

**UPAYA MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN  
MELALUI PENINGKATAN KUALITAS PRODUK, KUALITAS  
LAYANAN, DAN HARGA YANG KOMPETITIF**

(Studi pada konsumen Susu Mbok Darmi di Kota Bogor)

**SKRIPSI**

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa



**Disusun Oleh :**

**MUHAMMAD FAYYADH HILMI FADHLURROHMAN**

**5551200121**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA**

**2024**

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang menandatangani dibawah ini:

Nama : Muhammad Fayyadh Hilmi Fadhlurrohman

Nim : 5551200121

Jurusan : SI Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul **"Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Melalui Peningkatan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Yang Kompetitif (Survey Pada Konsumen Susu Mbak Darmi di Kota Bogor)"**, seluruhnya adalah hasil saya sendiri. Penelitian ini dibuat sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) dari Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisannya terdapat kutipan dari hasil karya ilmiah dari penelitian lain dan telah saya cantumkan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan karya ilmiah. Apabila di kemudian hari seluruh bagian atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian tertentu maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya sandang dan sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.



Sarang, 6 Juni 2024  
Yang Membuat Pernyataan

Muhammad Fayyadh Hilmi Fadhlurrohman  
5551200121

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**UPAYA MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI**  
**PENINGKATAN KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN**  
**HARGA YANG KOMPETITIF**

(Studi Pada Konsumen Susu Mbok Darmi di Kota Bogor)

**SKRIPSI**  
**MANAJEMEN PEMASARAN**

Drajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Strata-1  
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

**Muhammad Fayyadh Hilmi Fadhlurrohman**  
**5551200121**

Serang, 06 Juni 2024

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Prof. H.E.R. Taufik, S.E., M.M., M.Si., Ph.D.  
NIP. 19641212200121001



Dr. Liza Mumtazah Damarwulan, S.E., M.Si.  
NIP. 197411292005012001

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Wawan Ichwanudin, S.E., M.Si.  
NIP. 197510232005011003

**PERSetujuan PENGESAHAN  
PEMBIMBING DAN DEWAN PENGUJI**

Skripsi dengan judul

**UPAYA MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI PENINGKATAN  
KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA YANG KOMPETITIF  
(Studi Pada Konsumen Sate Mbok Darmi di Kota Bogor)**

Telah diuji dalam sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Jurusan Manajemen Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dan dinyatakan

**LULUS**

Pada Hari Rabu, Tanggal 03, Bulan Juli, Tahun 2024, Oleh Dewan Penguji  
Serang, 03 Juli 2024.

Pembimbing I



Prof. H.E.B. Tanjung, S.E., M.M., M.Si., Ph.D., NIP. 19641212200121001

Pembimbing II



Dr. Liza Mumtazah Damarwulan, S.E., M.Si.  
NIP. 197411292005012001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Th. Imita, S.E., M.M., Ak., CA., CMA., CPA.  
NIP. 197312302001121001


Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Wawan Ichwanudin, S.E., M.Si.  
NIP. 197510222005011003

**DEWAN PENGUJI**

1. Dr. Liza Mumtazah Damarwulan, S.E., M.Si.  
NIP. 197411292005012001  
(Ketua Penguji)



( 17 Juli 2024 )

2. Enok Nurhayati, S.E., M.Si.  
NIP. 197207312006042004  
(Anggota Penguji 1)



( 15 Juli 2024 )

3. Yanto Arie Setya, S.E., M.Si.  
NIP. 197710072005011002  
(Anggota Penguji 2)



( 17 Juli 2024 )

Nama	Muhammad Fayyadh Hilmi Fachrudin
No. Induk Mahasiswa	5551200121
Jurusan	Manajemen
Jenjang Pendidikan	Siswa-1 (S1)

## **LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO :**

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”  
(Qs. Al Baqarah:286)

“Segala sesuatu yang telah diawali, maka harus diakhiri, selalu ada risiko dalam setiap tindakan, jika kamu sudah mengambil tindakan itu maka pertanggung jawaban akan senantiasa mengikuti ”

“Hidup itu selalu ada rintangan nya, semua orang pasti bisa melewati rintangan itu kalau dijalanin, jalanin aja dulu nanti juga Allah bantu.”

“Kita kalau mau sukses, harus keluar dari zona nyaman. “

### **PERSEMBAHAN :**

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan mengucapkan syukur atas rahmat Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang dengan ini kupersembahkan karya ini kepada:

“Ayah, Ibu, Kakak dan Adikku tersayang, yang selalu memberikan do’a tulus dan dukungannya”

“Segenap Keluarga besarku, Team Susu Mbok Darmi, dan seluruh rekan yang turut mendoakan dan selalu menyemangatiku dalam proses pembuatan Skripsi ini”

“Sahabat-sahabatku serta teman seperjuangan yang selalu mendukung dan membantu”

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel moderating. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini melakukan pengumpulan data berdasarkan kuesioner, studi kepustakaan serta observasi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen susu mbok darmi yang berusia kurang dari (<) 17 – lebih dari (>) 40 tahun dan sampel sebanyak 105 responden dengan penarikan *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan alat analisis SmartPLS 4. Penelitian ini memiliki hasil bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat memediasi pengaruh tidak langsung kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan**

## **ABSTRACT**

This research aims to examine the influence of product quality, price and service quality on customer loyalty with customer satisfaction as a moderating variable. The research method used is quantitative with a descriptive approach. This research collects data based on questionnaires, literature studies and observations. The population in this study were Mbok Darmi milk consumers aged less than (<) 17 – more than (>) 40 years and a sample of 105 respondents using purposive sampling. The data analysis method used is Structural Equation Modeling (SEM) with the SmartPLS 4 analysis tool. This research has the results that product quality has no significant effect on customer loyalty, price has a positive and significant effect on customer loyalty, while service quality has no significant effect on customer loyalty. . Customer satisfaction can mediate the indirect influence of product quality, price and service quality on customer loyalty.

**Keywords: Product Quality, Price, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty**

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Melalui Peningkatan Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Yang Kompetitif.”

Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat dalam rangka menyelesaikan Program Strata-1 Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Skripsi ini untuk berbagi pengetahuan dan wawasan dengan para pembaca.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Namun, Skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan bimbingan serta dukungan yang diberikan oleh berbagai pihak, baik dukungan spiritual maupun material.

Penulis berterima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyusunan skripsi ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Fatah Sulaiman, ST., MT., selaku Rektor Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
2. Prof. Dr. Tubagus Ismail, SE., MM., Ak., CA., CMA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.



3. Dr. Wawan Ichwanudin, SE., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
4. Prof. H.E.R. Taufik, SE, MM., M.Si., Ph.D selaku Dosen Pembimbing 1 dan Dr. Liza Mumtazah Damarwulan, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing 2 dan Prof. Dr. H. Fauji Sanusi, Drs., MM. sebagai Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan masukan serta bimbingannya selama ini.
5. Enok Nurhayati, SE., M.Si. dan Yanto Azie Setya, SE., M.Si. selaku Dosen Penguji Sidang Skripsi. Terimakasih atas masukan, saran perbaikan yang telah diberikan demi menyempurnakan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan staf di lingkungan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
7. Ayah, Ibu tersayang serta keluarga yang selalu mendoakan dan memberi semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Terima kasih atas doa tulusnya. Semoga Allah selalu melindungi dan memberikan nikmat sehat untuk kalian.
8. Segenap team dari Susu Mbok Darmi yang selalu memberi dukungan selama penyusunan skripsi ini.
9. Teman Teman OTW Manake, Panitia 17an, dan Pilpres Damai 2024 yang telah mendukung serta membantu proses penyusunan skripsi ini
10. Sartika Dewi, Diana Rahma Fadhila, Ririn Amelinda, Reza Sujiar, Robbi Hidayat, Ar Rifqy Ghifari teman seperjuangan selama perkuliahan yang sudah berbagi ilmu dan dukungannya. Semoga Allah selalu melindungi kalian dimanapun kalian berada.

11. Muhammad Ammar Aji teman seperjuangan selama yang sudah bersedia berbagi ilmu dan dukungannya selama penyusunan skripsi ini

12. Segenap responden penelitian yang telah bersedia membantu mengisi kuesioner penelitian.

13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terjadi kekurangan dan masih jauh dari sempurna yang disebabkan karena keterbatasan juga kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan masukan, kritik dan saran yang membangun untuk lebih baik lagi di masa depan. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	10
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	10
1.4. Tujuan Penelitian .....	11
1.5. Manfaat Penelitian .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori .....	13
2.1.1. Teori Perilaku Konsumen .....	13
2.1.2. Kualitas Produk .....	15
2.1.3. Harga .....	18
2.1.4. Kualitas Pelayanan .....	25
2.1.5. Kepuasan Pelanggan .....	28
2.1.6. Loyalitas Pelanggan .....	33
2.2 Pengembangan Hipotesis .....	37
2.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	37
2.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	38

2.2.3	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	38
2.2.4	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	39
2.2.5	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	40
2.2.6	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	41
2.2.7	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	41
2.3	Kerangka Pemikiran.....	42

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Jenis Penelitian.....	45
3.2	Definisi Operasional Variabel.....	46
3.2.1	Variabel Penelitian .....	46
3.2.2	Definisi Operasional Variabel.....	46
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	49
3.3.1	Populasi .....	49
3.3.2	Sampel dan Teknik Sampling .....	49
3.4	Sumber Data.....	50
3.4.1	Data Primer .....	50
3.4.2	Data Sekunder .....	50
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.5.1	Wawancara ( <i>Interview</i> ) .....	50
3.5.2	Kuesioner (Angket).....	51
3.6	Uji Instrumen .....	51
3.6.1	Uji Validitas .....	51
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	52

3.7 Teknik Analisis Data.....	53
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	53
3.8 Analisis Structural Equation Modelling (SEM).....	55
3.8.1 Model Pengukuran (Outer Model).....	56
3.8.1.1 Uji Validitas dan Reabilitas .....	57
3.8.1.1.1 Uji Validitas .....	57
3.8.1.1.2 Uji Reliabilitas .....	57
3.8.2 Model Struktural (Inner Model).....	58
3.8.2.1 Uji Pengaruh Antar Variabel (R <sup>2</sup> ) .....	58
3.8.2.2 Uji Hipotesis Langsung.....	59
3.8.2.3 Uji Mediasi.....	60
3.9 Kerangka Model Penelitian .....	62

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	64
4.1.1 Profil Perusahaan .....	64
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	65
4.2 Objek Penelitian .....	65
4.3 Uji Instrumen Penelitian .....	66
4.3.1 Uji Validitas .....	66
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	67
4.4 Hasil Penelitian .....	68
4.4.1 Karakteristik Responden .....	68
4.4.2 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1) .....	70

4.4.3	Analisis Deskriptif Harga (X2) .....	71
4.4.4	Analisis Deskriptif Kualitas Layanan (X3) .....	72
4.4.5	Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan (Z) .....	73
4.4.6	Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan (Y) .....	75
4.5	Analisis Structural Equation Moelling (SEM) .....	76
4.5.1	Analisis Pengukuran Model (Outer Model) .....	76
4.5.1.1	Uji Validitas .....	76
4.5.1.2	Uji Reliabilitas .....	82
4.5.2	Analisis Model Struktural (Inner Model).....	83
4.5.2.1	Uji Hipotesis .....	84
4.6	Pembahasan.....	90

## **BAB V KESIMPULAN**

5.1	Kesimpulan .....	100
5.2	Implikasi Manajerial .....	103
5.3	Saran.....	107

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Outlet Susu Mbok Darmi.....	4
Tabel 1.2 Omzet Susu Mbok Darmi Kota Bogor.....	5
Tabel 1.3 Research Gap .....	7
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 3.2 Interpretasi Reliabilitas Konsumen .....	48
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	61
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	63
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	64
Tabel 4.6 Hasil Statistik Deskriptif Kualitas Produk.....	65
Tabel 4.7 Hasil Statistik Deskriptif Harga .....	66
Tabel 4.8 Hasil Statistik Deskriptif Kualitas Pelayanan .....	67
Tabel 4.9 Hasil Statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan .....	68
Tabel 4.10 Hasil Statistik Deskriptif Loyalitas Pelanggan .....	70
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Average Variance Extraced .....	73
Tabel 4.12 Skor Outer Loading.....	74
Tabel 4.13 Cross Loading Validitas Deskriminan .....	75
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	77
Tabel 4.15 Hasil Perhitungan R Square .....	78
Tabel 4.16 Direct Effect.....	79
Tabel 4.17 Ringkasan Hasil Pengujian Direct Effect.....	82

Tabel 4.18 Indirect Effect .....	83
Tabel 4.19 Ringkasan Hasil Pengujian Indirect Effect .....	84



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Indikator Kualitas Produk .....	18
Gambar 2.2 Indikator Harga .....	25
Gambar 2.3 Indikator Kualitas Pelayanan .....	28
Gambar 2.4 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	32
Gambar 2.5 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	36
Gambar 2.6 Kerangka Pemikiran .....	42
Gambar 3.1 Uji Validitas .....	47
Gambar 3.2 Uji Reliabilitas.....	48
Gambar 3.3 Kerangka Model Penelitian .....	55
Gambar 4.1 Tampilan Output Model Pengukuran (Outer Model).....	72

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pelanggan merupakan seseorang yang terus menerus dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut. Untuk dapat menjadi pelanggan yang loyal, seorang pelanggan harus memulai beberapa tahapan. Proses ini berlangsung lama dengan penekanan dan perhatian yang berbeda untuk masing-masing tahap karena setiap tahap mempunyai kebutuhan yang berbeda. Dengan memperhatikan masing-masing tahapan dan memenuhi kebutuhan dalam setiap tahap tersebut, perusahaan memiliki peluang yang lebih besar untuk membentuk calon pembeli menjadi pelanggan loyal.

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Manfaat dari loyalitas pelanggan adalah berkurangnya pengaruh serangan dari para kompetitor dari perusahaan sejenis, tidak hanya kompetisi dalam hal produk namun juga kompetisi dalam hal persepsi. Selain itu pelanggan yang loyal dapat mendorong perkembangan perusahaan dengan memberikan ide atau saran kepada perusahaan agar meningkatkan kualitas produknya. Berdasarkan manfaat loyalitas pelanggan tersebut maka perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas

dan memuaskan pelanggannya. Kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan perusahaan untuk mendapatkan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Penilaian kualitas pelayanan ditentukan oleh pengguna jasa layanan tersebut, pengguna jasa akan menilai dengan membandingkan pelayanan yang akan mereka terima dengan yang mereka harapkan. Untuk itu kualitas pelayanan dapat ditentukan melalui suatu usaha agar dapat memenuhi kebutuhan dan harapan-harapan pengguna jasa. Kualitas pelayanan juga menjadi faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Hal ini dikarenakan pelanggan yang merasa puas dengan nilai-nilai pribadinya dan merasa positif terhadap layanannya akan lebih loyal terhadap perusahaan.

Pelanggan sering kali menjadi tidak loyal karena pelayanan yang buruk atau kualitas layanan yang lebih rendah dari yang diharapkan pelanggan. Kualitas layanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan, yang membantu membangun ikatan yang kuat antara pelanggan dan perusahaan. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan, terlebih dahulu kita perlu mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh produsen kepada pelanggannya. Kepuasan pelanggan terjadi ketika seseorang merasakan pengalaman berkualitas yang diberikan oleh perusahaan. Agar suatu perusahaan dapat bertahan dalam persaingan, maka harus mampu menjamin kepuasan pelanggan. Pihak perusahaan dapat berusaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan melalui berbagai strategi dan metode untuk memastikan bahwa mereka puas dan ingin kembali lagi. Jika seorang pelanggan

merasa senang karena kebutuhannya terpenuhi dan menjadi pelanggan setia, maka ia tidak akan beralih ke produk lain.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat penting dalam pemasaran. Jika tidak, kekecewaan pelanggan terhadap pemberian layanan dapat menyebabkan kejatuhan perusahaan di masa depan. Dalam pasar yang sangat kompetitif, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan saling terkait. Dengan kata lain, jika perusahaan berusaha meningkatkan kepuasan pelanggan, maka loyalitas pelanggan akan meningkat, dan sebaliknya, jika perusahaan atau unit bisnis berupaya meningkatkan kepuasan pelanggan, maka loyalitas pelanggan secara otomatis akan menurun. Dalam hal ini kepuasan pelanggan menjadi penyebab loyalitas pelanggan.

Sektor bisnis yang cukup menjanjikan belakangan ini, salah satunya adalah industri makanan dan minuman atau sering disebut *Food and Beverage* (F&B). Usaha produk turunan susu sapi memiliki potensial yang sangat besar, karena saat ini susu sudah menjadi konsumsi dari kalangan anak muda sampai usia tua. Susu sapi dikenal sebagai minuman yang bernilai gizi tinggi dan sudah dikonsumsi oleh masyarakat sejak lama. Susu dan produk-produk turunannya seperti susu krim, susu skim, susu bubuk, susu kental manis, yogurt, mentega, dan hasil olahan susu lainnya merupakan bahan makanan dengan gizi tinggi. Susu merupakan salah satu bahan makanan yang memiliki komposisi yang lengkap dan mengandung mineral penting yang dibutuhkan oleh tubuh, sehingga dengan mengonsumsi susu dapat memenuhi kebutuhan metabolisme tubuh.

Saat ini outlet Susu Mbok Darmi telah tersebar di wilayah Bogor, Depok Jakarta, Bekasi dan Tangerang

Tabel 1.1 Daftar Outlet Susu Mbok Darmi

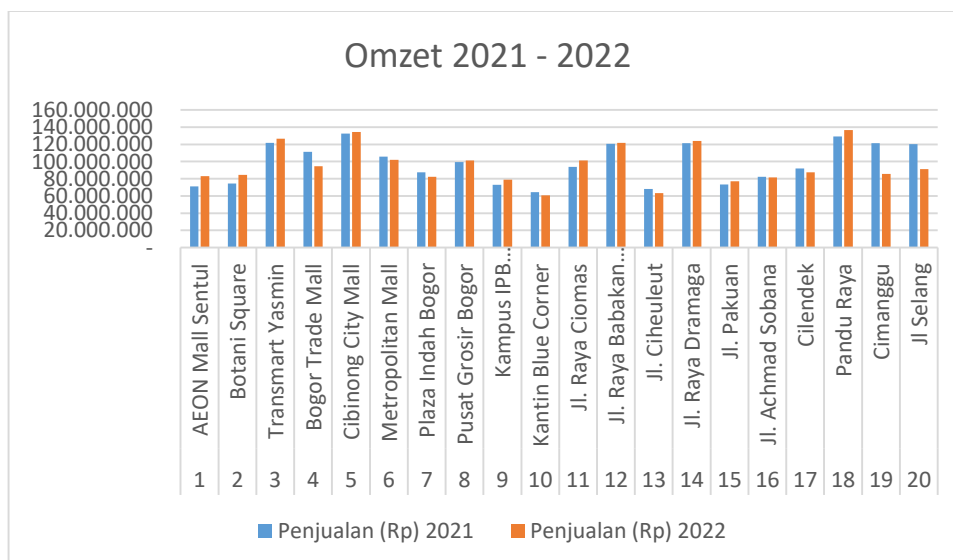
Wilayah	Outlet	Wilayah	Outlet	Wilayah	Outlet	Wilayah	Outlet
Bogor	AEON Mall Sentul	Depok	Pesona Mall	Jakarta	Blok M Plaza	Bekasi	Grand Galaxy
	Botani Square		Margo City		Peiaten Village		Plaza Cibubur
	Transmart Yasmin		Jl. H. Asmawi		Mall Basura	Mall Ciputra	
	Bogor Trade Mall		Jl. Raya Sawangan		Mall Cipinang	Mega Bekasi	
	Cibinong City Mall		Jl. Sentosa Raya		St. Gondangdia	Lagoon Avenue	
	Metropolitan Mall		Gunadarma		Tamini Square	Jl. Bintara	
	Plaza Indah Bogor		ITC Depok		Carefour Lb. Bulus	Jl. Jatibening	
	Pusat Grosir Bogor				Mall Ambassador	Jl. Candrabaga	
	Kampus IPB Dramaga	Tangerang	Tangcity Mall		Lippo Mall Kemang	Mall Pondok Gede	
	Kantin Blue Comer		Transpark Bintaro		AEON Mall JGC	Trans Park	
	Jl. Raya Ciomas		AEON BSD		Univ. Pancasila		
	Jl. Raya Babakan Dramaga		CBD Ciledug		AEON Mall Tj. Barat		
	Jl. Ciheuleut		ITC BSD		Plaza Kalibata		
	Jl. Raya Dramaga		Supermall Karawaci		Green Pramuka		
	Jl. Pakuan				Mall Artha Gading		
	Jl. Achmad Sobana				MRT Lb. Bulus		
	Cilendek						
	Pandu Raya						
	Cimanggu						
	Jl. Selang						

Sumber : Data Sekunder, diolah peneliti 2023

Omzet merupakan total penerimaan yang diperoleh dari penjualan produk atau jasa dalam periode waktu tertentu, biasanya dalam satu tahun. Omzet yang diterima sampai akhir tahun menjadi indikator penting untuk mengukur kesuksesan bisnis dan menentukan strategi pertumbuhan perusahaan untuk kedepannya. Omzet yang diterima sampai akhir tahun merupakan salah satu indikator utama kesuksesan dan pertumbuhan bisnis. Meningkatkan omzet menjadi prioritas bagi setiap pemilik bisnis, baik itu perusahaan besar, UMKM, atau startup. Berikut ini disajikan omzet outlet Susu Mbok Darmi yang ada di Kota Bogor.

Tabel 1.2. Omzet Susu Mbok Darmi Kota Bogor

No	Outlet	Penjualan (Rp)	
		2021	2022
1	AEON Mall Sentul	71.210.800	83.172.400
2	Botani Square	74.564.000	84.345.000
3	Transmart Yasmin	121.901.200	126.412.100
4	Bogor Trade Mall	111.416.300	94.532.100
5	Cibinong City Mall	132.501.600	134.501.700
6	Metropolitan Mall	105.745.500	102.137.400
7	Plaza Indah Bogor	87.562.000	82.314.200
8	Pusat Grosir Bogor	99.242.400	101.345.000
9	Kampus IPB Dramaga	73.112.500	78.901.300
10	Kantin Blue Corner	64.314.500	60.791.000
11	Jl. Raya Ciomas	93.752.800	101.272.300
12	Jl. Raya Babakan Dramaga	120.590.000	121.740.400
13	Jl. Ciheuleut	68.312.000	63.172.100
14	Jl. Raya Dramaga	121.404.200	124.090.100
15	Jl. Pakuan	73.217.500	77.102.000
16	Jl. Achmad Sobana	82.314.600	81.567.800
17	Cilendek	92.073.000	87.453.000
18	Pandu Raya	129.061.800	136.451.200
19	Cimanggu	121.552.600	85.467.300
20	Jl. Selang	120.234.800	91.230.700
	<b>Total</b>	1.964.084.100	1.917.999.100



Sumber : Data Sekunder, diolah peneliti (2023)

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa omzet keseluruhan dari 20 outlet di Kota Bogor terdapat penurunan omzet dari Rp. 1.964.084.100 tahun 2021 menjadi Rp. Rp. 1.917.999.100 tahun 2022 atau terdapat penurunan sebesar Rp. 46.085.000. Penurunan terjadi karena dari 20 outlet ada sebanyak 9 outlet mengalami penurunan omzet, salah satu faktor penyebab nya adalah karena kemungkinan konsumen tidak melakukan pembelian kembali artinya loyalitas pelanggan masih rendah. Beberapa faktor yang menyebabkan rendahnya loyalitas pelanggan adalah karena kurangnya kepuasan pelanggan, sementara kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan.

Dari sisi kualitas Susu Mbok Darmi jelas harus diperhatikan karena menyangkut produk yang dikonsumsi oleh pelanggan. Susu Mbok Darmi merupakan produk susu segar dengan bahan baku susu segar langsung dari peternak sapi perah disekitar wilayah Kota dan Kabupaten Bogor, susu segar yang dibuat tidak menggunakan bahan pengawet. Proses penyimpanan bahan baku disimpan secara higienis maksimal selama 3 hari dengan suhu penyimpanan dibawah 10°C, pengiriman bahan baku susu segar dari gudang ke outlet dilakukan maksimal 3 jam, hal ini dilakukan untuk menjaga agar kualitas susu tetap baik. Untuk penyajian susu segar dikemas dalam *paper cup*.

*Paper cup* adalah sejenis gelas dari bahan baku kertas yang telah dilapisi material *food grade* sehingga sesuai untuk kemasan minuman dingin atau pun panas. *Paper cup* tidak diciptakan dari sembarang kertas, namun memakai kertas tebal atau yang dikenal dengan kertas *food grade*. Pada dasarnya bahan itu mempunyai tekstur yang kokoh, tahan panas, dan tidak mudah bocor. Packaging

ini paling sering di pakai untuk wadah minuman kopi, teh, susu, dan jenis minuman lainnya. Selain itu kertas yang digunakan sebagai wadah minuman ini pun tidak mengkontaminasi minuman dengan bahan kimia yang berbahaya, sehingga lebih aman guna kesehatan pemakainya. *Paper cup* tersebut juga dibalut dengan desain kemasan yang menarik dan berkualitas.

Tabel 1.3 outlet dengan penjualan terendah

No	Nama Outlet	Omset
1	Universitas Pancasila	69.190.600
2	Universitas Gunadarma	72.544.000
3	Cilendek	90.053.000
4	Ciomas	91.732.600
5	PGB	97.222.200
6	Air Mancur	118.214.600
7	Dramaga	118.570.000
8	Transpark Bintaro	119.384.000
9	Cimanggu	119.532.400
10	ITC Depok	119.901.200
11	Pandu Raya	127.061.600
12	Lippo Mall Kemang	131.501.400

Berdasarkan data yang saya terima dari kantor pusat Susu Mbok Darmi seperti yang dapat dilihat dari tabel diatas menunjukkan hasil kesimpulan bahwa 7 dari 12 outlet terendah berada di kota Bogor, oleh karena itu Kota Bogor menjadi alasan peneliti untuk melakukan penelitian Susu Mbok Darmi outlet Kota Bogor.

Tabel 1.4 *Research gap* Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dipengaruhi Oleh Kualitas Pelayanan

Variabel Penelitian	Nama Peneliti dan Tahun	Hasil Penelitian
Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	Agyl Satrio (2019), Azria Rahma Minawati (2017), Kukuh Familiar dan Ida Maftukhah (2015)	Signifikan
	Rachmad Hidayat (2019), Dani Haris Dan Henny Welsa (2018), Hanif Majid (2020)	Tidak Signifikan



Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	Azria Rahma Minawati (2017), Rini Sugiarsih Duki Saputri (2019), Nurmin Arianto Dan Febrian (2022)	Signifikan
	Ageng Budi Lestari (2022) Maulidia Adinda Pramesti Dan Uswatun Chasanah (2021), Retno Ayu Dewi Novitawati,etc (2019)	Tidak Signifikan
Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	Hygid Starini (2018), Azria Rahma Minawati (2017), Kukuh Familiar dan Ida Maftukhah (2015)	Signifikan
	Rachmad Hidayat (2019). Willyanto Agiesta,etc (2021), Nurul Qomariah (2013)	Tidak Signifikan
Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	Rachmad Hidayat (2019), Kukuh Familiar dan Ida Maftukhah (2015), Maulidia Adinda Pramesti Dan Uswatun Chasanah (2021)	Signifikan
	Dani Haris Dan Henny Welsa (2018), Ahmad Izzuddin Dan Muhammad Muhsin (2020), Alvin Mariansyah Dan Amirudin Syarif (2020)	Tidak Signifikan
Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	Alvin Mariansyah Dan Amirudin Syarif (2020), Ferdinand Napitupulu (2019), Dea Alvionita Sari Dan Dwi Ariani Mayasari (2022)	Signifikan
	Maulidia Adinda Pramesti Dan Uswatun Chasanah (2021), Khoirun Nisa Dan Subi Anto (2016), Sinollah,etc (2022)	Tidak Signifikan
Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	Dwi Aryani (2019). Hygid Starini (2018), Kukuh Familiar dan Ida Maftukhah (2015)	Signifikan
	Ismi (2019), Nurul Qomariah (2013), Vinny Dwi Rahim Safavi, Dan Hawignyo Hawignyo (2021)	Tidak Signifikan
Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	Agyl Satrio (2019), Trisno Musanto (2020), Rachmad Hidayat (2019)	Signifikan
	Dani Haris Dan Henny Welsa (2018), Imelda Aprileny,etc (2022), Wulan Probo Bintari,etc (2022)	Tidak Signifikan

Sumber : Data Sekunder, Diolah Peneliti 2023

Tabel 1.5 Kuisisioner Prasurvei

No	Keterangan	Tanggapan		
		Tinggi	Sedang	Rendah
1	Kualitas Produk	1	17	2
2	Harga Produk	8	12	-
3	Kualitas Pelayanan	4	10	6
4	Tingkat Kepuasan	-	12	8
5	Loyalitas Pelanggan	3	10	7
	Rata-rata	16%	61,%	23%

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Berdasarkan prasurvei yang telah dilakukan peneliti melalui kuisioner kepada 20 orang pelanggan mengenai kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan serta loyalitas, pelanggan menyatakan:

Berdasarkan hasil pra survei kepada 20 orang pembeli Susu Mbok Darmi, mengenai kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan yaitu tentang kualitas produk sebesar 5% menyatakan kualitas produk tinggi, sebanyak 85% menyatakan kualitas produk sedang dan sebanyak 10% menyatakan kualitas produk rendah. Sedangkan harga sebanyak 60% menyatakan harga cukup terjangkau dan sebanyak 40% menyatakan harga tidak terjangkau. Sedangkan untuk kualitas pelayanan sebanyak 20% menyatakan kualitas pelayanan tinggi, sebanyak 50% menyatakan kualitas pelayanan sedang dan sebanyak 30% menyatakan kualitas pelayanan rendah. Sedangkan untuk kepuasan pelanggan pelanggan menyatakan sebanyak 60 % menyatakan sedang dan sebanyak 40% pelanggan menyatakan tingkat kepuasan yang rendah. Untuk loyalitas pelanggan sebanyak 15% menyatakan loyalitas tinggi, sebanyak 50% menyatakan loyalitas sedang dan 35% menyatakan loyalitas rendah.

Dari tabel diatas terlihat bahwa semua yang mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti harga, produk, kualitas pelayanan, tentang produk Susu Mbok Darmi belum tentu dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya secara optimal, dampaknya adalah rendahnya loyalitas pelanggan, sehingga perlu dievaluasi kembali beserta seberapa besarnya pengaruhnya terhadap para pelanggan. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan

terhadap kepuasan serta implikasinya pada loyalitas pelanggan Susu Mbok Darmi.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Masalah dalam penelitian ini adalah masih kurangnya loyalitas pelanggan Susu Mbok Darmi yang dibuktikan berdasarkan penurunan omset yang dialami dalam kurun waktu 2021 hingga 2022, terdapat 12 outlet dengan pendapatan terendah 7 diantaranya berada di Kota Bogor. Hal tersebut menjadi dasar alasan mengapa peneliti tertarik untuk meneliti penyebab penurunan omset susu mbok darmi dalam region atau wilayah kota bogor. Penyebab dari kurangnya loyalitas pelanggan tersebut juga dipengaruhi oleh diantaranya yaitu Kualitas Rasa, Harga, dan Kualitas Pelayanan yang tergolong tidak tinggi berdasarkan pra survei yang sudah dilakukan oleh peneliti melalui kuisisioner pra survey terhadap 20 responden yang telah melakukan pembelian Susu Mbok Darmi minimal 2 kali. Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut maka Rumusan Masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana meningkatkan loyalitas pelanggan melalui peningkatan kualitas produk, kualitas layanan, dan harga yang kompetitif”.

### **1.3. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan Rumusan Masalah tersebut pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?

4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
5. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
7. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
5. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
7. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Dari beberapa tujuan penelitian diatas peneliti menarik kesimpulan bahwa penelitian ini bertujuan untuk menguji, menganalisis serta membuktikan bagaimana peranan kepuasan pelanggan dalam memediasi hubungan kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini berguna baik secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat mendukung atau menolak *grand teori* yang dikembangkan oleh para ahli atau peneliti sebelumnya.

2. Manfaat secara praktis.
  - a. Bahan informasi dan referensi untuk perpustakaan serta bagi para peneliti yang ada kaitannya dengan penelitian ini.
  - b. Bagi pemilik penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai gambaran dalam mengetahui kepuasan dan loyalitas pelanggan Susu Mbok Darmi

### Daftar Pustaka

- Abdillah, W., Hartono. (2015). *Partial Least Square (Pls)*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Abdullah, T., & Tantri, F. (2019). *Manajemen Pemasaran (1st Ed.)*. Depok
- Abdurrahman Dkk. “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian”, *Business Innovation & Entrepreneurship Journa*, (2020).
- Aditya, Eka, Wibowo. (2019). Pengaruh Harga Diskon Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Smartphone Xiaomi Di Kota Magelang. *2(2)*, 24-35.
- Afnina, Dan Hastuti, Yulia. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*.
- Afriansyah, R., Ningsih, A. N., Augia, T., Dahlan, H., Rosyada, Amrina, Putri, Dini Arista, Fajar, N. A., Yuniarti, E., Vinnata, N. N., Pujiwidodo, D., Ju, J., Wei, S. J., Savira, F., Suharsono, Y., Aragão, R., Linsi, L., Editor, B., Reeger, U., Sievers, W., Michalopoulou, C., Mimis, A., ... Devita, M. (2020). Sk Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Kyriad Muraya Banda Aceh (Metode Service Quality). *Jurnal Berkala Epidemiologi*
- Agiesta, Willyanto, Achmad Sajidin, And Perwito. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Ka Lokal Bandung Raya. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi) 5*, No. 1.
- Agistia, I M. M., & Nurcaya, I. N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(1), 7219–7252.
- Agus Miswanto, 2019, *Ushul Fiqih : Metode Ijtihad Hukum Islam*, Yogyakarta: Magnum Pustaka Hukum.
- Ahmad, Subagyo. (2012) „Marketing In Business“, Edisi Pertama, Cetakan Pertama. Penerbit Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Alam, Ilham Kudratul Dan Mery Wanialisa, 2021. Pengaruh Disiplin Kerja, Komitmen Organisasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada Cv. Pintu Mas Bogor. *Jurnal Ikra-Ith Ekonomika*. Vol.4 No 2. Juli 2021. Hal 172-180.
- Alfajar, Fachrul, Mustainah, Muzakir Tawil, And Jetty Jeje Polli, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Makassar Jeans House Kota Palu’, *Journal Of Administration And Management Public Literation (Jamil)*, 1.1996 (2021)
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro Dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Andre Oliver.2020. “Strategi Diskon: Ketika Bisnis Memotong Harga Untuk Tingkatkan Penjualan,”*Glintsblog*. 13 Oktober 2022

- Andrian. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan ( Studi Pada Warung Kopi Mini Coffee Di Banda Aceh ). Repository.Ar-Raniry.Ac.Id, 5(3), 248–253. <https://Repository.Ar-Raniry.Ac.Id/Id/Eprint/15049/>
- Anggraini, Y. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Puti Minang Di Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Rumah Makan Puti Minang Di Langkapura Kota Bandar Lampung ).
- Anggraeni, Dita Putri. 2016. “Pelanggan ( Survei Pada Pelanggan Nasi Rawon Di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan ).” *Jurnal Administrasi Bisnis* 37 (1):171–77.
- Arikunto, S. 2008. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Karya.
- Aris, Irnandha 2016 *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat Uny*.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Principles Of Marketing*. 17th Red. New York.
- Armstrong, Kotler 2015, “*Marketing Introducing Prentice Hall Twelfth Edition*”. England: Person Education.
- 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>
- Basu Swastha. 2008. *Menejemen Pemasaran Modern*. (Edisi 2), Yogyakarta : Penerbit Liberty-Yogyakarta Diponegoro. Semarang.
- Chusnul Rofiah & Rica Sanpuspita Rahayu. *Analisis Manual Data Kualitatif Dampak Fyp Tiktok Pada Pemasaran Digital*. Malang: Cv.Literasi Nusantara Abadi, 2021.
- Devina Martina Lieyanto , Bruno Hami Pahar, 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Gatherinc Bistro & Bakery Surabaya, *Jurnal Bisnis Perspektif* 2021.
- Dewantoro, D. H., & Istanto, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (Survai Pada Coffee Shop Fihl Pekanbaru). *Seminar Nasional Hasil Riset*, 21–28.
- Dewi, Leni Kurnia, And Anindhyta Budiarti. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Queenstreetstore Anindhyta Budiarti Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya Arus Modernisasi Yang Ada Di Surabaya Bahkan Dipenjuru Dunia.
- Engel, Et Al. (2015). *Sk Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Sim Card Gsm Prabayar Xl Di Kota Yogyakarta)*. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 5(1), 1–158.
- Fandy Tjiptono, (2013), *Pemasaran Jasa*, Bayumedia, Malang.
- Fandy, Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi

- Febriyati, R. N., & Arnu, A. P. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pengguna Shopee. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 263–269.
- Febri Fitria Wulandari, 2018 Pengaruh Metode Pembelajaran Teknik Dasar Renang Gaya Dada (Berbasis Permainan) Terhadap Penurunan Tingkat Kecemasan Pada Mahasiswa Olahraga
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bp Universitas
- Fifin Anggraini, 2020. Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jupe*. Vol.8, No.3.
- Gaffar, Vanessa. 2007. *Customer Relationship Management And Marketing Public Relation*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam (2018), *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program Ibm Spss 23*, Edisi 8, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program Ibm Spss 23* (Edisi 8). Cetakan Ke Viii. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- GitaOktavianti,2019,“PengantarSistemInformasi”,[https://www.researchgate.net/publication/331672535\\_Pengantar\\_Sistem\\_Informasi](https://www.researchgate.net/publication/331672535_Pengantar_Sistem_Informasi), Universitas Mercu Buana, Juli 2022
- Griffin, Jill, “Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan”, Dialih Bahasakan Oleh: Dwi Kartini Yahya, Jakarta, Erlangga. 2015.
- Gultom, Dedek Kurniawan. 2014. Pengaruh Budaya Organisasi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Perusahaan Gas Negara Tbk Medan.*Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Vol 14, No. 2, Issn: 1693-7619
- Herlina, H., & Muliani, L. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Food And Beverage Department Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Daily Inn Jakarta. *Destinesia : Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 1(2), 74–80. <https://doi.org/10.31334/Jd.V1i2.842>
- Hidayat, Deddy Rakhmad Dan Muhammad Riza Firdaus. 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Kepercayaan, Citra Perusahaan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan: (Studi Pada Pelanggan Telkom Speedy Di Palangka Raya). *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 2, Nomor 3, Oktober 2014.
- Hidayat, S. R. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt. Mitra Andalan Trans Anugerah. *Stiamak.Ac.Id*, 1–107. <http://Repositori.Stiamak.Ac.Id/Id/Eprint/76>
- Ichwanuddin, W. (2018). Modul Praktikum Partial Least Square (Pls) Menggunakan Smartpls.
- Indrawati, F. (2018). Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Fenny Indrawati. *Pengaruh Kualitas*, 6(2).
- Irmayanti, Sulistiaty Thamrin. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasanpelanggan Pada Al Badar Hotel Makassar.Skripsi. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.



- Ishak, A., Dan Luthfi, Z. 2011. Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs, *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol. 15, No. 1.
- Isyana Emita, Syamsudin Dan Irwin Sukrisno Sugeng. 2021. The Influence Of Organizational Culture And Work Environment On Employee Performance At Pt Pos (Persero) Post Office Bekasi 17000, *Journal Of Industrial Engineering & Management Research*, Vol. 2 No. 1: February 2021.
- I Kadek Agus Maha Putra, I. G. A. W. P. H. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Cv. Jaya Utama Teknik Di Kabupaten Badung (Vol. 1, Issue 4)
- Khansa, Ratu Syifa Nabila. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rockstar Gym (Studi Kasus Cabang Lippo Mall Puri Jakarta Barat. *Jurnal Stei Ekonomi*, 20 (20)
- Kotler & Armstrong. (2016). *Principles Of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. Pearson Education Limited
- Kotler & Keller. (2009). Y. Suharsono. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 01(01), 1689–1699.
- Kotler, Philip And Kevin Lane Keller. (2019). *Marketing Management*. 4th Edition.
- Kotler, Philip Dan Gary Amstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip Dan Gary Amstrong. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip Dan Gary Amstrong.(2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13.
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 13*, Bahasa Indonesia Jilid 1 Dan 3 Cetakan. Jakarta: Rajawali
- Kotler, Phillip Dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: Pt. Indeks.
- Kotler, Phillip Dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: Pt. Indeks.
- Kristanto, Yunus Agung. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Usaha Susu Murni Siliwangi A Karsan Bandung). *Jurnal Ilmu Manajemen* 19(1): 13–22.
- Kuo, T., Tsai, G. Y., Lu, I., & Chang, J. S. (2016). Relationship Among Service Quality, Customer Satisfaction And Customer Loyalty: A Case Study On MobileShoppingApps.Apiems.<https://Apiems2016.Conf.Tw/Site/Userdata/1087/Papers/0186>.
- Mahanani, E., & Alam, I. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan D’besto Cabang Darmaga Caringin Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 19(01), 11–21. <https://doi.org/10.36406/Jam.V19i01.550>
- Maknunah., Lu’lu Ul., Astuningtyas., Endang. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Lembaga Kursus Dan Pelatihan (Lkp) Citra Jelita Desa Wonorejo Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar.

- Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, 14(2), 339-359. Retrieved From <https://doi.org/10.36563/publiciana.V14i02.360>.
- Majid, A. (2019). Sk Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Tempe Barokah Di Kecamatan Pamotan Kabupaten Rembang Jawa Tengah Dalam Perspektif Ekonomi Islam. 1–154.
- Marconi, Joe. (1993). *Beyond Branding*. Chicago: Probus Publishing Company.
- Miswanto. (2019). Sk Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Tahu Tuna “Dewa Ruci” Pacitan.
- Mustafidah, Ana Binti. “Studi Komparasi Tingkat Kecemasan Siswa Dalam Menghadapi Ujian Nasional Antara Siswa Akselerasi, Siswa Unggulan Dan Siswa Reguler Kelas Ix Di Mtsn Tanjungtani”. Skripsi Tidak Diterbitkan. Kediri: Tarbiyah Stain Kediri, 2015.
- Nadra, N. (2017). Sk Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Sinar Surya Palembang. 549, 40–42.
- Napitupulu, F. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Ramayana Lestari Sentosa. *Kinerja*, 16(1), 1–9.
- Nasution, N. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Pondok Jambu Di Kabupaten Padang Lawas.
- Nofindri, Maharesta Lutfhiana, Agus Sutarjo, And Rizka Hadya. “Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Di Minimarket Wirda Kota Padang.” *Matua Jurnal* 3, No. 1 (2021).
- Noor, F. N. (2020). Sk Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt Herba Penawar Alwahida Indonesia (Studi Pada Alfatih Business Center Ii Hpai Kota Bengkulu). In *Range Management And Agroforestry* (Vol. 4, Issue 1). <https://doi.org/10.1016/J.Fcr.2017.06.020>
- Novitawati, Retno Ayu Dewi, Dkk. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Sanger Warung Kopi Aceh Kota Malang, 7(2), 130-136.
- Nurchayyo, A. A. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Di Toko E.R Collection Ponorogo. Skripsi, 1–145.
- Potter, N. N., & J. H Hotchkiss. (2012). *Food Science* (5th Edition). New York: Chapman And Hall.
- Pramesti, Adinda Maulidia, And Uswatun Chasanah, ‘Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi’, *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 14.02 (2021), 281–87 <<https://doi.org/10.46306/jbbe.V14i2.76>>
- Pratama, P. B. (2015). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pada Penggunaan Produk Outdoor. Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 1–21.
- Putra, I. K. A. M., Wimba, I. G. A., & Susanti, P. H. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Cv. Jaya Utama Teknik Di Kabupaten Badung. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(4), 1279–1291.

- Riska, Asnawi Nyonyie., J.A.F Kalangi., Dan Lucky F, Tamengkel. 2019. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah Di Transmart Bahu Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 9 No.3
- Sartika, Dewi Dan Basriani, Agustin. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Keripik Nenas Di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Universitas Persada Bunda. Riau.
- Siregar, Sofyan. 2014. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Stanton, William J. 2012. *Prinsip Pemasaran, Alih Bahasa : Yohanes Lamarto* Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Subawa, I. G. B., & Sulistyawati, E. (2020). Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen*, 9(2), 718–736.
- Sucihati, S. And Suhartini, S. (2022) ‘Pengaruh Kepuasan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Di Pt. Asuransi Ramayana Serang’, *Jurnal Manajemen Perusahaan: Jumpa* , 1(1), Pp. 14 22. Available At: <https://doi.org/10.30656/Jumpa.V1i1.4563>.
- Sugiarsih Duki Saputri, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *Coverage: Journal Of Strategic Communication*, 10(1), 46–53. <https://doi.org/10.35814/Coverage.V10i1.1232>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian*. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardi, Y., Zulkarnaini, Z., Burda, A., Darmawan, A., & Klarisah, A. N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Stei Ekonomi*, 31(02), 31–41. <https://doi.org/10.36406/Jemi.V31i02.718>
- Supertini, N. P. S., Telagawati, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusaka Kebaya Di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 61. <https://doi.org/10.23887/Pjmb.V2i1.26201>
- Swastha, B. (2020). *Manajemen Penjualan (Ketiga)*. Bpfe-Yogyakarta
- Tamon, Natasya Pricillia. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cv. Defmel Leilem. Manado: *Jurnal Pris* Vol. 2 No.4, Hal. 309-314.
- Tjiptono, Fandy (2017), *Strategi Pemasaran, Edisi 4*, Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. (2014), *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Udin Lestiyono. (2018). *Klts 1*.
- Wibowo, Sukarno Dan Dedi Supriadi. 2013. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: Cv. Pustaka Setia.

- Widyaningsih Putri Ariyanti, H. H. (2022). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 85-94.
- Wisnalmawati, 2005, Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Ulang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, No. 3 Jilid 10 2005.