



Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Sambal Galak Grand Wisata Di Bekasi

Karina Rachmawati*rachmakarina3@gmail.com*

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Dovina Navanti*dovina.navanti@dsn.ubharajaya.ac.id*

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo*franciscus@dsn.ubharajaya.ac.id*

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Abstract. The purpose of the study is to ascertain how customer satisfaction at Sambal Galak Grand Wisata in Bekasi is impacted by the quality of the products and services offered. This kind of study is descriptive and quantitative. This type of primary data is generated by an online questionnaire. The population is the grand tour community in Bekasi with a sample of 140 respondents with the hair formula. In this technique, data analysis using SPSS 26. The validity, reliability, normalcy, multiple linear regression, hypothesis, F, and determination coefficient tests were among the data analysis methods employed in this investigation. The study's findings partially explain how customer happiness is influenced by service quality. Partially the effect of Product Quality has an influence on Customer Satisfaction. Simultaneously, The criteria that affect customer satisfaction are Service Quality and Product Quality.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction.

Abstrak. Tujuan penelitiannya ialah mengetahui bagaimana kualitas produk dan layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sambal Galak Grand Wisata di Bekasi. Jenis penelitian dengan kuantitatif dan deskriptif. Jenis data primer dihasilkan kuesioner secara online. Populasinya masyarakat grand wisata di bekasi dengan sampel 140 responden dengan rumus hair. Analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS 26. Teknik analisis data yang digunakan termasuk uji validitas, reliabilitas, normalitas, regresi linear berganda, uji T (hipotesis), uji F (kelayakan model), dan uji koefisien determinasi. Temuan penelitiannya pada parsial pengaruh Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dalam parsial pengaruh Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Dalam simultan variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan.

LATAR BELAKANG

Menurut laman situs bisnis ukm, bisnis sambal kemasan merupakan jenis usaha dengan modal kecil tetapi potensi keuntungan besar. Sambal dalam kemasan digemari oleh masyarakat karena mudah dan tidak memerlukannya banyak waktu disiapkan. Maka menarik pelanggan pada bisnis sambal kemasan tidaklah sulit (Rahayu et al., 2021).

Awal Juli 2023, bisnis sambal galak grand tour di Bekasi. Berawal dari kegemaran dan kecintaan sang pemilik usaha dalam memasak, ia membuat sambal untuk keluarga dan kerabatnya. Seiring berjalananya waktu, muncullah ide untuk memproduksi sambal dengan konsep prasmanan ala rumahan dengan bahan-bahan sambal rumahan, tanpa bahan pengawet dan sederhana. Awalnya, nama brand "Sambal Galak" terinspirasi dari akronim Galak yang berasal

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN SAMBAL GALAK GRAND WISATA DI BEKASI**

dari Bekasi, ditambah lagi dengan ingatan akan kejadian beberapa tahun lalu terkait Bekasi yang menjadi "korban" bully di ranah jaringan internet.

Maka, muncullah sebuah bisnis startup yang menggunakan pola sistem ramping/Lean Strategy sebagai strategi pemasaran dan pengujian produk. Kami tidak pernah membuat produk sample/tester dengan kemasan maupun isi yang berbeda, kami membagikan produk Sambal Galak Grand Wisata dengan kemasan, berat, dan kualitas yang sama dengan yang dijual dan mengutamakan rekomendasi dan masukan feedback/review dari para konsumen Sambal Galak untuk dijadikan acuan pengembangan bisnis. Usaha ini menyiapkan berbagai menu olahan daging bebek dan ayam goreng serta 2 jenis varian rasa utama yang berbeda, yaitu sambal manis pedas terasi dan sambal galak original pedas grandwisata. Dalam beberapa bulan terakhir, Sambal Galak Grand Wisata memiliki ketebalan jumlah pengunjung yang awalnya cukup stabil dan terus mengalami kenaikan dan penurunan berdasarkan tabel di bawah ini. Sehingga penurunan berdasarkan tabel ini.

Tabel 1. Jumlah Pengunjung Grandwisata Sambal Galak di Bekasi

Bulan	Total Pengunjung
Juli	150 Pengunjung
Agustus	350 Pengunjung
September	250 Pengunjung
Oktober	260 Pengunjung
November	300 Pengunjung
Total Pengunjung	1310 Pengunjung

Sumber: Pemilik Sambal Galak Grand Wisata di Bekasi.

Melihat dari hasil tabel tersebut, usaha kuliner sambal galak grand wisata memiliki total pengunjung sebanyak 1310 pengunjung selama 5 bulan tahun 2023. Terjadi peningkatan pada bulan Juli 2023 sebanyak 150 pengunjung ke bulan Agustus 2023 sebanyak 350 pengunjung untuk memulai usaha dan bulan selanjutnya mengalami penurunan pada bulan September 2023 sebanyak 250 pengunjung, kemudian pada bulan Oktober sebanyak 260 pengunjung dan bulan November sebanyak 300 pengunjung kembali mengalami peningkatan pengunjung sambal galak. Pertumbuhan dan ketebalan jumlah pengunjung grandwisata sambal galak yang awalnya mengalami peningkatan dan tiba-tiba mengalami penurunan yang drastis. Selain itu dapat dilihat juga dari hasil penjualan menu makanan yang dipadukan dengan sambal galak grandwisata yang ditunjukkan pada tabel ini.

Tabel 2. Data Penjualan Sambal Galak Grandwisata di Bekasi

Bulan	Total Pengunjung
Juli	350 Pcs
Agustus	425 Pcs
September	315 Pcs
Oktober	330 Pcs
November	360 Pcs
Jumlah Pengunjung	1780 Pcs

Sumber: Pemilik Sambal Galak Grand Wisata di Bekasi.

Melihat hasil tabel tersebut menunjukkan bahwa penjualan dari usaha sambal galak grandwisata di Bekasi baik yang dine in maupun take away terdapat perbedaan yang cukup signifikan mulai dari bulan Juli sebanyak 350 pcs, Agustus sebanyak 425 pcs dan mengalami penurunan pada bulan September sebanyak 315 pcs, kemudian bulan Oktober terjual sebanyak

330 pcs dan bulan November sebanyak 360 pcs. Hal ini dikarenakan jenis usaha kuliner UKM sambal galak grandwisata masih tergolong baru (startup), sehingga dimana harapan pemilik adalah jumlah penjualan meningkat setiap bulannya minimal di kisaran 50 penjualan/bulan bukan mengalami penurunan yang drastis.

Tabel 3. Total Penjualan/Pemesanan antara Dine In dan Take Away

Bulan	Jenis Order	
	Dine In	Take Away
Juli	245 Pcs	105 Pcs
Agustus	225 Pcs	200 Pcs
September	165 Pcs	150 Pcs
Oktober	185 Pcs	145 Pcs
November	235 Pcs	125 Pcs
Jumlah Pengunjung	1780 Pcs	

Sumber: Pemilik Sambal Galak Grand Wisata di Bekasi

Melihat hasil tabel terkait total pesanan atau penjualan antara dine in dan takeaway bahwa yang lebih banyak menghasilkan pendapatan atau keuntungan bagi bisnis adalah konsep penjualan strategi dine in karena praktis, murah, dan efisien bagi konsumen. Sedangkan untuk takeaway membutuhkan biaya yang cukup banyak mulai dari pengiriman, terkadang kualitas produk yang kurang segar dan higienis serta kurang efisien bagi konsumen.

Menurut pemilik usaha Sambal Galak Grand Wisata mengungkapkan bahwa "terdapat perbandingan yang cukup signifikan antara pengembalian uang dan strategi promosi melalui diskon yang jauh berbeda, dimana lebih banyak konsumen yang meminta pengembalian uang dan banyak yang protes karena kualitas beberapa produk tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen." Hal ini juga ditekankan untuk mengukur kualitas pelayanan, produk, kepuasan konsumen melalui hasil temuan wawancara konsumen sambal galak grand wisata di Bekasi, mengungkapkan bahwa "bumbu sambal galak masih kurang terasa dan kurang meresap serta daging bebek kurang empuk" dan narasumber lainnya mengatakan "masih kurang efektif dan efisien dalam penyajian dan penyajian makanan." Oleh karena itu, hasil masakan yang berupa makanan beku, menyebabkan ayam atau bebek menyusut dalam proses pemasakan.

KAJIAN TEORITIS

Perilaku Konsumen

Grand Theory dalam penelitian ini menggunakan teori perilaku pelanggan, perilaku nyata pelanggan dipengaruhi oleh unsur psikologis dan eksternal yang mempengaruhi keputusan untuk membeli barang yang diinginkan (Ramadhanti, 2021).

Kualitas Pelayanan

Menghadapi era persaingan yang semakin ketat, kualitas layanan merupakan rahasia kesuksesan sebuah bisnis. Kualitas layanan adalah penentuan harapan konsumen dalam kaitannya dengan persepsi terhadap layanan aktual yang mereka terima (Sinollah dan Masruroh, 2019).

Secara umum, memenuhi tuntutan adalah tujuan utama dari kualitas layanan dan kepentingan konsumen, serta minat untuk menyediakan layanan yang memenuhi harapan konsumen. Standar keunggulan yang diantisipasi adalah kualitas layanan dan pemantauan tingkat kelebihan memenuhi harapan konsumen (Novel et al., 2022).

Kualitas layanan merupakan indikator kinerja yang krusial dalam mewujudkan kepuasan terhadap perusahaan. Meningkatkan kualitas layanan dipandang sebagai taktik penting bagi perusahaan untuk berkembang dalam industri yang sangat kompetitif (Fauziawati et al., 2022).

Pada Penelitiannya (Sinollah dan Masruroh, 2019) yang menyatakan penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat 10 indikator, yaitu: 1. Integrity, yaitu keunggulan dalam melaksanakan jasa yang dijanjikan secara tepat dan terpercaya; 2. Responsiveness, yaitu keunggulan karyawan dalam membantu konsumen untuk memberikan pelayanan yang cepat; 3. Assurance, sebagai wawasan dan perilaku karyawan membentuk kepercayaan dan keyakinan pelanggan untuk mengkonsumsi jasa yang ditawarkan; 4. Empathy, yaitu keadaan dimana perusahaan memahami keluhan konsumen dan melakukan pekerjaan untuk kepentingan konsumen; 5. Tangibles, yaitu bukti fisik, perlengkapan, pegawai, dan media komunikasi; 6. Tangibles, yaitu bukti fisik, peralatan, pegawai, dan media komunikasi.

Kualitas Produk

Keseluruhannya fitur dan mutu suatu barang ataupun jasa menentukan kualitasnya digunakan dalam keterampilan memenuhi kebutuhan dapat terlihat jelas atau tersembunyi atau tidak terlihat jelas (Stefanus Richi Indra, 2023).

Kualitas produk adalah mengembangkan pemasar produk perlu cermat memilih tingkat kualitas membantu produk masuk ke pasar yang dituju. (Usadha, 2019). Menurut penelitiannya (Mulyadi et al., 2019) indikatornya ialah: 1. Rasa; 2. Aroma; 3. Tekstur; 4. Penampilan; 5. Bentuk

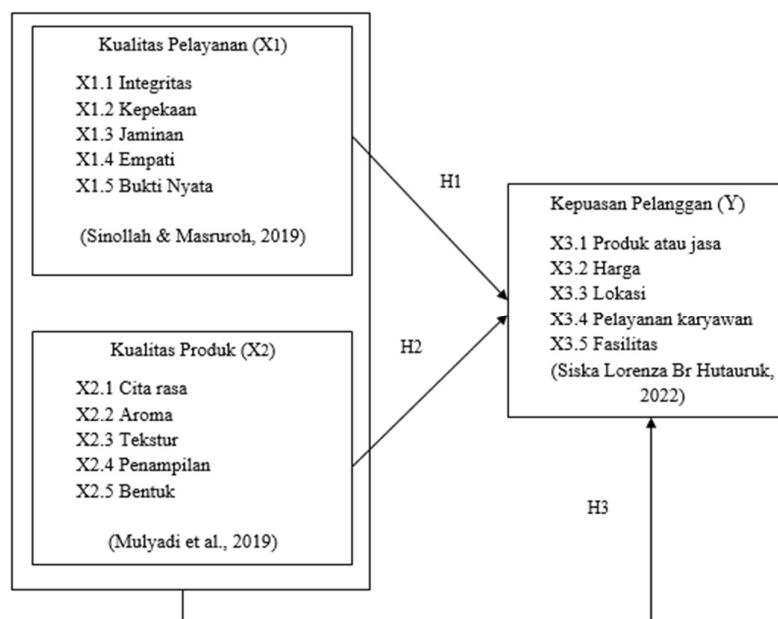
Kepuasan Pelanggan

Pelanggan tidak akan senang dengan kualitas layanan jika tidak sejalan diharapkannya. Namun, bila mutu yang diberikan sejalan harapan sehingga pelanggan merasa puas dan senang (Panday, 2021).

Memberikan layanan berkualitas tinggi dapat mengarah pada kebahagiaan pelanggan, nilai konsumen, dan kepercayaan diri (Syeha Rahmawati et al., 2023). Berdasarkan penelitiannya (Siska Lorenza Br Hutauruk, 2022) kepuasan pelanggan, dapat dilihat sebagai upaya untuk menyelesaikan dan membuat sesuatu yang sesuai untuk pelanggan. Indikator penelitian ini adalah: 1. Produk atau jasa; 2. Harga; 3. Lokasi; 4. Pelayanan Karyawan; 5. Fasilitas.

Kerangka Berpikir

Mampu berguna menjelaskan hubungan variabel diteliti, kerangka berpikir digunakan.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis

Beberapa hipotesis penelitian dapat dikembangkan berdasarkan korelasi teoritis yang disebutkan di atas, termasuk yang berikut ini:

H1: Diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

H2: Diduga Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

H3: Diduga Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

METODE PENELITIAN

Metodologi peneliannya jenis kuantitatif digunakan pada penelitian ini. Salah satu bentuk metode peneliannya ialah jenis kuantitatif metode pengumpulan dan pengolahan datanya menerapkan angka dan analisis dengan statistik (Dr. Imam Machali, 2021). Populasi dalam peneliannya pengunjung ataupun konsumen Sambal Galak Grand Wisata di Bekasi, Non-Probability Sampling ialah pendekatan yang digunakan untuk pengumpulan sampel. Metode pengambilan sampel dikenal sebagai teknik pengambilan sampel Tanpa Peluang (Non-Probability Sampling) tidak memberikan peluang serupa bagi setiap kelompok pada populasi dipilih menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel dikenal sebagai "pengambilan sampel bertujuan" didasarkan pada kriteria tertentu sudah dikembangkan peneliti (sujarweni, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuesioner peneliannya univariat variabel independen dan dependen menunjukkan R hitung > R-tabel 0,166 untuk item pernyataannya variabel. Hal ini berarti alat data yang digunakan valid dalam arti alat ukur tersebut dapat menjelaskan kualitas layanan, produk dan kepuasan pelanggan, baik proporsi kejadian maupun berdasarkan fakta dari responden melalui penyebaran kuesioner.

Melakukan uji reliabilitas agar semua alat ukur memenuhi persyaratan validitas. Berdasarkan nilai uji reliabilitas diperoleh hasil bahwa jumlah nilai cronbach's alpha sebesar 0.942 (Y), 0.934 variabel (X1), dan 0.910 (X2), menunjukkan bahwa nilai alpha tersebut melebihi nilai minimum cronbach alpha yaitu 0.60. Oleh karena itu, nilai alat penelitian yang mengukur nilai kualitas layanan (X1), kualitas produk (X2), dan kepuasan konsumen (Y) dapat disebut bisa diandalkan.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Alpha (Kriteria)	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,934	0,60	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,910	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,942	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS 26, (2023).

Tabel 5. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Predicted Value		
N		140
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	31.8285714
	Std. Deviation	5.91011886
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.049
	Negative	-.061
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN SAMBAL GALAK GRAND WISATA DI BEKASI**

Sumber: Data diolah SPSS 26, (2023).

Pada tabel uji 1S-KM, pada hasil output data nilai signifikansi untuk uji normalitas $0,200 > 0,05$. Nilai uji 1S-KM tersebut dapat menunjukkan bahwa semua responden digunakan pada penelitiannya ialah normal, yang mana nilai sig uji normalitas 1S-KM untuk masing-masing variabel $> \alpha (\alpha=0,05)$, yaitu $0,200 > 0,05$.

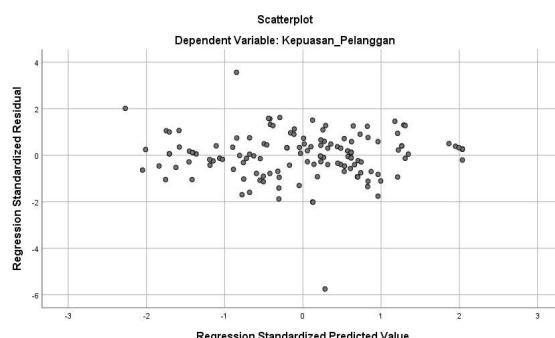
Tabel 6. Uji Multikolinieritas

Variable	Collinearity Statistics		Description
	Tolerance	VIF	
Service Quality	0,489	2,045	No Multicollinearity
Product Quality	0,489	2,045	No Multicollinearity

Sumber: Data diolah SPSS 26, (2023).

$VIF < 10$ dan nilai tolerance $> 0,1$ berdasarkan output data pada tabel di atas. Oleh karena itu, bisa disimpulkannya data ini tidak menunjukkan adanya multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Scatterplot

Sumber: Data diolah SPSS 26, (2023).

Pada output scatterplot gambarnya, Anda bisa melihat titik-titik tidak membentuk pola jelas. Secara kasatmata, titik-titik terdistribusi ke atas dan ke bawah nilai nol sumbu y. Hal ini menunjukkan bahwa data ini tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas.

Tabel 7. Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.869	1.868			1.001	.319
	Service_Quality	.260	.056	.331		4.661	.000
	Quality_Product	.754	.099	.543		7.631	.000

a. Dependent Variable: Customer_Satisfaction

Sumber: Data diolah SPSS 26, (2023).

Dari hasilnya pengujian Analisis Linier Berganda diterima: $Y = 1.869 + 0,260 X_1 + 0,754 X_2$

- Nilai konstanta regresi sebesar 1.869
- X1 (Kualitas Pelayanan) nilai koefisien regresinya sebesar 0,260, pengaruh signifikan terhadap Y (Kepuasan Konsumen).
- X2 (Kualitas Produk) nilainya koefisien regresi sebesar 0,754, memiliki pengaruh signifikan pada Y (Kepuasan Pelanggan).

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN SAMBAL GALAK GRAND WISATA DI BEKASI**

Uji Hipotesis

Tabel 8. Uji Parsial (T)

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a		t	Sig.
	B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta			
1	(Constant)	1.869	1.868		1.001	.319
	Kualitas_Pelayanan	.260	.056	.331	4.661	.000
	Kualitas_Produk	.754	.099	.543	7.631	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber: Data diolah SPSS 26, (2023).

Tabel 9. Uji Simultan (F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares		df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	Residual				
1	4855.201	2486.685	2	2427.601	133.745	.000^b
		Total	137	18.151		
			139			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk, Kualitas_Pelayanan

Sumber: Data diolah SPSS 26, (2023).

H1: Diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sambal Galak Grand Wisata di Bekasi.

Berdasarkan hasil uji parsial (t), rasio pengaruh konstruk X1, X2 dan Y adalah: Hipotesis pertama dari laporan ini adalah kepuasan konsumen dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas pelayanan. $0.000 < \alpha 0.05$, maka nilai t-hitung 4.661 $>$ t-tabel 1.977, sehingga dikatakan H0 tidak diterima. H1 diterima, adanya pengaruh parsial kualitas pelayanan (X1) dengan kepuasan konsumen (Y).

H2: Diduga Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Sambal Galak Grand Wisata di Bekasi.

Berdasarkan hasil pengujian, hipotesis kedua, kepuasan pelanggan dipengaruhi secara signifikan kualitas produk. $0.000 < \alpha 0.05$, sehingga nilai t-hitung sebesar 7.631 $>$ t tabel 1.977, secara ringkas bahwa H0 ditolak H2 diterima, artinya pengaruh parsial terhadap kepuasan konsumen (Y) antara kualitas produk (X2).

H3: Diduga bahwa Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Sambal Galak Grand Wisata di Bekasi.

Dari hasil penelitian dapat diketahui jika nilai F-hitung 133,745 $>$ 3,06 (F-tabel) dan nilai sig. $0,000 < 0,05$ (α), Kesimpulannya bahwa H3 dapat diterima berarti secara simultan Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam rangkuman hasilnya pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Sambal Galak Grand Wisata di Bekasi seperti dijelaskan sebelumnya dan diperoleh kesimpulan dari penelitiannya: 1. Kualitas Pelayanan (X1) ada pengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Sambal Galak Grand Wisata di

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN SAMBAL GALAK GRAND WISATA DI BEKASI**

Bekasi. Hal ini membuktikan konstruk kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti H1 dapat diterima. 2. Kualitas Produk (X2) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Sambal Galak Grand Wisata di Bekasi. Ini membuktikan bahwa variabel utilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, bahwa H2 dapat diterima. 3. Baik Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) memiliki dampak terhadap kepuasan pelanggan (Y) Sambal Galak Grand Wisata di Bekasi. Hasil membuktikannya "kualitas pelayanan" dan variabel "kualitas produk" berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti H3 dapat diterima.

DAFTAR REFERENSI

- Dr. Imam Machali, M. P. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (A. Q. Habib (ed.)).
- Fauziawati, R., Rifai, A. I., & Handayani, S. (2022). *Passengers Satisfaction Analysis of Quality and Schedule of Commuter Line Service : A Case Citayam-Tebet Route*. 2(5), 833–842.
<https://doi.org/10.53866/jimi.v2i5.198>
- Mulyadi, D., Buana, U., Karawang, P., & Pelayanan, K. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Mm Resto Karawang*. 2(2), 91–100.
- Novel, A. H., Kamanda, S. V., & Kusumayanti, K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (CFC Batuaji Batam). *Jurnal Al-Amal*, 1(1), 26–32.
- Panday, R. (2021). *Service Quality Evaluation on Railway Transportation Using Important-Performance Analysis*. 11(2), 530–539.
- Rahayu, F., Barkah, C., Chan, A., & Tresna, P. W. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Sambal Kemasan Untuk Formulasi Perbaikan Strategi Produk. *BISMA: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 15(1), 47. <https://doi.org/10.19184/bisma.v15i1.21960>
- Ramadhanti, G. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian*. 14–43.
- Sinollah dan Masruroh. (2019). *Pengukuran Kualitas Pelayanan (Servqual – Parasuraman) Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Toko Mayang Collection Cabang Kepanjen)*. 45–64.
- Siska Lorenza Br Hutauruk, D. H. S. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome di Kota Batam*. 5, 484–495.
- Stefanus Richi Indra, C. A. P. (2023). *Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kampoeng Kayoe*. 257–263.
- sujarweni. (2019). *Metodologi penelitian bisnis dan ekonomi (pendekatan kuantitatif)*.
- Syeha Rahmawati, N., Dwikotjo Sri Sumantyo, F., & Ali, H. (2023). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen E-Commerce Lazada di Wilayah Kota Bekasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Penelitian Terapan*, 1(1), 40–53. <https://doi.org/10.38035/jpmpt.v1i1.82>
- Usadha, I. D. N. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Proses, Kualitas Pelayanan Dengan Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. 02(01), 60–73.