

## **Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kevin Vapestore Kesugihan Cilacap**

Hakim<sup>1)</sup>

[mazmurakim@gmail.com](mailto:mazmurakim@gmail.com)

Muhamad Yusuf Efendi<sup>2)</sup>

[Muhyusuf258@gmail.com](mailto:Muhyusuf258@gmail.com)

<sup>1)2)</sup> Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali Cilacap

### **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menghasilkan data dan penjelasan apakah variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan menyebarkan kuesioner kepada Pelanggan Toko Kevin Vapestore Kesugihan. Penelitian ini dilakukan di Kevin Vapestore Kesugihan Cilacap dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kevin Vapestore”. Hasil perolehan uji t dapat disimpulkan bahwa pada variabel Kualitas Produk (X1) diperoleh probabilitas sig  $0,007 < 0,05$ , maka (H1) diterima; Uji T pada variabel Kualitas Pelayanan (X2) diperoleh probabilitas sig  $0,000 < 0,05$  maka (H2) diterima, artinya variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, selain itu dapat diperoleh F hitung sebesar  $811,449 > F$  tabel  $3,102$  dan nilai signifikansi  $0,000$  sehingga menghasilkan nilai  $0,05$ . Untuk Kevin Vapestore Kesugihan, diharapkan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memperhatikan indikator-indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memperbaiki kualitas produk dan kualitas pelayanan.

**Kata kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan**

## PENDAHULUAN

Pemasaran yang menjadi inti strategi bisnis dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berkembang. Pemasaran tidak hanya berperan sebagai alat untuk memasarkan produk atau jasa, tetapi juga sebagai elemen penting dalam membentuk citra dan nilai merek suatu perusahaan. Dalam era globalisasi ini, perusahaan dituntut untuk lebih inovatif dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, pemahaman mendalam mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan, tren konsumen, teknologi pemasaran, dan faktor-faktor eksternal yang memengaruhi keputusan pembelian menjadi krusial. Dalam kondisi persaingan yang semakin tinggi peran kualitas produk sangat penting. (Perreault, 2011) mengatakan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan produk untuk memberikan kepuasan pada kebutuhan dan keperluan pelanggan.

Kotler dan Keller (2014) mengatakan bahwa kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik dari suatu produk atau jasa yang menanggung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler & Keller, 2014). Selain itu (Armstrong, G. Kotler, 2015) memaparkan kualitas pelayanan adalah bentuk sebuah produk yang terdiri dari sebuah aktivitas, keuntungan dan kepuasan yang ditawarkan dari suatu penjualan yang tidak bisa dihitung dan bukan dihasilkan dari kepemilikan sesuatu. Konsumen juga sangat penting dalam membentuk bagaimana perusahaan melakukan bisnis, lebih dari sekadar membeli produk dan layanan. (Kurtz, 2014) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan sebagai ukuran sejauh mana pelanggan puas dengan pembelian mereka. Kepuasan pelanggan dapat diukur dalam hal kesenjangan antara apa yang pelanggan harapkan dan apa yang mereka dapatkan. Kesenjangan tersebut dapat menghasilkan kesan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan. Barang dan Jasa yang ditawarkan mungkin lebih baik atau lebih buruk dari yang diharapkan.

Merokok telah menjadi budaya dan kebiasaan populer di banyak negara, termasuk Indonesia. Pada 2013, orang mulai menggunakan *vaporizer* (alat yang menguapkan cairan dan menghasilkan uap), karena jauh lebih aman daripada rokok. Beberapa cairan yang digunakan dalam alat penguap (disebut "*e-liquid*") mengandung nikotin, tetapi kebanyakan tidak. Nikotin adalah zat dalam rokok yang membuat orang merasa kecanduan (kecanduan), sehingga beberapa orang yang beralih dari merokok ke menggunakan alat penguap mengalami pusing untuk sementara waktu karena kekurangan nikotin dalam cairan non-nikotin.

Industri vape berkembang pesat di Indonesia. Saat ini, semakin banyak orang yang mengenal dan menggunakan produk vape, termasuk rokok elektrik, pengisi cairan, dan aksesoris lainnya. Meningkatnya permintaan pasar mendorong munculnya berbagai toko vape yang menjual produk vape tersebut. Kevin Vapestore Kesugihan merupakan toko vape yang berlokasi di Kabupaten Cilacap Jawa Tengah. Toko ini menawarkan berbagai macam produk vape dengan harga bersaing dan menawarkan layanan purna jual yang baik. Namun dalam kondisi persaingan yang semakin ketat, Kesugihan Kevin Vapestore Store harus memastikan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang diberikan dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan.

Kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan dapat membantu meningkatkan loyalitas pelanggan dan citra toko yang positif. Sebaliknya, kualitas produk dan kualitas layanan yang buruk dapat merugikan kepuasan pelanggan dan dapat menyebabkan pelanggan beralih ke toko lain yang menawarkan produk dan layanan yang lebih baik. Oleh karena itu, penting bagi sebuah toko untuk memperhatikan dan memperbaiki kualitas produk dan kualitas layanan mereka guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Dalam hal kualitas produk, Toko Kevin Vapestore Kesugihan menawarkan berbagai jenis produk vape dengan harga yang kompetitif. Toko ini juga menawarkan produk-produk vape dari merek yang terkenal dan berkualitas tinggi, sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan yang

menginginkan produk-produk vape berkualitas. Sementara itu, dalam hal kualitas layanan, Toko Kevin Vapestore Kesugihan memiliki karyawan yang ramah dan membantu, serta memberikan pelayanan purna jual yang baik. Karyawan di Toko Kevin Vapestore Kesugihan memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang produk-produk vape yang mereka jual, serta membantu pelanggan dalam memilih produk yang tepat sesuai dengan kebutuhan mereka.

Sebagai toko vape yang berlokasi di Kabupaten Cilacap, Toko Kevin Vapestore Kesugihan harus bersaing dengan toko vape lainnya yang juga menawarkan produk-produk vape. Oleh karena itu, Toko Kevin Vapestore Kesugihan harus memastikan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk yang diberikan dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan.

### **RUMUSAN MASALAH**

Pengaruh kualitas produk, pengaruh kepuasan pelanggan terhadap pelanggan Kevin Vapestore Kesugihan Cilacap

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **Definisi Kualitas Produk**

Produk ialah/merupakan objek yang berwujud, ataupun yang tidak berwujud yang dapat dibeli orang (R & Lerbin, 2005). Pengertian kualitas produk menurut Kotler and Armstrong (2008) merupakan sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk.

Menurut (Kotler & Keller, 2008) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, yang meliputi daya tahan, keandalan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, serta atribut nilai. (Tjiptono, 2010) mengemukakan bahwa kualitas adalah tingkat kualitas yang diharapkan serta pengendalian keragaman dalam mencapai kualitas tersebut guna memenuhi kebutuhan konsumen.

#### **Definisi Kualitas Pelayanan**

Menurut Brown (2010), kualitas layanan bergantung pada pengenalan pelanggan Anda, merancang layanan untuk memenuhi kebutuhan mereka, dan mengelola proses produksi dan pengiriman layanan untuk memastikan kepuasan pelanggan. Sementara itu, Armstrong dan Kotler (2010) menjelaskan bahwa kualitas layanan adalah jenis produk yang terdiri dari aktivitas, keuntungan, dan kepuasan dari penjualan yang tidak dapat diukur dan tidak berasal dari memiliki sesuatu.

Gronroos dalam (Hakim et al., 2023) mengatakan bahwa kualitas pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan. Berdasarkan pengertian beberapa ahli diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah usaha yang dilakukan oleh penyedia layanan untuk diberikan kepada pelanggan secara nyata (*perceived service*), dengan pelayanan yang sesungguhnya diharapkan dan diinginkan (*expected service*) oleh pelanggan (Feigenbaum, 2000).

#### **Definisi Kepuasan Pelanggan**

Kata kepuasan atau satisfaction berasal dari bahasa latin “*satin*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat) (Vadjanasaregagul, 2010). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu (Irawan, 2010). Menurut (Purwantini & Anisa, 2021) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya.

Konsumen yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberikan komentar yang baik terhadap perusahaan (Muzaki, 2023). Menurut Kotler dan Keller (2009), pelanggan yang sangat puas biasanya setia untuk waktu yang lama dan akan membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru atau memperbarui produk yang sudah ada. Selain itu, mereka akan merekomendasikan perusahaan dan produknya kepada orang lain. lainnya. Dari definisi-definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan perbedaan kesenjangan antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja atau hasil yang dirasakan setelah pembelian.

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif. Fungsi dari penelitian ini yaitu untuk mengukur variabel bebas dan variabel terikat dengan cara mengolah angka-angka menggunakan statistic (Sugiyono, 2018) . Dalam penelitian ini variabel yang memengaruhi (*independent*) dan yang di pengaruhi (*dependent*). Penelitian ini juga akan menjelaskan tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kevin Vapystore Kesugihan. Populasi yang terdapat dalam penelitian ini berjumlah 110 orang dan taraf kesalahan dasar 5% (0,05).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Uji Validitas

Tabel 1  
Uji Validitas Kualitas Produk (X1)

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Satuan
X1.1	0,658	0,209	Valid
X1.2	0,823	0,209	Valid
X1.3	0,824	0,209	Valid
X1.4	0,853	0,209	Valid
X1.5	0,891	0,209	Valid
X1.6	0,845	0,209	Valid
X1.7	0,817	0,209	Valid
X1.8	0,488	0,209	Valid

Sumber: hasil olah data melalui SPSS Statistic 2023

Tabel 2  
Uji validitas Kualitas Pelayanan (X2)

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Satuan
X2.1	0,847	0,209	Valid
X2.2	0,850	0,209	Valid
X2.3	0,897	0,209	Valid
X2.4	0,912	0,209	Valid
X2.5	0,808	0,209	Valid

Sumber: hasil olah data melalui SPSS Statistic 2023

Tabel 3  
 Uji validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Satuan
Y.1	0,883	0,209	Valid
Y.2	0,884	0,209	Valid
Y.3	0,925	0,209	Valid
Y.4	0,914	0,209	Valid
Y.5	0,879	0,209	Valid

Sumber: hasil olah data melalui SPSS Statistic 2023

## 2. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas ini dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 untuk berbagai variabel penelitian yang ditolak yang perhitungannya berbeda atau tetap sama.

Tabel 4  
 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk	0,905	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,921	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,937	Reliabel

Sumber: hasil dari olah data SPSS Statistic 2023

Dapat dijelaskan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di toko Kevin Vapestore Kesugihan *Cornbach's Alpha* lebih dari 0,60 sehingga dinyatakan Reliabel.

## 3. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dipergunakan sebagai uji untuk mengetahui apakah residual yang diperoleh dari penelitian berdistribusi normal atau tidak. Pada uji ini menggunakan *Kolmogorov Smirnov* yaitu apabila nilai signifikan  $> 0,05$  maka variabel tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal dan apabila  $< 0,05$  maka variabel dikatakan tidak berdistribusi normal.

Tabel 5

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			86
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean		.0000000
	Std. Deviation		.18864207
Most Extreme Differences	Absolute		.096
	Positive		.071
	Negative		-.096
Kolmogorov-Smirnov Z			.887
Asymp. Sig. (2-tailed)			.411
a. Test distribution is Normal.			

Sumber: data diolah menggunakan SPSS Statistic 2023

Hasil dari tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *sig,(2-tailed)* sebesar  $0,411 > 0,05$  dan dapat disimpulkan bahwa residual yang di uji berdistribusi normal.

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah suatu model regresi memiliki korelasi antar variabel independen. Hasil output ditunjukkan dibawah ini.

Tabel 6.  
Uji Multikolonieritas

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	13.569	.325		41.812	.000		
Kualitas Produk	.020	.007	.067	2.743	.007	.992	1.008
Kualitas Pelayanan	.293	.007	.979	40.276	.000	.992	1.008
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan							

Sumber: data diolah menggunakan SPSS Statistic 2023

Berdasarkan hasil dari tabel di atas diketahui bahwa nilai Kualitas Produk (X1) dan variabel Kualitas Pelayanan (X2) adalah  $1.008 < 10$  , dan nilai *Tolerance* Variabel Kualitas Produk (X1) dan variabel Kualitas Pelayanan (X2) adalah  $0,992 > 0,1$  maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terjadi multikolonieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan uji heteroskedastisitas adalah untuk menentukan apakah residual suatu penelitian menunjukkan ketidaksamaan varian dalam regresi. Dengan menggunakan *Glejser*, uji ini dilakukan dengan tingkat signifikansi di atas 0,05 yang menunjukkan bahwa data tidak memiliki heteroskedastisitas. Hasil keluaran SPSS *Statistics* dapat dilihat di bawah ini.

Tabel 7  
 Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	.329	.193		1.710	.091
Kualitas Produk	-.011	.004	-.272	-2.613	.114
Kualitas Pelayanan	.007	.004	.166	1.595	.314

a. Dependent Variable: abs\_res

Sumber: data diolah menggunakan SPSS Statistic

Nilai signifikansi yang dapat disimpulkan dari data tersebut lebih besar dari 5% atau 0,05, menunjukkan bahwa uji heteroskedastisitas telah terpenuhi dan model regresi tidak lagi menunjukkan masalah heteroskedastisitas.

4. Uji Regresi Berganda

Uji ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antar variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Di bawah ini merupakan hasil *output* SPSS *Statistic*.

**Tabel 8**  
**Uji Regresi Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13.569	.325		41.812	.000
Kualitas Produk	.020	.007	.067	2.743	.007
Kualitas Pelayanan	.293	.007	.979	40.276	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil olah data kuesioner melalui SPSS Statistic

**5. Uji Hipotesis**

a. Uji T

Tujuan pengujian hipotesis adalah untuk mengetahui apakah pengaruh variabel bebas dan terikat digabungkan seluruhnya atau sebagian. Hasil Statistik SPSS dapat dilihat di bawah ini.

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	13.569	.325		41.812	.000
Kualitas Produk	.020	.007	.067	2.743	.007
Kualitas Pelayanan	.293	.007	.979	40.276	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil olah data kuesioner melalui SPSS Statistic

b. Uji F

Uji F merupakan hasil pengujian yang berarti menentukan apakah variabel bebas X dan variabel terikat Y mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak.



ANOVA <sup>b</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	59.144	2	29.572	811.449	.000 <sup>a</sup>
Residual	3.025	83	.036		
Total	62.169	85			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk  
 b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil olah data kuesioner melalui SPSS Statistic

c. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tujuan pengujian ini adalah untuk memastikan apakah variabel bebas dapat dijelaskan oleh variabel terikat atau tidak. Output dari SPSS Statistics ditunjukkan dibawah ini.

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.975 <sup>a</sup>	.951	.950	.19090

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk  
 b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil olah data kuesioner melalui SPSS Statistic

**PEMBAHASAN**

**1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Kevin Vapestore Kesugihan**

Hasil dari uji *statistic* secara parsial diketahui bahwa pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Kevin Vapestore Kesugihan, dari tabel *coefsiens* dapat diketahui bahwa nilai signifikan yaitu  $0,007 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,743 > t$  tabel  $1,987$  yang menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), kemudian hipotesis pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) atau (H1) diterima. Dalam hal ini berarti bahwa Kualitas Produk mampu meningkatkan Kepuasan Pelanggan Kevin Vapestore Kesugihan.

**2. Pengaruh kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kevin Vapestore Kesugihan**

Hasil dari uji *statistic* secara parsial diketahui bahwa pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kevin Vapestore Kesugihan, dari tabel *coefsiens* dapat diketahui bahwa nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  serta nilai t hitung  $40,276 > t$  tabel  $1,987$

yang menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, maka hipotesis pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) atau (H2) diterima. Dalam hal ini berarti bahwa Kualitas Pelayanan mampu meningkatkan Kepuasan Pelanggan Kevin Vapestore Kesugihan.

### **3. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kevin Vapestore Kesugihan**

Hasil dari pengujian *statistic* secara simultan diketahui bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Kevin Vapestore Kesugihan. Faktor yang paling mendominasi terhadap Kepuasan Pelanggan adalah Kualitas Pelayanan di mana nilai Beta sebesar 97%, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel yang Kualitas Pelayanan lebih berpengaruh dibanding dengan Variabel Kualitas Produk.

## **KESIMPULAN**

Hasil penelitian yang dilakukan terhadap Toko Kevin Vapestore Kesugihan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil uji T menunjukkan bahwa Kualitas Produk pada Kevin Vapestore Kesugihan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil uji T pada variabel Kualitas Produk (X1) yang menghasilkan probabilitas sig  $0,007 < 0,05$ , yang menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Hasil uji T diketahui bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil uji T pada variabel Kualitas Pelayanan (X2) menunjukkan hal tersebut, dengan probabilitas sig  $0,000 < 0,05$  menunjukkan bahwa (H2) diterima, menunjukkan bahwa (X2) berpengaruh positif terhadap Kualitas Pelayanan.
3. Secara bersama-sama, Kepuasan Pelanggan pada Kevin Vapestore Kesugihan dipengaruhi oleh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan. hal tersebut dapat diketahui dengan melihat hasil uji F. F hitung sebesar  $811,449 > F$  tabel 3,102 dan nilai signifikansi 0,000 yang hasil nilainya  $< 0,05$ . Artinya Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan bersama-sama berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kevin Vapestore Kesugihan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Armstrong, G. Kotler, P. (2015). *Marketing an Introduction*. Pearson Education, Inc.
- Alhakim Rahmat, Hakim. (2023). Studi Komparasi Pendapatan Petani Gula Merah Dan Kontribusinya Terhadap Pendapatan Keluarga Anggota Koperasi Semi Rahayu Mandiri. *PRIMANOMICS : JURNAL EKONOMI DAN BISNIS - VOL. 21. NO. 2*, 67-81
- Feigenbaum. (2000). *Kendali Mutu Terpadu. Edisi Ketiga, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Hakim, Pamungkas, M. R., Setiawan, Y. A., Hapsari, N., & Dewi, M. T. (2023). Pengaruh Legalitas Usaha, Packaging produk dan Labelisasi Halal MUI terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kecamatan Cilacap Selatan Kabupaten Cilacap. *Jurakunman (Jurnal Akuntansi Dan Manajemen)*, 16(1), 118. <https://doi.org/10.48042/jurakunman.v16i1.209>
- Hidayat, Rachmad. 2009. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. (Vol. 11 No. 1 Maret 2009)

- Irawan, H. (2010). *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Kotler, & Keller. (2014). *Marketing Management*. United States : Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran Dialihbahasakan oleh: Benyamin Mollan. Edisi 12*. PT Macanan Jaya Cemerlang:Jakarta.
- Kurtz, B. &. (2014). *Contemporary Business*. Binder Ready Version, Singapore.
- Muzaki, H. (2023). Manajemen Alumni Sebagai Strategi Pemasaran Perguruan Tinggi. *Jurnal Dinamika Manajemen Sosial Ekonomi*, 3(1).
- Mufidah, Nur Lailatul. 2012. Pola Konsumsi Masyarakat Perkotaan. *Jurnal Unair BioKultur*. (Vol. 1 No.2 Juli – Desember 2012).
- Nurhayati, Risky. 2011. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”* . Yogyakarta
- Perreault, W. D. (2011). *Essentials of Marketing*. The McGraw-Hill Companies.
- Purwantini, A. H., & Anisa, F. (2021). FINTECH PAYMENT ADOPTION AMONG MICRO-ENTERPRISES: THE ROLE OF PERCEIVED RISK AND TRUST. *JURNAL ASET (AKUNTANSI RISET)*, 2(13), 375–386. <https://doi.org/10.17509/jaset.v13i2>
- R, A., & Lerbin. (2005). *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta, Bandung.
- Sri Yatun, Hakim. (2023). PENGARUH LOKASI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada UMKM CV. PIQPIKO INDONESIA). *AmaNU: Jurnal Manajemen dan Ekonomi*.
- Sari, Dewi Maya. 2009. Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas UD. Delvi Planet T-Shirt Central Pasar Medan. *Jurnal Manajemen USU*. (Vol. 18 No.1 2009).
- Tjiptono, F. (2010). *Pemasaran Jasa, Edisi Pertama*. Malang : Bayu Media Publishing.
- Vadjanasaregagul. (2010). The Relationship Of Service Quality, Consum Er Decision Factors And Brand Equity. *Nova Southeastern University*.