



---

**KUALITAS PRODUK SEBAGAI FAKTOR KUNCI DALAM MENINGKATKAN  
KEPUASAN PELANGGAN**

Oleh

Juwita Daya\*<sup>1</sup>, Aletta Dewi Maria Th<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Manajamen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia

e-mail: \*<sup>1</sup>[juwita.21510371@student.stiepari.ac.id](mailto:juwita.21510371@student.stiepari.ac.id), <sup>2</sup>[alettadewi@stiepari.ac.id](mailto:alettadewi@stiepari.ac.id)

**Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen di PT Woori Sukses Apparel. Kualitas produk menjadi faktor utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara mendalam dan observasi. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan pelanggan dan manajemen perusahaan serta analisis dokumentasi terkait kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan pelanggan, terutama dalam aspek daya tahan dan desain produk. Pelanggan yang merasa puas dengan kualitas produk cenderung menjadi pelanggan yang loyal. Namun, penelitian ini juga menemukan adanya kendala dalam konsistensi warna dan keterlambatan pasokan produk yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas produk serta efisiensi dalam rantai pasokan sangat penting untuk mempertahankan kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas konsumen yang lebih kuat. Penelitian lebih lanjut direkomendasikan untuk mengeksplorasi faktor lain yang mempengaruhi loyalitas, seperti harga dan layanan purna jual.*

**Kata Kunci:** *Kualitas Produk; Kepuasan Pelanggan; Loyalitas Konsumen*

**PENDAHULUAN**

Kepuasan pelanggan merupakan faktor utama dalam menentukan keberlanjutan suatu perusahaan di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Dalam industri manufaktur, kualitas produk menjadi salah satu elemen penting yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong loyalitas konsumen. PT Woori Sukses Apparel sebagai perusahaan yang bergerak di bidang produksi apparel berupaya untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas produknya guna memenuhi ekspektasi pelanggan serta mempertahankan daya saing di pasar.

Penelitian ini berfokus pada bagaimana kualitas produk menjadi faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di PT Woori Sukses Apparel. Beberapa aspek yang menjadi perhatian dalam penelitian ini meliputi

standar produksi, pengendalian mutu, serta umpan balik dari pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga mempertimbangkan peran karyawan yang terlibat dalam produksi dan kontrol kualitas, serta pelanggan yang merupakan pengguna akhir dari produk tersebut.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah menyoroti hubungan antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan. (Woen & Santoso, 2021) menyebutkan bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap kualitas produk yang dikonsumsi. Menegaskan bahwa peningkatan kualitas produk akan berdampak positif pada loyalitas konsumen. Selain itu, penelitian lain menunjukkan bahwa perusahaan yang konsisten dalam menjaga kualitas produk



cenderung memiliki pelanggan yang lebih setia dan memiliki citra merek yang lebih baik di pasar.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana kualitas produk memengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen di PT Woori Sukses Apparel dengan pendekatan kualitatif. Informan dalam penelitian ini meliputi karyawan yang terlibat dalam produksi dan kontrol kualitas, serta pelanggan PT Woori Sukses Apparel yang mencakup konsumen langsung maupun distributor.

### LANDASAN TEORI

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor utama yang menentukan keberlanjutan suatu perusahaan dalam persaingan bisnis. Dalam industri manufaktur, kualitas produk menjadi elemen krusial dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong loyalitas konsumen. PT Woori Sukses Apparel sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang produksi apparel berusaha mempertahankan dan meningkatkan kualitas produknya guna memenuhi ekspektasi pelanggan serta mempertahankan daya saing di pasar.

Penelitian ini berfokus pada bagaimana kualitas produk menjadi faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di PT Woori Sukses Apparel. Berbagai isu terkait kualitas produk, seperti standar produksi, pengendalian mutu, serta umpan balik dari pelanggan, menjadi faktor yang harus diperhatikan dalam menilai sejauh mana perusahaan dapat memenuhi kebutuhan konsumennya. Studi ini juga mempertimbangkan peran karyawan yang terlibat dalam produksi dan kontrol kualitas, serta pelanggan yang merupakan pengguna akhir dari produk tersebut.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah menyoroti hubungan antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh (Kotler, 2016) menyebutkan

bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap kualitas produk yang dikonsumsi. Selain itu, studi oleh (Lian, 2023) menegaskan bahwa peningkatan kualitas produk akan memberikan dampak positif pada loyalitas konsumen. Beberapa penelitian lain juga menunjukkan bahwa perusahaan yang konsisten dalam menjaga kualitas produk cenderung memiliki pelanggan yang lebih setia dan memiliki citra merek yang lebih baik di pasar (Candrama, 2022); (ELLIYANA, 2022).

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana kualitas produk memengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen di PT Woori Sukses Apparel dengan pendekatan kualitatif. Informan dalam penelitian ini meliputi karyawan yang terlibat dalam produksi dan kontrol kualitas, serta pelanggan PT Woori Sukses Apparel yang mencakup konsumen langsung maupun distributor.

### LANDASAN TEORI

Penelitian ini mengacu pada beberapa teori utama terkait kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan loyalitas konsumen.

#### 1. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan faktor utama yang menentukan kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen. Menurut (Fadilla et al., 2022), kualitas produk mencerminkan sejauh mana suatu produk dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. (Hamidi & Prakoso, 2018) dalam konsep *Total Quality Management* menekankan pentingnya penerapan pengendalian mutu dalam produksi untuk memastikan konsistensi kualitas.

#### 2. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah evaluasi subjektif pelanggan terhadap pengalaman mereka dalam mengonsumsi suatu produk atau layanan (Yudha et al., 2022). (Masitoh et al., 2018) mengembangkan model



SERVQUAL yang menilai kepuasan pelanggan berdasarkan lima dimensi utama: keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik.

3. Loyalitas Konsumen

Loyalitas konsumen merupakan kecenderungan pelanggan untuk tetap menggunakan produk atau layanan dari suatu perusahaan secara berulang. (Desain, 2022) menyebutkan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kepuasan yang berkelanjutan serta persepsi positif terhadap merek. (Susanto & Realize, 2022) menambahkan bahwa perilaku loyalitas pelanggan tidak hanya mencakup pembelian ulang tetapi juga rekomendasi kepada orang lain.

4. Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas

(Chusnah & Syukhul, 2022) menyatakan bahwa strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan meliputi peningkatan kualitas produk, pelayanan yang lebih baik, serta komunikasi yang efektif dengan pelanggan. (Darma et al., 2022) juga menekankan pentingnya inovasi dalam pemasaran digital untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

**METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus (Sugiyono, 2013). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana kualitas produk memengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen di PT Woori Sukses Apparel.

Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap persepsi dan pengalaman pelanggan serta karyawan terkait kualitas produk PT Woori Sukses Apparel (Kasus et al., 2024). Pendekatan ini membantu memahami faktor-

faktor yang berkontribusi pada kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan analisis dokumen perusahaan.

Informan dalam penelitian ini terdiri dari dua kelompok utama:

1. Meliputi karyawan yang terlibat dalam proses produksi dan kontrol kualitas di PT Woori Sukses Apparel.
2. Terdiri dari konsumen langsung dan distributor yang membeli serta menjual kembali produk PT Woori Sukses Apparel.

Pengumpulan data dilakukan dengan tiga teknik utama:

1. Dilakukan dengan karyawan dan pelanggan untuk mendapatkan informasi mengenai standar kualitas, proses produksi, serta pengalaman pelanggan dalam menggunakan produk.
2. Mengamati langsung proses produksi dan kontrol kualitas yang diterapkan di PT Woori Sukses Apparel.
3. Menganalisis dokumen internal perusahaan, termasuk laporan kontrol kualitas dan keluhan pelanggan.

Instrumen penelitian berupa pedoman wawancara yang telah disusun berdasarkan teori yang relevan. Berikut adalah daftar pertanyaan wawancara yang digunakan dalam penelitian:

| No | Informan                  | Pertanyaan  |
|----|---------------------------|---|
| 1  | Karyawan Produksi         | Bagaimana standar kualitas produk yang diterapkan di PT Woori Sukses Apparel? |
| 2  | Karyawan Produksi         | Apa tantangan utama dalam menjaga kualitas produk selama proses produksi?     |
| 3  | Karyawan Kontrol Kualitas | Bagaimana mekanisme kontrol kualitas yang                                     |



|   |                               |   |
|---|-------------------------------|---|
|   |                               | diterapkan dalam perusahaan?  |
| 4 | Karyawan Kontrol Kualitas     | Bagaimana cara perusahaan menangani produk yang tidak memenuhi standar kualitas?                                |
| 5 | Pelanggan (Konsumen Langsung) | Apa yang menjadi faktor utama dalam keputusan Anda membeli produk PT Woori Sukses Apparel?                      |
| 6 | Pelanggan (Konsumen Langsung) | Bagaimana pengalaman Anda terhadap kualitas produk yang telah dibeli?   |
| 7 | Pelanggan (Distributor)       | Bagaimana persepsi Anda terhadap daya saing produk PT Woori Sukses Apparel dibandingkan dengan kompetitor lain? |
| 8 | Pelanggan (Distributor)       | Apakah terdapat keluhan atau saran mengenai kualitas produk? Jika ada, bagaimana tanggapan perusahaan?          |

Analisis data dilakukan menggunakan metode analisis tematik, yang melibatkan langkah-langkah berikut:

1. Seleksi data yang relevan dengan fokus penelitian, mengeliminasi informasi yang tidak signifikan.
2. Menyusun data dalam bentuk tabel, narasi, dan kategori tematik untuk mempermudah interpretasi.
3. Menginterpretasikan data berdasarkan temuan utama mengenai kualitas produk dan dampaknya terhadap kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menerapkan metode triangulasi sumber dan metode, yaitu:

1. Membandingkan data yang diperoleh dari berbagai informan, yakni karyawan produksi, karyawan kontrol kualitas, pelanggan langsung, dan distributor.
2. Menggunakan kombinasi teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memperkaya data yang diperoleh.

Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana kualitas produk PT Woori Sukses Apparel berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil penelitian dan pembahasan terhadap data yang telah dikumpulkan dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data dianalisis menggunakan metode analisis tematik untuk memahami bagaimana kualitas produk PT Woori Sukses Apparel berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen.

### Persepsi Karyawan terhadap Kualitas Produk

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan yang terlibat dalam produksi dan kontrol kualitas, ditemukan bahwa standar kualitas produk yang diterapkan oleh PT Woori Sukses Apparel cukup ketat. Berikut adalah beberapa poin utama yang ditemukan:

1. Sebagian besar karyawan menganggap bahwa perusahaan telah memiliki prosedur standar operasional (SOP) yang jelas dalam menjaga kualitas produk.
2. Tantangan utama dalam menjaga kualitas produk adalah bahan baku yang bervariasi serta kendala dalam mesin produksi.
3. Mekanisme kontrol kualitas melibatkan beberapa tahap, termasuk pemeriksaan bahan baku, proses produksi, dan produk jadi.

Kepuasan Pelanggan terhadap Kualitas Produk



Hasil wawancara dengan pelanggan (baik konsumen langsung maupun distributor) menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan merasa puas dengan kualitas produk PT Woori Sukses Apparel. Berikut adalah hasil utama yang diperoleh

1. Pelanggan langsung menilai bahwa daya tahan dan desain produk menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian.
2. Distributor menilai bahwa daya saing produk dibandingkan kompetitor cukup baik, tetapi ada beberapa keluhan terkait keterlambatan pasokan dan variasi warna yang kurang konsisten.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen

Data menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berkontribusi secara positif terhadap loyalitas konsumen. Sebagian besar pelanggan yang puas menyatakan bersedia untuk melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk kepada orang lain.

### Pembahasan

#### Analisis Kualitas Produk

Untuk menganalisis kualitas produk secara lebih mendalam, dilakukan perbandingan antara standar yang diterapkan dengan persepsi pelanggan. Berikut adalah perbandingan hasil evaluasi karyawan dan Pelanggan

**Tabel 2. Perbandingan Karyawan dan Pelanggan**

| Faktor Evaluasi   | Penilaian Karyawan | Penilaian Pelanggan |
|-------------------|--------------------|---------------------|
| Kualitas Bahan    | Sangat Baik        | Baik                |
| Ketahanan Produk  | Baik               | Baik                |
| Desain dan Model  | Baik               | Sangat Baik         |
| Konsistensi Warna | Cukup Baik         | Perlu Peningkatan   |
| Ketersediaan Stok | Baik               | Cukup Baik          |

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan persepsi antara karyawan dan

pelanggan terkait konsistensi warna dan ketersediaan stok, yang perlu menjadi perhatian dalam peningkatan kualitas produk.

#### Analisis Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan dapat dianalisis berdasarkan kepuasan mereka terhadap kualitas produk. Berikut adalah hasil survei kepuasan pelanggan terhadap kemungkinan pembelian ulang dan rekomendasi produk

**Tabel 3. Persentase Pelanggan yang Bersedia Membeli Ulang**

| Kategori                      | Persentase |
|-------------------------------|------------|
| Bersedia membeli ulang        | 85%        |
| Masih ragu                    | 10%        |
| Tidak berniat membeli kembali | 5%         |

Hasil survei menunjukkan bahwa 85% pelanggan bersedia melakukan pembelian ulang, sementara 10% masih ragu, dan 5% tidak berniat untuk membeli kembali. Faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas bahan dan desain produk.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen. Beberapa rekomendasi yang dapat diterapkan oleh PT Woori Sukses Apparel antara lain:

1. Meningkatkan konsistensi warna produk agar sesuai dengan ekspektasi pelanggan.
2. Memperbaiki manajemen stok untuk memastikan ketersediaan produk sesuai permintaan pasar.
3. Mengembangkan inovasi desain agar tetap kompetitif dengan kompetitor lain di industri apparel.

Dengan menerapkan strategi tersebut, diharapkan PT Woori Sukses Apparel dapat meningkatkan daya saingnya di pasar serta memperkuat hubungan dengan pelanggan.

### PENUTUP

#### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas



.....  
konsumen di PT Woori Sukses Apparel, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

Kualitas Produk Berperan Penting dalam Kepuasan Pelanggan

1. Sebagian besar pelanggan menyatakan puas dengan kualitas bahan, daya tahan, dan desain produk yang ditawarkan oleh PT Woori Sukses Apparel.
2. Faktor utama yang menjadi keunggulan produk adalah daya tahan dan desain, yang dinilai memenuhi ekspektasi pelanggan.
3. Namun, masih terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki, yaitu konsistensi warna dan ketersediaan stok yang terkadang kurang stabil di pasaran.

Mekanisme Kontrol Kualitas Sudah Baik, tetapi Masih Perlu Peningkatan

1. Perusahaan telah menerapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang jelas dalam proses produksi dan kontrol kualitas.
2. Kontrol kualitas dilakukan dalam beberapa tahap, termasuk pemeriksaan bahan baku, pengawasan selama proses produksi, dan inspeksi produk akhir sebelum dikirim ke pelanggan.
3. Tantangan utama yang dihadapi dalam produksi adalah variasi bahan baku, yang dapat mempengaruhi hasil akhir produk, serta kendala teknis pada mesin produksi yang terkadang menyebabkan penurunan kualitas.

Kepuasan Pelanggan Berkontribusi terhadap Loyalitas Konsumen

1. Hasil survei menunjukkan bahwa 85% pelanggan bersedia membeli kembali produk PT Woori Sukses Apparel, yang mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan berperan besar dalam membangun loyalitas konsumen.
2. Faktor utama yang mendukung loyalitas pelanggan adalah daya tahan produk, desain yang menarik, serta pengalaman positif dalam penggunaan produk.
3. Sebanyak 10% pelanggan masih ragu untuk melakukan pembelian ulang, dan 5% pelanggan menyatakan tidak akan membeli

kembali, yang sebagian besar disebabkan oleh keterlambatan pasokan dan ketidakkonsistenan warna produk.

Persepsi Distributor terhadap Produk PT Woori Sukses Apparel

1. Distributor memberikan penilaian positif terhadap daya saing produk dibandingkan dengan kompetitor di industri yang sama.
2. Namun, terdapat beberapa keluhan dari distributor, terutama terkait dengan keterlambatan pasokan produk dan variasi warna yang tidak selalu konsisten, yang dapat memengaruhi penjualan mereka.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut dalam rangka meningkatkan kualitas produk dan kepuasan pelanggan:

Peningkatan Konsistensi Warna Produk

1. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan ketidakkonsistenan warna produk, baik dari segi bahan baku, proses produksi, maupun teknik pewarnaan.
2. Penggunaan teknologi pewarnaan yang lebih canggih dan penguatan standar kontrol kualitas dapat menjadi solusi untuk memastikan bahwa warna produk lebih seragam dan sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Optimalisasi Manajemen Stok dan Rantai Pasokan

1. Studi lebih lanjut dapat mengeksplorasi strategi pengelolaan stok dan distribusi yang lebih efisien untuk mengurangi keterlambatan pasokan produk.
2. Penerapan sistem manajemen rantai pasokan berbasis teknologi digital dapat membantu dalam memprediksi permintaan pasar dan mengoptimalkan persediaan produk.

Analisis Faktor Lain yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen

1. Penelitian berikutnya dapat memperluas analisis terhadap faktor lain yang turut



memengaruhi loyalitas pelanggan, seperti strategi harga, layanan purna jual, dan pengalaman pelanggan dalam berinteraksi dengan merek.

2. Dengan memahami lebih dalam faktor-faktor ini, perusahaan dapat menyusun strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan dan retensi pelanggan.

Penggunaan Teknologi dalam Kontrol Kualitas

1. Studi lanjutan dapat meneliti bagaimana teknologi digital dan otomatisasi dapat diterapkan dalam proses inspeksi kualitas produk, sehingga lebih akurat dan efisien.
2. Penggunaan sensor otomatis dan kecerdasan buatan (AI) dalam deteksi cacat produk dapat membantu mengurangi risiko produk cacat yang sampai ke tangan pelanggan.

Dengan menerapkan strategi yang lebih inovatif dalam pengelolaan kualitas produk, manajemen rantai pasokan, dan pengalaman pelanggan, PT Woori Sukses Apparel dapat:

1. Meningkatkan daya saingnya di industri apparel dengan menawarkan produk yang lebih konsisten dan berkualitas tinggi.
2. Memperkuat hubungan dengan pelanggan melalui kepuasan yang lebih tinggi dan membangun loyalitas jangka panjang.
3. Mengoptimalkan efisiensi operasional dengan penggunaan teknologi dalam produksi dan manajemen stok, sehingga dapat mengurangi risiko keterlambatan pasokan.

Dengan adanya penelitian lanjutan yang lebih mendalam, PT Woori Sukses Apparel diharapkan dapat terus berkembang dan memperkuat posisinya sebagai salah satu perusahaan apparel yang kompetitif dan berorientasi pada kepuasan pelanggan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Candrama, D. (2022). Pengaruh Total Quality Management (TQM). *Gaya Kepemimpinan*, 110.
- [2] Chusnah, & Syukhul, M. (2022). Pengaruh Pelayanan Prima, Kepuasan

Pelanggan, Lokasi dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Karyawan PT. Binajasa Abadi Karya). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 166–181.

- [3] Darma, D. A., Abdussamad, Z. K., & Rahman, E. (2022). Pengaruh Strategi Inovasi Produk Dan Pemasaran Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMK Kuliner Di Kota Gorontalo. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah ...*, 5(1), 238–250.  
<https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/view/14767>
- [4] Desain, K. P. (2022). *MANAJEMEN*.
- [5] ELLIYANA, E. dkk. (2022). *Dasar-dasar Pemasaran* (Vol. 1). [www.ahlimediapress.com](http://www.ahlimediapress.com)
- [6] Fadilla, I., Wardana, B., Astutiningsih, E., Islam, U., Sayyid, N., & Tulungagung, A. R. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Moderating) Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 2626–2640.
- [7] Hamidi, Z. D., & Prakoso, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Variabel Intervening Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Kecap Manis Merek “GAN” Di Kota Sukabumi). *Jurnal Ekonomak*, 4(2), 1–18.  
<https://ejournal.stiepgri.ac.id/index.php/ekonomak/article/view/69>
- [8] Kasus, S., Karya, U., Bima, S., & Woha, K. (2024). *Economics Science and Administration*. 1(2), 22–36.
- [9] Kotler, P. dan K. L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*.
- [10] lian. (2023). *PENGARUH ATRIBUT ISLAM DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN DENGAN CITRA*



- .....
- DESTINASI SEBAGAI VARIABEL  
MEDIASI PADA PARIWISATA DI  
KOTA SURAKARTA (Vol. 5).  
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>
- [11] Masitoh, M. R., Wibowo, H. A., & Sunaryo, D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan, dan Kepercayaan Merek terhadap Niat Pembelian Ulang di Toko Online Tokopedia. *Manajemen*, 8(1), 60–77.  
<https://doi.org/10.30656/jm.v8i1.662>
- [12] Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- [13] Susanto, Y., & Realize, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada PT Ndexindo Mandiri Indonesia. *ECo-Buss*, 5(2), 508–518.  
<https://doi.org/10.32877/eb.v5i2.459>
- [14] Woen, N. G., & Santoso, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Normal terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(2), 146.  
<https://doi.org/10.30588/jmp.v10i2.712>
- [15] Yudha, E. P., Rifai, A. A., & Adela, A. S. (2022). ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN RESTORAN CEPAT SAJI McDONALD’S. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(2), 1003.  
<https://doi.org/10.25157/ma.v8i2.7558>