 menunjukkan bahwa 77,1% variasi kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen. Kesimpulannya, harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang memengaruhi kepuasan konsumen dalam pembelian Durian Bawor di Gubuk Durian.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Durian Bawor.

PENDAHULUAN

Kontribusi sektor pertanian terhadap perekonomian nasional masih menjadi bagian penting dalam mendukung pembangunana, baik melalui penyedia bahan pangan maupun penciptaan nilai ekonomi. Salah satu subsektor yang memiliki berbagai macam komoditas bernilai tambah tinggi ialah bidang hortikultura dimana hampir keseluruhan komoditasnya menjadi penggerak ekonomi masyarakat serta daerah. Komoditas hortikultura yang menempati posisi istimewa sebab nilai jualnya yang relatif stabil di pasar adalah buah durian. Buah durian merupakan tumbuhan tropis khas Asia Tenggara yang dikenal dengan buahnya yang beraroma kuat, dan berkulit berduri. Dikenal sebagai "raja buah", permintaan pasar akan produk ini sangatlah tinggi. Berdasarkan data produksi durian nasional yang dihimpun oleh Databoks dan diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) (Muhamad, 2025), produksi durian Indonesia menunjukkan tren peningkatan yang stabil selama lima tahun terakhir. Produksi nasional tercatat sebesar 1,13 juta ton pada tahun 2020, kemudian meningkat menjadi 1,35 juta ton pada tahun 2021, 1,53 juta ton pada tahun 2022, 1,85 juta ton pada tahun 2023, dan 1,96 juta ton pada tahun 2024. Meningkatnya produksi durian mengindikasikan bahwa komoditas hortikultura ini memiliki masa depan cerah dan terus berkembang di seluruh Indonesia. Menurut Badan Karantina Indonesia (2026), salah satu tantangan dalam pengembangan ekspor durian Indonesia terletak pada standardisasi mutu dan pemenuhan persyaratan pasar internasional. Meskipun Indonesia termasuk salah satu produsen durian terbesar di dunia, daya saing buah ini di pasar global masih perlu ditingkatkan. Terjadinya persoalan ini dipicu beberapa faktor, antara lain standardisasi mutu buah yang belum optimal, penanganan pascapanen yang tidak konsisten, terbatasnya sertifikasi ekspor, serta kesulitan dalam menjaga pasokan yang berkelanjutan untuk memenuhi

permintaan internasional. Akibatnya, sebagian besar produksi durian Indonesia masih ditujukan untuk pasar domestik dibandingkan untuk ekspor. Situasi ini menunjukkan bahwa besarnya produksi durian dalam negeri belum sepenuhnya diterjemahkan menjadi keunggulan kompetitif di pasar global.

Jawa Timur merupakan salah satu daerah dengan reputasi kuat sebagai penghasil durian unggulan. Menyoroti data yang diunggah oleh Badan Pusat Statistik (BPS, 2024), provinsi tersebut menempati posisi pertama dalam produksi durian nasional dengan total panen mencapai 5.805.094,74 kw. Capaian tersebut menunjukkan bahwa Jawa Timur tidak hanya berperan sebagai pemasok utama durian di tingkat lokal, tetapi juga sebagai sentra produksi yang telah lama dikenal masyarakat luas karena kualitas dan kuantitas hasil panennya. Dari sekian banyak kabupaten di Jawa Timur, terdapat tujuh kabupaten yang menjadi penyumbang terbesar terhadap tingginya produksi tersebut. Kabupaten-kabupaten ini memiliki kondisi agroklimat yang mendukung, praktik budidaya yang berkembang, serta luas area tanam yang relatif besar, sehingga menjadikan Jawa Timur sebagai wilayah dengan potensi hortikultura durian yang terus mengalami pertumbuhan.

Tabel 1 Hasil Panen Durian Berdasarkan Kabupaten di Jawa Timur

KABUPATEN	HASIL PANEN (Kw)
Pasuruan	1.134.078
Probolinggo	639.145
Malang	574.000
Jember	353.011
Jombang	337.446
Ponorogo	172.485
Blitar	143.562

Sumber: BPS Provinsi Jawa Timur (2022), Diolah

Berdasarkan data BPS pada tabel diatas, dapat dilihat pada tahun 2022 terdapat tujuh kabupaten yang secara berkelanjutan menyumbangkan panen durian dengan jumlah besar. Blitar berada di urutan ke-tujuh, dimana pada tahun tersebut berhasil memberikan panen sebesar 143.562 kwintal. Tingginya panen yang didapatkan beriringan dengan tingginya atensi masyarakat tentang eksistensi buah durian itu sendiri.

Durian (*Durio zibethinus* Murr.) ialah buah yang pasti dikenal di Indonesia, sering dijuluki "King of Fruit" di dunia internasional. Habitat utama dari tanaman ini berada pada iklim tropis, dengan persebaran yng ddominasi di kawasan Asia Tenggara, sehingga menjadikannya buah eksklusif dengan harga pasar yang tinggi (Ryandi dkk., 2022). Tanaman durian memiliki 103 varietas lokal dan 71 varietas unggul, dan masih banyak lagi yang sedang dikembangkan. Durian cocok untuk budidaya komersial karena permintaan yang tinggi dan penyerapan pasar yang baik. Durian yang paling umum dibudidayakan adalah Montong, Musang King, Petruk, Bawor, Bokor, Tembaga, Merah, Matahari, Pelangi, dan masih banyak lagi (Taiyeb, 2023).

Durian Bawor merupakan salah satu varietas durian unggulan yang banyak dikembangkan di Indonesia, terutama berasal dari Banyumas, Jawa Tengah. Varietas ini merupakan hasil penggabungan beberapa jenis durian, dengan durian Kumbakarna sebagai batang bawah yang menghasilkan ukuran buah relatif besar. Sementara itu, karakteristik seperti cita rasa, tekstur daging buah, dan aroma diperoleh dari varietas lain, antara lain durian Petruk, durian Kuningmas, dan durian Montong. Menurut Wibowo (2021), Durian Bawor memiliki sejumlah keunggulan, di antaranya kualitas buah yang baik dari segi aroma, tekstur, dan ketebalan daging buah, sistem perakaran yang kuat sehingga pohon lebih kokoh, serta memiliki nilai jual yang kompetitif dibandingkan beberapa varietas durian lainnya.

Tingginya permintaan terhadap buah durian mendorong banyak pelaku usaha untuk menjadikannya sebagai komoditas unggulan, baik dalam bentuk penjualan buah segar, wisata kebun, maupun pengolahan produk turunan. Salah satu pelaku usaha yang turut merespons peluang ini adalah Gubuk Durian, sebuah unit usaha yang berfokus pada penyediaan buah durian berkualitas bagi masyarakat.

Gubuk Durian merupakan salah satu penyedia buah durian berkualitas di Blitar. Gubuk Durian berlokasi di Kecamatan Talun, Kabupaten Blitar. Lokasi ini dikelilingi oleh lahan pertanian dan perkebunan yang mendukung suplai durian segar selama musim panen. Dilihat dari sisi keunggulan, Gubuk Durian dikenal dengan penyedia buah yang memiliki konsistensi kualitas buah, terutama dalam hal kematangan, rasa, dan aroma yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Keunggulan lainnya adalah pelayanan yang ramah dan transparansi harga, yang membuat konsumen merasa lebih percaya membeli durian di tempat ini dibandingkan pedagang lainnya.

Namun dengan banyaknya keunggulan yang dimiliki oleh Gubuk Durian sebagai salah satu penyedia komoditas buah Durian unggulan serta permintaan durian yang semakin tinggi seiring berkembangnya trend eksistensi si raja buah ini tidak menghilangkan kenyataan bahwa persaingan usaha dalam penjualan durian semakin ketat. Konsumen kini cenderung lebih selektif dalam menentukan pilihan, karena ketersediaan berbagai lokasi pembelian membuat mereka memiliki alternatif yang lebih luas. Situasi ini mendorong konsumen untuk menilai setiap penjual berdasarkan kualitas durian yang ditawarkan, tingkat kesegaran buah, serta pengalaman pembelian secara keseluruhan. Dengan semakin tingginya standar yang ditetapkan konsumen, pelaku usaha dituntut mampu menjaga mutu produk dan memberikan layanan yang sesuai harapan agar tetap kompetitif di tengah persaingan pasar yang dinamis.

Dalam kondisi persaingan usaha yang semakin ketat, konsumen tidak hanya mempertimbangkan rasa dan kualitas buah, tetapi juga nilai yang diperoleh, khususnya kesepadanan dari nilai yang dikeluarkan dengan kualitas durian yang didapatkan. Selanjutnya, banyaknya penjual durian di Kabupaten Blitar memberikan beragam pilihan pembelian bagi konsumen, sehingga kepuasan pelanggan menjadi faktor penentu dalam loyalitas pelanggan.

Di samping kualitas dan layanan, harga menjadi salah satu pertimbangan utama dalam menentukan keputusan pembelian durian. Buah ini dikenal memiliki harga yang relatif tinggi dibandingkan buah tropis lainnya, terutama untuk varietas premium seperti durian Bawor. Variasi ukuran, kualitas rasa, faktor musiman, dan ketersediaan pasokan sering kali menyebabkan fluktuasi harga di tingkat pengecer. Meskipun konsumen mengharapkan kualitas buah yang sepadan dengan harga yang dibayarkan, harga yang dianggap terlalu tinggi dapat berdampak negatif terhadap kepuasan mereka. Situasi ini menghadirkan tantangan bagi pemilik usaha untuk menciptakan keseimbangan antara kualitas produk, harga yang kompetitif, dan kepuasan pelanggan.

Salah satu tolak ukur keberhasilan penjualan adalah kepuasan pelanggan. Saat membeli durian, persepsi mengenai kenyamanan, kepercayaan, dan keseluruhan pengalaman berbelanja dibentuk oleh sejumlah elemen pendukung, di samping kualitas fisik buah itu sendiri. Berikut adalah beberapa karakteristik penting yang memengaruhi kepuasan konsumen terhadap pembelian durian, berdasarkan atribut penelitian.

Ketika seseorang menginginkan suatu barang atau jasa maka mereka harus membayar harganya. Menurut penelitian (Tuahta dkk., 2024), harga merupakan komponen kunci dalam penjualan. Harga memiliki peran penting karena memengaruhi pendapatan bisnis. Jika harga terlalu rendah, perusahaan tidak akan mendapatkan kembali modalnya dan bahkan bisa bangkrut.

Kemampuan dari suatu produk bisa dinyatakan berkualitas apabila mampu memenuhi ekspektasi konsumen. Perusahaan terus mengoptimalkan kualitas produk karena hal ini

berperan penting dalam meningkatkan daya saing, kesuksesan, dan diferensiasi dari pesaing (Azizah et al., 2020). Pelanggan menjadi faktor utama yang secara langsung merasakan kualitas produk, sehingga perusahaan wajib memberikan kualitas yang mampu memenuhi harapan dan keinginan pelanggan untuk mencapai kepuasan (Putri et al., 2023).

Harapan pelanggan didasarkan pada bagaimana perusahaan memberikan pelayanannya (Tjiptono, 2016). Kualitas pelayanan dapat dikatakan baik apabila proses penyampaian layanan mampu memenuhi, bahkan melampaui, harapan yang dimiliki pelanggan. Sementara itu, Mutiawati (2019) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan kemampuan penyedia jasa atau barang dalam memberikan pelayanan kepada para pengguna. Santoso (2019) juga berpendapat bahwa kualitas pelayanan dapat dilihat dari respons atau penilaian pelanggan setelah mereka menerima dan merasakan layanan yang diberikan.

Memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen merupakan langkah strategis bagi Gubuk Durian dalam membangun loyalitas pelanggan. Pemahaman tersebut membantu pelaku usaha mengetahui kebutuhan, preferensi, serta standar kualitas yang diharapkan konsumen terhadap produk durian maupun layanan yang diberikan. Sejauh mana penetapan harga, kualitas produk, dan kualitas layanan memengaruhi kepuasan pelanggan di Gubuk Durian, perlu dilakukan pemeriksaan terhadap elemen-elemen yang berdampak pada kepuasan konsumen.

Beertolak dari uraian latar belakang tersebut, jelaslah kepuasan pelanggan merupakan hal yang krusial bagi keberlangsungan jangka panjang perusahaan mana pun, termasuk Gubuk Durian. Meskipun permintaan akan durian terus meningkat dan Gubuk Durian memiliki keunggulan signifikan dalam hal pasokan serta layanan, faktor-faktor spesifik yang paling memengaruhi tingkat kepuasan konsumen masih belum diketahui. Kurangnya informasi ini menghambat kemampuan perusahaan dalam merumuskan strategi yang efektif untuk peningkatan layanan. Kegagalan dalam memenuhi harapan konsumen terkait aspek-aspek yang mereka anggap penting dapat menyebabkan penurunan niat pembelian ulang dan loyalitas pelanggan. Sehingga, penilaian terhadap kepuasan pelanggan sangat penting karena hal tersebut menjadi landasan bagi pengambilan keputusan terkait penetapan harga yang wajar, peningkatan kualitas produk, dan optimalisasi layanan yang semuanya mendukung kelangsungan hidup serta pertumbuhan perusahaan pada ketatnya persaingan. Untuk melihat bagaimana faktor harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan gubuk durian, maka penelitian ini dilaksanakan. Judul penelitian "Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Pembelian Durian Bawor di Gubuk Durian" dipilih oleh penulis berdasarkan faktor-faktor tersebut.

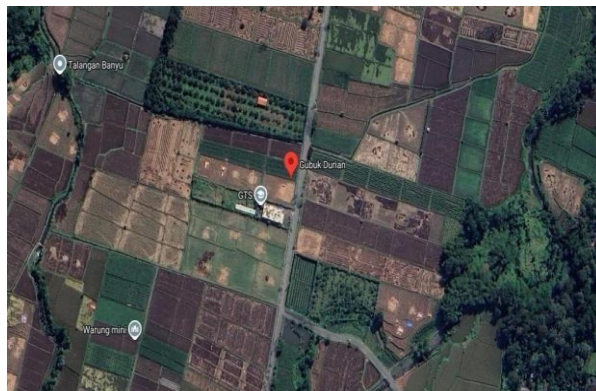
METODE PENELITIAN

Metode Penentuan Waktu dan Lokasi

1. Lokasi Penelitian

Wilayah yang menjadi objek kajian ilmiah dalam suatu penelitian disebut lokasi penelitian. Gubuk Durian yang berlokasi di Kecamatan Talun, Kabupaten Blitar, Provinsi Jawa Timur, dipilih sebagai lokasi pelaksanaan penelitian ini. Peneliti memilih Gubuk Durian sebagai lokasi penelitian dikarenakan tempat tersebut menjadi salah satu pusat penjualan dan distribusi durian yang cukup dikenal di Kabupaten Blitar. Gubuk Durian menyediakan berbagai jenis durian lokal, termasuk Durian Bawor yang menjadi komoditas unggulan. Konsumen menjadikan tempat ini sebagai salah satu tujuan utama untuk membeli durian. Tingginya aktivitas perdagangan, beragamnya karakteristik konsumen, serta stabilnya permintaan terhadap komoditas durian menjadikan Gubuk Durian relevan sebagai lokasi penelitian. Kondisi tersebut memungkinkan peneliti untuk mengkaji tingkat kepuasan konsumen secara lebih komprehensif. Selain itu, Gubuk Durian dapat merepresentasikan

kondisi pasar durian di Kabupaten Blitar sehingga mendukung pencapaian tujuan penelitian secara optimal.



Gambar 1 Lokasi Gubuk Durian

2. Waktu Penelitian

Banyaknya waktu yang dibutuhkan peneliti untuk mengamati dan mengumpulkan data di lapangan dikenal sebagai waktu penelitian. Lamanya waktu penelitian ditentukan oleh kebutuhan penelitian sendiri. Untuk penelitian kali ini membutuhkan rentang waktu 2 bulan, yaitu mulai bulan Desember 2025 – Februari 2026.

Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Untuk mengkaji kepuasan pelanggan terhadap pembelian Durian Bawor di Gubuk Durian, penelitian ini menggabungkan pendekatan kuantitatif dengan strategi deskriptif. Teknik kuantitatif dipilih karena penelitian ini menggunakan instrumen penelitian untuk mengumpulkan data dari populasi atau sampel tertentu berdasarkan paradigma positivistik, yang selanjutnya diolah dengan pendekatan statistik sehingga menghasilkan bukti empiris mengenai hubungan antarvariabel penelitian. (Sugiyono, 2018; 2023).

Sementara sifat deskriptifnya bertujuan menyajikan gambaran yang metodis, akurat, dan faktual mengenai karakteristik objek yang diteliti dalam hal ini, seberapa puas pelanggan terhadap pembelian Durian Bawor berdasarkan data yang dikumpulkan langsung di lapangan.

2. Pendekatan Penelitian

Desain survei dipilih sebagai metodologi utama penelitian ini. Menurut Maidiana (2021), penelitian survei umum digunakan untuk menjangkau informasi dari responden terkait sikap, minat, kebiasaan, dan elemen-elemen serupa lainnya, dengan tujuan memperoleh gambaran menyeluruh atas suatu kondisi atau fenomena berdasarkan data sampel yang terkumpul.

Lebih spesifik, penelitian ini memakai jenis survei deskriptif, yang berfokus mendeskripsikan keadaan objek penelitian secara sistematis dan faktual melalui teknik pengumpulan data seperti angket atau observasi. Pendekatan ini dirasa paling sesuai untuk memotret secara jelas bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pembelian Durian Bawor di Gubuk Durian.

Populasi dan Sample

1. Populasi

Keseluruhan 40 pelanggan yang telah membeli Durian Bawor dari Gubuk Durian di Kabupaten Blitar berpartisipasi dalam survei ini. Menurut Arikunto (2017), teknik pengambilan sampel jenuh dapat menggunakan seluruh populasi yang berjumlah kurang dari 100 orang sebagai sampel. Dengan demikian, setiap anggota populasi berpartisipasi dalam penelitian ini sebagai responden.

2. Sample

Mengacu pada pandangan yang sama dari Arikunto (2017), pengambilan sampel biasanya diperlukan ketika keterbatasan waktu, biaya, atau aksesibilitas menghalangi peneliti menjangkau keseluruhan populasi. Namun karena populasi penelitian ini di bawah 100 orang, pendekatan yang paling tepat adalah menggunakan seluruh anggota populasi sebagai sampel.

Metode yang dipakai adalah incidental sampling, atau lebih tepatnya, pertemuan secara kebetulan dengan orang-orang yang sesuai dengan profil konsumen durian Bawor. Dari data pembelian yang tercatat di Gubuk Durian, diperoleh 40 orang sampel konsumen yang pernah membeli durian tersebut, dan seluruhnya dilibatkan sebagai responden penelitian.

Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner kepada 40 pelanggan Gubuk Durian, sedangkan dokumentasi digunakan sebagai data pendukung untuk melengkapi informasi penelitian. Adapun data sekunder diperoleh dari berbagai sumber, seperti buku, jurnal ilmiah, laporan, dan dokumen lain yang relevan dengan topik penelitian.

Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Metode untuk mengumpulkan, meringkas, dan menyajikan data guna menghasilkan informasi yang lebih mudah dipahami dikenal sebagai statistik deskriptif. Dengan mencirikan atau menggambarkan data yang terkumpul secara grafis, metode ini berfungsi sebagai sarana untuk membantu pemahaman informasi. Penulis studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk menganalisis data tersebut. Analisis ini berlandas dengan teori yang selaras secara langsung dengan topik yang sedang dikaji. Artinya, penelitian ini berkorelasi dengan deskripsi melalui data statistik. Dalam mengoperasionalkan variabel penelitian, variabel tersebut diukur menggunakan instrumen pengukuran berbasis kuesioner skala Likert.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengkaji hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Menurut Ghozali (2018), pendekatan ini digunakan untuk menentukan arah hubungan serta mengukur sejauh mana variabel independen memengaruhi variabel dependen. Hubungan antarvariabel tersebut kemudian direpresentasikan melalui persamaan regresi yang menggambarkan keterkaitan matematis di antara variabel-variabel penelitian.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

X₁ = Harga

X₂ = Kualitas Produk

X₃ = Kualitas Pelayanan

α = Nilai Konstanta

β = Nilai Koefisien

e = Error

Regresi linear berganda biasanya digunakan untuk mengevaluasi besarnya pengaruh yang dihasilkan serta menjelaskan hubungan variabel bebas dan terikat. Berbagai uji regresi linear dapat digunakan untuk mengkaji lebih lanjut pengaruh komponen-komponen yang ada, termasuk variabel-variabel independen tersebut. Istilah "linear" mengacu pada proyeksi bahwa setiap nilai prediksi akan meningkat atau menurun mengikuti garis lurus

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan

1. Karakteristik Responden Pada Gubuk Durian

Dari segi distribusi jenis kelamin, terdapat 23 (57,5%) peserta studi laki-laki dan 17 (42,5%) peserta perempuan. Mayoritas responden adalah laki-laki, yang mengindikasikan bahwa kaum laki-laki merupakan kelompok terbesar pelanggan durian Bawor di Gubuk Durian. Hal ini dapat dijelaskan oleh fakta bahwa laki-laki umumnya memiliki minat yang besar untuk mengonsumsi durian, baik sebagai hidangan favorit maupun sebagai bagian dari aktivitas santai bersama teman atau keluarga. Selain itu, kegiatan menyantap durian sering kali dikaitkan dengan waktu luang dan aktivitas kuliner yang digemari oleh laki-laki usia produktif.

Berdasarkan karakteristik usia, mayoritas responden berada dalam kelompok usia 20-29, 40-49, dan 50-60 tahun, masing-masing sebesar 27,5%. Hal ini menunjukkan bahwa durian Bawor dari Gubuk Durian diminati oleh berbagai kelompok usia, baik muda maupun tua. Kelompok usia produktif cenderung lebih aktif dalam konsumsi karena mereka memiliki sumber daya keuangan dan kebebasan untuk membuat keputusan pembelian. Selain itu, kelompok usia dewasa umumnya mempertimbangkan kualitas rasa dan pengalaman konsumsi saat membeli produk makanan, termasuk durian, yang dikenal dengan rasa khas dan nilai uniknya bagi para penikmatnya.

Sebagian besar responden (15 orang atau 37,5%) memiliki ijazah sekolah menengah atas, sementara 12 orang (30%) memiliki gelar sarjana. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan setidaknya memiliki latar belakang pendidikan tingkat menengah. Pandangan dan kebiasaan belanja konsumen dapat dipengaruhi oleh tingkat pendidikan. Saat melakukan pembelian, konsumen dengan tingkat pendidikan lebih tinggi cenderung lebih selektif terhadap berbagai faktor, seperti kualitas produk, harga, layanan, dan lokasi yang strategis. Selain itu, media sosial dan rekomendasi dari rekan mempermudah konsumen yang berwawasan luas untuk memperoleh informasi mengenai produk.

Berdasarkan profesi, mayoritas responden (12 orang, atau 30%) bekerja sebagai pengusaha. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen berasal dari komunitas yang aktif secara ekonomi dan memiliki penghasilan sendiri. Konsumen dengan aktivitas kewirausahaan umumnya memiliki fleksibilitas waktu dan daya beli yang cukup untuk membeli produk makanan seperti Durian Bawor. Lebih lanjut, kehadiran responden dari berbagai profesi, seperti guru, karyawan sektor swasta, petani, dan ibu rumah tangga, menunjukkan bahwa Durian Bawor Gubuk Durian dihargai oleh berbagai segmen masyarakat.

Berdasarkan tingkat pendapatan, mayoritas responden (18 orang) memiliki pendapatan antara Rp 3.000.001 dan Rp 5.000.000. Hasil ini memberikan informasi mayoritas konsumen termasuk dalam kelompok pendapatan menengah. Tingkat pendapatan merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi kemampuan konsumen untuk membeli produk durian, mengingat durian merupakan buah yang relatif mahal dibandingkan buah-buahan lainnya. Konsumen berpenghasilan menengah cenderung memiliki daya beli yang baik, sehingga mereka mampu membeli durian Bawor baik untuk konsumsi pribadi maupun keluarga.

Berdasarkan frekuensi kunjungan, sebagian besar responden melakukan 4-5 kunjungan. Tidak adanya responden yang hanya melakukan satu kunjungan menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen telah melakukan pembelian berulang di Gubuk Durian. Hal ini menunjukkan kepuasan konsumen terhadap kualitas durian Bawor, pelayanan, dan suasana yang ditawarkan oleh Gubuk Durian. Tingginya frekuensi kunjungan berulang juga mengindikasikan adanya pembelian berulang oleh konsumen karena puas dengan pelayanan serta produk yang didapatkan.

Berdasarkan karakteristik umum responden, dapat diamati bahwa konsumen Bawor Durian di Gubuk Durian sebagian besar adalah laki-laki, berusia produktif, berpendidikan menengah hingga universitas, berprofesi sebagai pengusaha, berpenghasilan rata-rata, dan telah melakukan kunjungan berulang. Karakteristik ini menunjukkan bahwa Bawor Durian di Gubuk Durian memiliki daya tarik yang luas di berbagai segmen populasi dan mampu menghasilkan kepuasan konsumen, sehingga mendorong pembelian berulang.

2. Pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Gubuk Durian

Harga, kualitas produk, dan kualitas layanan diketahui berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Gubuk Durian. Untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam, hasil-hasil ini dikaji lebih lanjut dalam kaitannya dengan teori-teori yang relevan dan temuan penelitian sebelumnya.

1) Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Gubuk Durian

Merujuk pada hasil (uji-t), variabel harga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Gubuk Durian. Mengingat nilai t-hitung sebesar 3,796 lebih besar daripada nilai t-tabel sebesar 2,028 pada tingkat signifikansi 0,001 ($< 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan serta kualitas produk merupakan faktor penentu penting bagi kepuasan pelanggan.

Untuk menentukan sebuah pembelian produk konsumen cenderung mempertimbangkan harga. Dalam penelitian ini, pelanggan tidak hanya menilai murah atau mahal nya harga, tetapi juga membandingkannya dengan kualitas Durian Bawor yang diterima. Kesegaran buah, cita rasa yang khas, tekstur daging buah yang lembut, ukuran buah, serta manfaat yang dirasakan setelah pembelian menjadi aspek yang dipertimbangkan dalam menilai kesesuaian harga. Oleh karena itu, ketika harga dinilai sepadan dengan kualitas produk yang diterima, pelanggan cenderung merasa lebih puas.

Hasil penelitian ini mendukung pendapat Tjiptono (2016) bahwa respons emosional yang timbul dari evaluasi pelanggan terhadap penggunaan barang atau jasa merupakan kepuasan pelanggan. Kotler (2016) sependapat dengan hal ini, menyatakan bahwa kepuasan ditentukan dengan membandingkan harapan pelanggan terhadap kinerja atau manfaat yang dirasakan. Mengacu pada hasil analisis ini, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh harga yang dibayarkan serta kualitas durian yang mereka terima. Apabila konsumen merasa biaya yang mereka keluarkan sebanding dengan manfaat yang mereka terima, mereka akan merasa lebih puas.

Hasil penelitian ini selaras dengan studi yang dilakukan oleh Salsabila Aldita Lamarta, Hamidah Hendrarini, dan Dona Wahyuning Laily (2025), yang menemukan bahwa penetapan harga memiliki pengaruh pada kepuasan konsumen. Penelitian mereka menunjukkan bahwa kepuasan konsumen meningkat ketika harga dianggap sesuai dengan kualitas barang yang diperoleh. Kesimpulan bahwa keselarasan antara harga dan kualitas produk merupakan elemen krusial yang memengaruhi kepuasan pelanggan di Gubuk Durian didukung oleh konsistensi temuan-temuan tersebut.

2) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Gubuk Durian

Mengacu analisis regresi linear berganda yang dilakukan menggunakan SPSS, kepuasan pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas produk Gubuk Durian. Hasil uji parsial (uji-t) yang menunjukkan nilai t-hitung sebesar 3,300 (di atas nilai t-tabel sebesar 2,028) dan tingkat signifikansi di bawah 0,05 memperkuat kesimpulan tersebut. Sehingga, hipotesis alternatif (H_1) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat kepuasan pelanggan meningkat seiring dengan kualitas Durian Bawor yang mereka terima. Sebaliknya, kepuasan pelanggan cenderung menurun ketika kualitas produk tidak

memenuhi harapan.

Berkaitan dengan kepuasan pelanggan yang bersumber pada harapan yang terpenuhi dengan kualitas produk yang sesuai. Studi ini menunjukkan bahwa kualitas durian Bawor yang ditawarkan oleh Gubuk Durian berdampak pada kepuasan konsumen, semakin tinggi kualitas produk baik dari segi rasa, tingkat kematangan, tekstur daging buah, maupun kesegarannya akan semakin besar pula kepuasan yang diperoleh. Kualitas yang tinggi ini menjamin pengalaman yang baik, sehingga menghasilkan kepuasan pasca pembelian. Temuan ini menginformasikan bahwa semakin tinggi kualitas durian Bawor yang diterima konsumen, semakin besar pula kemungkinan mereka merasa puas dan kembali membeli produk dari Gubuk Durian.

Temuan ini mendukung teori Tjiptono (2016), yang menyatakan bahwa evaluasi pelanggan terhadap pengalaman mengonsumsi produk memicu respons emosional yang dikenal sebagai kepuasan. Kotler (2016) menekankan bahwa apabila kinerja suatu produk memenuhi harapan pelanggan maka kepuasan akan tercapai. Berdasarkan survei ini, durian Bawor memenuhi harapan konsumen terkait rasa, tingkat kematangan, tekstur daging buah, dan kesegaran. Oleh karena itu, barang berkualitas tinggi menghasilkan pengalaman konsumsi yang menyenangkan, yang meningkatkan kepuasan konsumen.

Temuan penelitian ini selaras dengan hasil analisis Shofa Fazriah, Yeni Sari Wulandari, dan Siti Mariyani (2025), yang menemukan bahwa kebahagiaan konsumen memang ada hubungannya dengan kualitas produk. Temuan ini menegaskan ketika konsumen menerima produk dengan kualitas lebih tinggi, mereka merasa lebih bahagia. Konsistensi temuan ini mendukung gagasan bahwa peningkatan kepuasan pelanggan sangat bergantung pada kualitas Durian Bawor dari Gubuk Durian.

Namun, hasil penelitian ini bertentangan dengan temuan studi oleh Noveli Arfinda Sari, Denok Mugi Hidayanti, dan Riza Wahyu Utami (2025), yang menunjukkan bahwa kebahagiaan konsumen hanya sedikit dipengaruhi oleh kualitas produk. Perbedaan ini diperkirakan disebabkan oleh variasi karakteristik responden, jenis produk yang diteliti, serta ekspektasi konsumen terhadap mutu produk yang ditawarkan.

3) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Gubuk Durian

Mengacu pada hasil analisis data, variabel kualitas layanan (X_0) memiliki nilai t-hitung sekitar 3,532 dan nilai t-tabel sekitar 2,028. Hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak karena nilai t-hitung lebih besar daripada nilai t-tabel. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Gubuk Durian.

Dalam proses pembelian, kepuasan pelanggan sangat bergantung pada kualitas layanan yang diberikan. Pengalaman pelanggan dipengaruhi oleh gaya pelayanan penjual serta produk yang mereka terima. Layanan yang cepat, ramah, dan responsif, ditambah dengan kemampuan memberikan informasi produk yang jelas, akan menciptakan pengalaman membeli yang lebih menyenangkan. Sebaliknya, layanan yang buruk dapat membuat pelanggan merasa kurang nyaman dan menurunkan tingkat kepuasan. Oleh karena itu, Gubuk Durian jika ingin menjamin kepuasan pelanggan, harus selalu menjaga dan meningkatkan kualitas layanannya.

Hasil penelitian ini mendukung pendapat Tjiptono (2016) bahwa evaluasi pelanggan terhadap pengalaman mereka dalam menggunakan produk atau layanan menghasilkan respons emosional yang dikenal sebagai kepuasan pelanggan. Pandangan ini juga didukung oleh Kotler (2016), yang menekankan bahwa ketika konsumen merasa harapannya terpenuhi maka dengan sendirinya kepuasan itu akan muncul. Berdasarkan survei ini, layanan Gubuk Durian melampaui harapan pelanggan di sepanjang proses pembelian, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan dan memberikan pengalaman yang istimewa. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh

Dara Ayu Alfanni (2023), yang menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemberian layanan yang unggul kepada klien dapat meningkatkan pengalaman dan kepuasan mereka. Bisa dikatakan bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu komponen yang bisa mendorong kepuasan konsumen di Gubuk Durian.

Namun, hasil penelitian ini bertentangan dengan temuan studi oleh Noveli Arfinda Sari, Denok Mugi Hidayanti, dan Riza Wahyu Utami (2025), yang mengatakan tidak adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Perbedaan ini diperkirakan disebabkan oleh sejumlah variabel, antara lain karakteristik responden, kondisi bisnis spesifik yang diteliti, serta variasi dalam cara pelanggan memandang kualitas layanan yang mereka terima.

4) Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen di Gubuk Durian

Berdasarkan pengujian simultan menggunakan uji F, nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil daripada tingkat signifikansi 0,05, dan nilai F hitung sebesar 12,247 lebih besar daripada nilai F tabel sebesar 2,859. Temuan ini menunjukkan bahwa kombinasi antara penetapan harga, kualitas produk, dan kualitas layanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Gubuk Durian. Dengan kata lain, ketiga faktor tersebut bekerja secara bersama-sama untuk menghasilkan perubahan pada kepuasan pelanggan, alih-alih hanya memberikan pengaruh secara terpisah melalui masing-masing komponennya.

Angka koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa besar dampak dari ketiga faktor tersebut. Dengan nilai R^2 sebesar 0,771, model penelitian ini menjelaskan 77,1% variasi dalam kepuasan pelanggan. Suasana hati pelanggan, taktik pemasaran yang digunakan, citra perusahaan, lokasi, serta kemudahan akses menuju tempat usaha merupakan beberapa elemen tambahan yang memengaruhi sisa 22,9% tersebut namun tidak disertakan dalam model.

Temuan tersebut menggambarkan bahwa kepuasan pelanggan di Gubuk Durian terbentuk melalui perpaduan beberapa aspek, bukan hanya dipengaruhi oleh satu faktor tertentu. Konsumen mempertimbangkan kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima, mutu Durian Bawor yang dibeli, serta pelayanan yang mereka rasakan selama proses pembelian. Apabila ketiga aspek tersebut mampu memenuhi bahkan melampaui harapan pelanggan, maka tingkat kepuasan yang dirasakan juga akan semakin tinggi.

Hasil penelitian ini mendukung pendapat Tjiptono (2016) yang mengatakan rasa emosional yang muncul dari penilaian terhadap barang atau jasa adalah kepuasan pelanggan. Pandangan ini juga sejalan dengan pendapat Kotler (2016), yang menyatakan bahwa rasa puas muncul dari perbandingan antara harapan konsumen dan kinerja yang dirasakan setelah memperoleh barang atau jasa tersebut. Dalam konteks penelitian ini, selain kualitas produk utama yaitu Durian Bawor, kesesuaian harga dan tingkat pelayanan yang diterima selama proses transaksi turut memengaruhi kepuasan pelanggan. Tingkat kepuasan yang dirasakan akan meningkat apabila ketiga faktor tersebut sesuai dengan harapan pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Shofa Fazriah, Yeni Sari Wulandari, dan Siti Mariyani (2025), yang menemukan bahwa sejumlah faktor seperti kualitas produk, penetapan harga, dan kualitas pelayanan memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Studi oleh Sinollah dan Muhammad Khilmi (2022) juga menunjukkan hasil serupa, yang memperlihatkan bahwa baik harga maupun kualitas produk memberikan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil yang konsisten ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen biasanya muncul dari kombinasi faktor-faktor yang saling memperkuat,

bukan sekadar dipengaruhi oleh satu elemen tunggal saja. Namun, kesimpulan penelitian ini berbeda dengan temuan Noveli

Arfinda Sari, Denok Mugi Hidayanti, dan Riza Wahyu Utami (2025). Menurut penelitian mereka, kepuasan pelanggan tidak dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas layanan maupun kualitas produk, baik saat dinilai secara terpisah maupun secara bersamaan. Perbedaan hasil ini dapat dijelaskan oleh adanya variasi dalam karakteristik responden, iklim bisnis, jenis produk yang diteliti, serta metode yang digunakan pelanggan dalam menilai mutu barang dan jasa yang mereka terima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya kombinasi antara harga, kualitas produk, dan kualitas layanan pelanggan menjadi penentu kepuasan pelanggan di Gubuk Durian.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengkaji bagaimana kepuasan konsumen saat membeli Durian Bawor dari Gubuk Durian dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Berdasarkan tujuan penelitian dan hasil analisis regresi linear berganda, sehingga bisa disimpulkan:

- 1) Responden penelitian sebagian besar adalah laki-laki yang berada dalam rentang usia produktif, yaitu 20–29, 40–49, dan 50–60 tahun. Mayoritas responden berprofesi sebagai wirausahawan, dengan lulusan SMA sebagai kelompok pendidikan terbesar. Sebagian besar responden telah berkunjung kembali sebanyak empat atau lima kali, dan tingkat pendapatan mereka umumnya berada pada kisaran Rp3.000.000–Rp5.000.000.
- 2) Hasil penelitian menunjukkan bahwa tiga faktor harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan memiliki dampak besar terhadap kepuasan konsumen di Gubuk Durian. Berdasarkan koefisien determinasi (R^2), ketiga variabel ini berkontribusi sebesar 77,1% terhadap kepuasan pelanggan; sementara 22,9% lainnya berasal dari faktor di luar model penelitian, seperti kondisi emosional pelanggan, strategi pemasaran yang diterapkan, serta kemudahan dalam mengakses lokasi. Adapun hasil regresi linear berganda menghasilkan nilai koefisien masing-masing sebesar 0,328 pada variabel harga, 0,289 pada kualitas produk, dan 0,309 pada kualitas pelayanan.

Saran

Mengacu pada rangkian informasi yang telah didapatkan, peneliti berharap bisa memberikan beberapa saran yang dapat membantu Gubuk Durian agar dapat berkembang lebih pesat. Saran-saran ini, meliputi:

- 1) Gubuk Durian disarankan untuk menjaga kualitas tinggi Durian Bawor, baik dari segi rasa, kesegaran, ukuran buah, dan keseragaman kualitas produk, guna memastikan kepuasan konsumen dan mendorong pembelian berulang.
- 2) Kualitas pelayanan harus terus ditingkatkan, terutama dalam hal keramahan, kecepatan pelayanan, dan kemampuan penjual dalam memberikan informasi serta membantu konsumen memilih durian yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka.
- 3) Dalam upaya mengembangkan bisnisnya, Gubuk Durian dapat berinovasi melalui promosi media sosial dan pengembangan produk olahan durian, seperti es durian dan durian frozen, untuk menarik konsumen baru dan meningkatkan daya saingnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri. 2021. Metode Penelitian Kualitatif. Makasar : CV Syakir Media Press.
- Alfanni, D. A. (2023). Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area Medan 2023.
- Amirullah. 2021. Prinsip – Prinsip Manajemen Pemasaran, Disusun Sesuai Rencana Pembelajaran Semester. Indomedia Pustaka. Sidoarjo

- Amruddin, Priyandi, R., Agustina, tri S., Ariantini, N. S., Rusmayani, N. G. A. L., Aslindar, D. A., Ningsih, K. P., Wulandari, S., Putranto, P., Yuniati, I., Untari, I., Mujiana, S., & Wacaksono, D. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In Sukoharjo: CV Pradina Pustaka (p. 46).
- Aprileny, I., Imalia, I., & Emarawati, J. A. (2021). Pengaruh harga, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pembelian rumah di Grand Nusa Indah Blok J, Cileungsi pada PT Kentanix Supra Internasional). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia & Universitas Persada Indonesia YAI.
- Arikunto, Suharsimi. 2017. Prosedur Penelitian Suatu Penelitian Praktis. Penerbit: Rineka Cipta, Jakarta.
- Azizah, N., Carolina, P. S., & Alfaizi, M. R. (2020). Pengaruh Penentuan Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Produk Lokal. Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna, 8(2), 87. <https://doi.org/10.30659/jikm.v8i2.11263>.
- Badan Karantina Indonesia. (2026). Karantina Indonesia Kawal Sukses Ekspor Durian Parigi Moutong ke Pasar Global. Diakses dari situs resmi Badan Karantina Indonesia.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Blitar. (2025). Kabupaten Blitar Dalam Angka 2025. Blitar: BPS Kabupaten Blitar.
- Fazriah, S., Wulandari, Y. S., & Mariyani, S. (t.t.). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional, Harga, Dan Biaya Terhadap Kepuasan Konsumen Sayuran Organik Ceritanik. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan. <https://doi.org/https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/9872>
- Febi Rahmawati, Hadita Hadita, & Neng Siti Komariah. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Catering Ar-Risalah di Kota Bekasi. Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce, 3(1), 10–21. <https://doi.org/10.30640/digital.v3i1.2115>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25.
- Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hadita, H., Widjanarko, W., & Hafizah, H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Smartphone Terhadap Keputusan Pembelian di Masa Pandemic Covid19. Jurnal Kajian Ilmiah, 20(3), 261–268. <https://doi.org/10.31599/jki.v20i3.294>.
- Haryadi, W., Sudiyarti, N., Kurniawan, E., Ismawati, I., & Rachman, R. (2020). Analisis kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada pedagang ikan di Pasar Kerato). Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 8(3), 204–214.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan (Edisi 1). Unitomo Press.
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS INDONESIA, 6(1), 72–78. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v6i1.3536>.
- Jannah, N. N., Suryana, Y., & Khoeruddin, H. (2022). Strategi Pemasaran Madrasah Berbasis Digital Hubungannya dengan Minat Responden Didik. Jurnal Kependidikan Islam, 12(2), 127–137. <https://doi.org/10.15642/jkpi.2022.12.2.127-137>.
- Kotler Keller. 2021. Intisari Manajemen Pemasaran. Edisi Keenam. ANDI. Yogyakarta
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Laia, Y., Sarumaha, M. S., & Laia, B. (2022). Bimbingan Konseling Dalam Meningkatkan Kemandirian Belajar Siswa Di Sma Negeri 3 Susua Tahun Pelajaran 2021/2022. Counseling For All (Jurnal Bimbingan dan Konseling), 2(1), 1–12. <https://doi.org/10.57094/jubikon.v2i1.367>
- Lamarta, S. A., Hendrarini, H., & Laily, D. W. (t.t.). 2. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Sayur dan Buah di Lotte Grosir Waru Sidoarjo.
- Maidiana, M. (2021). Penelitian survey. Journal of Education, 20–29.
- Marham, M., Arief, M. Y., & Soeliha, S. (2023). Pengaruh kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen melalui minat beli sebagai variabel intervening pada Toko Cantika Panji Situbondo. Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME), 2(3), 543–560.

Muhamad, N. (2025, June 10). Produksi durian Indonesia meningkat pada 2024, rekor tertinggi 5 tahun. Databoks.
<https://databoks.katadata.co.id/agroindustri/statistik/6847be88e236d/pro>

duksi-durian-indonesia-meningkat-pada-2024-rekor-tertinggi-5-tahun

Mutiawati. (2019). Kinerja Pelayanan Angkutan Umum Jalan Raya. Deepublish Publisher.

Nu'man, A., Binti, C., & Dedi, E. (2022). Pengaruh Kualitas pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada [Nama Produk/Jasa]. *Jurnal Ekonomi & Manajemen*, 10(2)

Pratiwi, N., dkk. 2018. Identifikasi Karakter Morfologi Durian (*Durio zibethinus* Murr) di kecamatan Tigalingga dan Peggan Hilir Kabupaten Dairi Sumatera Utara. *Jurnal Agroteknologi FP USU*. Vol 6 No. 2.

Putri, A., Arif, M., & Kunci, K. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan. 6(1), 194–208.

Sahir, S. H. (2021). Metodologi Penelitian. In Yogyakarta: KBM Indonesia (p. 26). Santoso. (2019). Loyalitas Nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Wilayah

Cirebon.Deepublish Publisher.

Saputra, R. (2020). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Distro Label Store Pekanbaru (Skripsi). Universitas Islam Riau, Pekanbaru.

Sari, N. D. A., Hidayanti, D. M., & Utami, R. W. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Sekar Aru, Fruits.10.

Sarosa, S. (2017). Penelitian Kualitatif; Dasar- Dasar (2nd Ed.). jakarta: Indeks Sativa, R. D. O. (2024). Analisis Tingkat Kepuasan Petani terhadap benih jagung

NK33 di Desa Ngungghahan Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung. Berkala Ilmiah AGRIDEVINA,13(1), 75–81. <https://doi.org/10.33005/agridevina.v13i1.4494>

Sinollah, S., & Khilmi, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan di Lumbung Stroberi Kota Batu. *SKETSA BISNIS*, 9(2), 2014–2225.

<https://doi.org/10.35891/jsb.v9i2.3297>

Subagiya, B. (2023). Eksplorasi penelitian Pendidikan Agama Islam melalui kajian literatur: Pemahaman konseptual dan aplikasi praktis. 12(3).

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta CV.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung:

Alfabeta.

Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D. Edisi Kedua.

Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.

Sumual, Y. M., Kalangi, J. A., & Mukuan, D. D. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Otomoto Mantos. *Productivity*, 2(1), 73-78.

Syamsul, T. D., Guampe, F. A., Amzana, N., Alhasbi, F., Yusriani, Y., Yulianto, A., Ayu, J. D., Widakdo, G., Virgantari, F., Halim, H., & Naryati, N. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif: Teori Dan Penerapannya. In Jawa Tengah: CV Tahta Media Grup.

Tan, D. (2021). Metode Penelitian Hukum: Mengupas Dan Mengulas Metodologi Dalam Menyelenggarakan Penelitian Hukum. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(8).

Tjiptono., Fandy. 2016. Satisfaction , Quality & Satisfaction. Yogyakarta : Andi. Tuahta, Halim, V., Butar-butar, M., Susanto, J., Adhitya, S., & Cutiara, J. (2024).

Pengaruh Penetapan Harga , Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap keputusan Pembelian. 5(2), 4287–4295.

Wilujeng Fuji rahayu, et. Al, Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Dua Bisnis E- Commerce Tersebar Di Indonesia Dengan Menggunakan Analisis Servqual Dan IPA, *Jurnal UMJ*, 2019.

Zulkarnain, R., Taufik, H., & David Ramdansyah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1–24.