
Journal of Accounting and Management's Student (JAM'S)

www.jurnal.unikal.ac.id/index.php/jebi

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MIE GACOAN PEKALONGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Desi Fitaning, Siti Yunitarini

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pekalongan

Desifitaning7@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 22 June 2023

Received in revised form: 24 October 2023

Accepted: 5 January 2024

Keywords: *product quality, price and service quality
have a significant positive direct effect*

Paper type

Jenis artikel (artikel penelitian, telaah literatur)

ABSTRACT

The scope of this research is a study of the influence of product quality, price and service quality on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable (case study of Pekalongan gacoan noodles). The aim of this research is to test and analyze the influence of product quality, price and service quality on loyalty customers with customer satisfaction as an intervening variable which analyzes the pattern of relationships between variables in the form of cause and effect and with the aim of finding out direct relationships. and indirect impacts. The sample size used in this research was 97 respondents and focused on Mie Gacoan customers The research method used is path analysis. The results obtained show that the influence of product quality directly has a significant positive effect on customer satisfaction, price directly has a significant positive effect on customer satisfaction, service quality directly has a positive and significant effect on customer satisfaction, customer satisfaction directly has a significant positive effect on customer loyalty, product quality, price and service quality indirectly have a significant negative effect on customer loyalty. Based on the first structural equation, customer satisfaction is both direct and indirect and the influence of product quality, price and service quality, the second structural equation has a direct positive and significant effect on customers. their loyalty is direct. and indirectly. Thus it can be concluded that companies must be able to provide good quality products and prices to

create a sense of customer satisfaction with a product quality and price will make product because customer satisfaction with customers loyal.

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi sekarang ini dunia bisnis mengalami perkembangan yang sangat pesat dan cepat, salah satu dibidang bisnis kuliner. Bisnis ini berkaitan dengan kebutuhan pangan manusia yang merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia atau *basic needs*. Karena termasuk kebutuhan dasar, maka pemenuhan terhadap pangan menjadi hal mutlak bagi manusia yang ingin tetap menjaga kelangsungan hidupnya. Seperti yang telah ketahui perkembangan kuliner di Indonesia semakin beranekaragaman, khususnya di kota Pekalongan. Berbagai macam makanan di buat dan di olah semenarik mungkin yang bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan. kualitas produk atau kualitas-kualitas makanan sangatlah berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena banyak dari pelanggan yang menilai makanan dari segirasa, variasi, dan juga keunikan.

Selain itu banyak kedai-kedai atau restoran yang memperhatikan kualitas pelayannya karena ketika pelayanan rumah makan itu baik maka pelanggan akan merasa di hormati dan pelanggan pun akan merasa nyaman dan besar kemungkinan para pelanggan akan kembali mendatangi tempat tersebut. Namun banyak pula dari mereka yang mengatakan bahwa tempat makan atau restoran yang memiliki suasana tempat yang nyaman, bersih, dan juga memiliki desain yang estetik akan menambah nilai dari kepuasan pelanggan itu sendiri, di karenakan pada jaman milenial seperti ini sebagian besar orang makan di restoran tidak hanya duduk lalu menikmati hidangan makanan saja, namun pasti di damping dengan mengambil foto dirinya maupun hidangan mkanan untuk membagikan momen di sosial media.

Indonesia memiliki banyak ragam jenis masakan daerah dengan harga bahan baku masakan yang relatif murah dan di dukung oleh besarnya jumlah penduduk Indonesia, restoran atau rumah makan menjadi salah satu bisnis paling menggiurkan untuk di usahakan. Tidak hanya masakan daerah. Di Indonesia kini mulai banyak restoran yang menawarkan produk makanan yang bisa terbilang unik, salah satunya adalah Mie Gacoan. Mie Gacoan adalah anak perusahaan dari PT Pesta Pora Abadi, merupakan restoran mie yang memberikan *price to quality* terbaik di kelasnya. Mie Gacoan menjadi tempat bersantap mie terbaik terutama bagi pelajar dan mahasiswa, dimana mereka bisa nongkrong, kerjain tugas, ngobrol santai, dan ngeksis bareng.

Mie Gacoan sangat ramai di kunjungi para pelanggannya khususnya para pecinta makana pedas karena mie gacoan terkenal dengan makanan pedasnya. Mereka melakukan inofasi dari produk mie yang awlanya biasa-biasa saja di olah menjadi mie dengan cita rasa baru, yaitu cita rasa pedas yang menjadi ciri khas mie gacoan itu sendiri, mulai dari rasa pedas yang biasa-biasa saja, sedaang, sampai rasa pedas yang menantang. Mereka menyediakan menu mie dengan tingkat level kepedasan yang berbeda-beda sesuai dengan keinginan pelanggan, jadi pelanggan bisa menentukan pilihan sendiri untuk menikmati mie sesuai tingkat atau level kepedasan yang mereka inginkan. Menu yang disediakan oleh mie gacoan mempunyai 3 varian yaitu mie iblis, mie setan, dan mie angele. Selain mie mereka juga menyediakan aneka dim sum dan juga minuman yang sangat cocok untuk di padukan satu sama lain.

Berdasarkan hasil observasi di mie gacoan Pekalongan tampak bahwa banyak pelanggan yang berkunjung pada setiap harinya. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan shif leader dari restoran tersebut yang menyatakan bahwa rata-rata pengunjung setiap harinya sekitar 900-1000 orang. Dengan banyaknya pelanggan tersebut bisa dinyatakan bahwa pelanggan di restoran tersebut merasa puas, loyal dan nyaman dengan kualitas produk, harga dan kualitas layanan. Hal ini sesuai dengan pernyataan di kemukakan oleh seorang shif leader yang sering memperhatikan pengunjung yang datang sudah berkali-kali menikmati sajian di Mie Gacoan Pekalongan. Namun hasil dari wawancara dengan pelanggan yang sering membeli lebih dari 3 kali menyatakan bahwa pelanggan sangat puas dengan kualitas produk, harga dan kualitas layanan. Hal itu dibuktikan dengan beberapa peratannya yang di berikan kepada peneliti untuk pelanggan Mie Gacoan dari restoran tersebut menyatakan bahwa pelanggan merasa puas, loyal dan nyaman dengan kualitas produk, harga, dan kualitas layanan. Dengan banyaknya pelanggan tersebut menunjukkan perbedaan pendapat terhadap kualitas produk, harga, dan kualitas layanan karena ekspektasi pelanggan terhadap kualitas produk, harga dan kualitas layann tidak terlalu besar sehingga pelanggan tidak merasa puas.

Pada penelitian ada masalah mulai dari kualitas produk dengan rasa tidak sesuai, makanan sudah disiapkan sebelum dipesan membuat kualitas mie menjadi keras dan kurang baik untuk di konsumsi pelanggan. Hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ***“Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan mie gacoan pekalongan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening”***.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kausal dengan pendekatan kuantitatif. (Anggraini & Budiarti, 2020) Adapun metode dari penelitian ini dengan menggunakan metode survei yaitu suatu metode pengumpulan data yang menggunakan instrument kuesioner untuk mendapatkan tanggapan dari responden yang menjadi sampel penelitian, yang bertujuan menganalisis hubungan sebab akibat antara variabel independent (variabel yang mempengaruhi) kualitas produk, harga dan kualitas layanan dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi) loyalitas pelanggan. Pada penelitian ini populasi yang diambil adalah pelanggan yang sudah membeli minimal 3 kali di Mie Gacoan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji instrument

Uji instrument ini dilakukan peneliti untuk mengetahui apakah sebuah data yang telah digunakan dan dikumpulkan memiliki jawaban yang valid (nyata) dari reliabel (konsisten) atau tidak. Uji instrument ini hasil uji yang dapat dilihat dibawah ini (Sholikhah, 2023)

Uji Kelayakan Model

Pengujian kelayakan model (Goodness Of Fit) dilakukan untuk mengetahui seberapa Fit model dengan data penelitian yang diperoleh. Goodness Of Fit merupakan sebuah tolak ukur yang menunjukkan seberapa baik suatu model dapat memproduksi kovarians di antara variabel-variabel indikator. Hasil pengujian dapat diketahui melalui output

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	101.631	3	33.877	12.634	.000 ^b
	Residual	249.379	93	2.681		

Total	351.010	96			
-------	---------	----	--	--	--

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Harga, Kualitas Produk

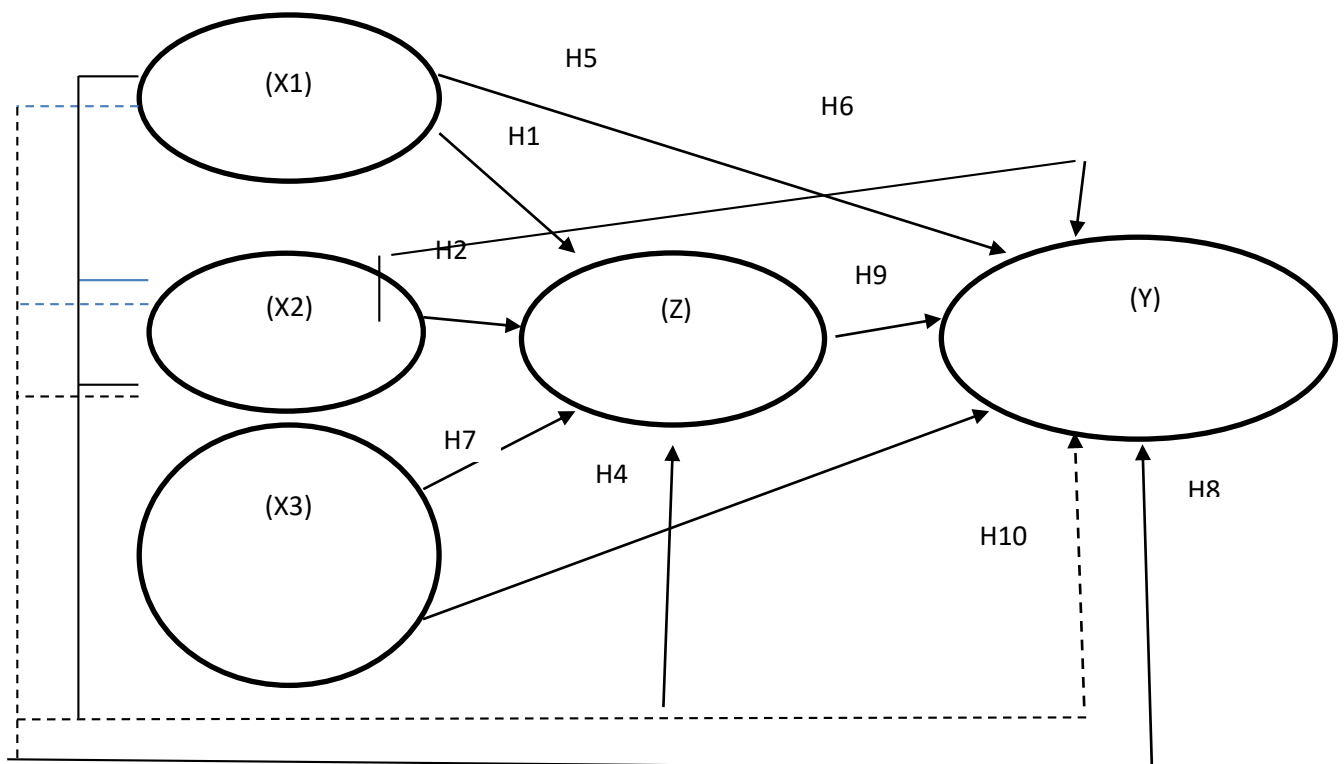
Sumber : Output SPSS 22, 2023

Berdasarkan hasil tabel 4.14 diatas uji F nilai F hitung sebesar 12,634 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000, dengan demikian nilai signifikan jauh lebih kecil dari 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa fungsi intervening cocok atau layak dalam menaksir pengaruh kualitas produk (X1), harga (X2), kualitas layanan (X3), dan kepuasan pelanggan (Z) terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Path Analysis

Path analysis atau bisa disebut analisis jalur merupakan perluasan dari analisis berganda. Analisis jalur sering digunakan untuk menguji pengaruh variabel intervening. Analisis jalur digunakan Ketika peneliti secara teori percaya bahwa mereka berurusan dengan masalah yang berhubungan dengan kausalitas.

Diagram Jalur Dalam path analysis, sebelum melakukan penelitian terdahulu peneliti membuat diagram jalur yang memecahkan masalah dalam bentuk gambar dan menentukan persamaan struktur yang menyatakan hubungan anantara variabel dalam diagram jalur. Berdasarkan judul penelitian model analisis jalur penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Berdasarkan gambar diatas dimna X1 kualitas produk sangat berpengaruh langsung sehingga membuat pelanggan menjadi loyal terhadap kualitas produk tersebut. Sedangkan X2 Harga juga sangat berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan karena pelanggan pasti akan tertarik dengan harga yang ekonomis apa lagi para mahasiswa sehingga membuat pelanggan loyal terhadap harga dan pastinya puas dengan segi harga dan makanannya. X3 kulaitas layanan sangat penting juga bagi pelanggan karna dengan layanan yang diberikan kepada pelanggan membuat pelanggan merasa dilayanani dengan baik sehingga pelanggan merasa puas dengan kualitas layanan tersebut dan pelanggan merasa loyal juga terhadap kualitas layanan yang diberikan perusahaan tersebut.

Dari hasil pengolahan data melalui Teknik analisis jalur path maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dukungan dari kualitas produk dianggap lebih mendapatkan perhatian dari pelanggan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan menunjukan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh ditrima langsung terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan oleh penelitian (Sholikhah, 2023) menyatakan semakin tinggi kualitas produk pelanggan akan semakin senang. Hasil ini sesuai dengan hasil yang disajikan pada uraian jawaban responden bahwa kualitas produk Mie Gacoan dinilai tinggi mampu menciptakan kepuasan pelanggan seperti puas dengan rasa dan layanan yang diberikan oleh Perusahaan.

2. Pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan

Dukungan dari hipotesis yang dilakukan menunjukan bahwa harga terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian memiliki pengaruh negative dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian memiliki persamaan dengan peneliti

yang dilakukan oleh (Sholikhah, 2023) yang menunjukkan bahwa harga terhadap kepuasan pelanggan

3. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap kepuasan pelanggan

Dukungan dari hasil pengujian hipotesis yang telah dilaksanakan menunjukkan hasil bahwa kualitas layanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan. Hasil tersebut pernah ada pada penelitian yang menyatakan bahwa kualitas layanan secara langsung berpengaruh langsung dan tidak langsung dengan kepuasan pelanggan dikarenakan kualitas layanan pada Mie Gacoan telah mencapai ekspektasi pelanggan sehingga membuat pelanggan datang Kembali dan melakukan pembelian secara berulang.

4. Pengaruh kualitas produk terhadap Loyalitas pelanggan

Berdasarkan hasil hipotesis yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh negatif terhadap loyalitas pelanggan bahwa kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan tidak signifikan pada tarif nyata. Artinya dari kualitas produk menurut pelanggan adalah hal yang sama dengan merek lain. Sehingga pihak Mie Gacoan dapat memberikan informasi atau membuat varian produk baru yang berbeda dari merek lain agar pelanggan dapat memiliki beragam pilihan dan rasa baru untuk dinikmati.

5. Pengaruh harga terhadap Loyalitas pelanggan

Berdasarkan hasil hipotesis diatas yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh negatif terhadap loyalitas pelanggan. Bahwa harga terhadap loyalitas pelanggan tidak berpengaruh langsung pada tarif nyata, yang artinya karena ekspektasi pelanggan kepada harga tidak terlalu besar sehingga pelanggan tetap merasa puas dan loyal terhadap produk Mie Gacoan hasil pengujian hipotesis ini berdasarkan fakta yang terjadi pada saat ini

6. Pengaruh kualitas layanan terhadap Loyalitas pelanggan

Dari hasil hipotesis yang diuji hipotesis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh negatif terhadap loyalitas pelanggan. Bahwa kualitas layanan secara langsung tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya, kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan dapat memotivasi pelanggan untuk tetap setia pada Mie Gacoan dan ramai setiap harinya untuk menikmatinya.

7. Pengaruh kualitas produk terhadap Loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan

Dukungan dari kualitas produk yang dianggap lebih mendapat perhatian dari pelanggan. Dari pesan yang disampaikan melalui seorang yang sudah pernah membeli lebih dari tiga kali ini, memiliki daya Tarik dan meresap dalam benak pelanggan atau orang lain. Pelanggan meyakinkan orang lain sehingga membuat orang lain makin penasaran sama yang disampaikan pelanggan tersebut dan membuat orang lain untuk mencoba menikmati Mie Gacoan yang sudah mempengaruhi orang lain dengan ketenaran makanan yang viral ini. Keviralan ini diharapkan dapat menarik minat pelanggan dalam

8. Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan

Berdasarkan hasil dari hipotesis yang telah dilakukan yang membahas terkait hubungan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, menyatakan bahwa kepuasan pelanggan tidak mampu memediasi harga terhadap loyalitas pelanggan secara langsung. Harga tidak berpengaruh secara langsung positif

dan tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan adalah dikarenakan ekspektasi pelanggan terhadap harga tidak terlalu besar sehingga membuat pelanggan tetap merasa puas dan loyal terhadap produk Mie Gacoan.

9. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan

Hasil berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan untuk membahas terkait hubungan antara variabel kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan tidak mampu memediasi kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan secara langsung dan secara tidak langsung. Dikarenakan ekspektasi pelanggan terhadap kualitas layanan tidak terlalu besar sehingga membuat pelanggan tetap merasa puas dan loyal terhadap produk Mie Gacoan.

10. Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Dari hasil uji hipotesis diatas yang dilaksanakan menunjukan hasil bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Bahwa kepuasan pelanggan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan dengan loyalitas pelanggan dikarenakan kepuasan pelanggan adalah sebuah kunci agar pelanggan tetap dapat melakukan pembelian berulang terhadap Mie Gacoan tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian analisis jalur dan pembahasan yang dimana peneliti telah menganalisis terkait kualitas produk sebagai variabel (X1), Harga sebagai variabel (X2), kualitas layanan sebagai variabel (X3), kepuasan pelanggan sebagai variabel (Z) dan loyalitas pelanggan sebagai variabel (Y) bahwa hubungan antara dua variabel independen adalah positif sehingga peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

Kualitas produk secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, jika semakin baik kualitas produk yang ada dibenak pelanggan maka akan semakin tinggi loyalitas pelanggan yang akan dilakukan pelanggan. Harga secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, artinya, jika semakin baik harganya yang diberikan maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan yang akan membeli. Kualitas Layanan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, jika semakin baik kualitas layanan yang ditawarkan maka semakin tinggi kepuasan pelanggan yang akan Kembali untuk membeli. Kualitas Produk, Harga, dan kualitas layanan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, jika salah satu yang pasti pelanggan akan menilai, puas dan pasti akan terus membeli dan menjadi pelanggan loyal. Kepuasan Pelanggan terhadap loyalitas pelanggan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Artinya, suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dipenuhi. Harga secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya, dikarenakan ekspektasi pelanggan kepada harga tidak terlalu besar sehingga pelanggan tetap merasa puas dan loyal. Kualitas layanan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya, apabila pelanggan merasa pelayanan yang diberikan sudah sesuai makanan pelanggan maka akan melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut. Kualitas produk, harga, dan kualitas layanan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya,

Ketika kualitas telah mencapai ekspektasi pelanggan sehingga membuat pelanggan datang Kembali dan melakukan pembelian secara berulang. Kepuasan pelanggan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya sebuah kunci pelanggan dapat melakukan pembelian berulang terhadap produk tersebut. Kualitas produk, harga dan kualitas layanan secara langsung berpengaruh negative dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Nurhayati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Praktis* (2nd ed.). Unikal Press.

JURNAL

Adriansyah, D., & Saputri, M. E. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Go-Food di Kota Bandung. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*, 3(3), 123–128. <https://e-resources.perpusnas.go.id:2119/id/publications/423320/pengaruh-promosi-penjualan-terhadap-kepuasan-pelanggan-melalui-keputusan-pembeli>

Andreas, C., & Yunita, T. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 53(9), 1689–1699.

Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>

Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6762. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p19>

Fitri Rahmadani, M. S., & Samudra, H. (2002). AVEVA group. *Process Engineering (London)*, 83(SUPPL.), 19.

Ghozali. (2009). *No Title*. Universitas Diponegoro.

Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). *Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan*. 3(September), 171–180.

Gustian, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Reputasi Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Restoran Cepat Saji KFC Kota Palembang). *Jurnal Manajemen*, 1(2), 159–174. <https://journal.ukmc.ac.id/index.php/jkkjm/article/view/742>

Hartono, & Dwi, R. (2021). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*. 11(1), 64–75.

Indah, S., & Di, H. K. (2022). *E-ISSN : 2964-898X P-ISSN : 2964-8750 Jurnal Mahasiswa*

Entrepreneur (JME) FEB UNARS. 1(7), 1403–1421.

Istiqamah, M., Tirtayasa, S., & Pasaribu, H. K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akmami : Akuntansi, Manajemen, Ekonomi, 2(1)*, 68–78.
<https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i2.544>

Khoirulloh, Haryono tri andi, SE, M., & SE, MM, WULAN SARI HERU, 2022. (n.d.). *Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pembelian sebagai variabel intervening* (. 1–21.

Lukitaningsih, A., Ningrum, N. K., & Muttaqin, F. A. (2023). *Pengaruh Brand Image , Store Atmosphere , Product Quality dan Service Quality terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Pelanggan Mie Gacoan Yogyakarta)*. 7, 372–378.
<https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.794>

Mahirun, M., Kuncoro, N. H., Jannati, A. J., & Fachrur, M. M. (2023). Pengembangan Usaha Mikro Dengan Orientasi Peningkatan Skala Usaha Menjadi Usaha Kecil. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4(5)*, 10452–10456.

Muhardono, A., & Satrio, D. (2021). Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing Bagi Pelaku Umkm Di Desa Kertoharjo Kelurahan Kuripan Kertoharjo. *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(3)*, 359–368.
<https://doi.org/10.47492/eamal.v1i3.888>

Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi, 2(4)*, 516–524.
<https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.461>

Rahayu, S., & Syafe'i, D. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan*. 5(2), 2192–2207.

Rimaadeeva, H. L., Jumhodikromin, S. W., & Kunci, K. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian*. 5(2), 2116–2124.

Rizki, P. A., & Prabowo , B. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Indomie Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 4(5)*, 1543–1553.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.1023>

Salsabila í, A., Maskur, A., & Stikubank Semarang, U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan (Studi Pada Pelanggan Mie Gacoan di Kota Semarang). *SEIKO : Journal of Management & Business, 5(1)*, 156–167.
<https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/1902>

Septianingrum, S. H., Fajri, A., Semarang, U. M., Ekonomi, F., & Semarang, U. M. (2023).

*(Diterima Juni 2023; Disetujui Agustus 2023; Dipublikasikan September 2023).
2(September).*

- Setiyono, W., Hariyani, D. S., Wijaya, A. L., & Apriyanti. (2019). Analisis Pengaruh Faktor Fundamental Terhadap Return Saham. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(1), 43–57. <https://doi.org/10.33059/jmk.v8i1.1197>
- SHALSABILLA, S., & Walyoto, H. (2023). ... *Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Word of Mouth Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Pada Mie Gacoan ...*. http://eprints.iain-surakarta.ac.id/5869/1/SKRIPSI_SHALSABILLA_19211268.pdf
- Sholikhah, A. F. (2023). *MELALUI KEPUASAN PELANGGAN MIE GACOAN DI. 2*.
- Utami, N. D. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(5), 1–20.
- Wicaksana, A., & Rachman, T. (2018). 済無No Title No Title No Title. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 3, Issue 1). Universitas Diponegoro. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Yunitarini, S., Fajar, R. A., & Muhardono, A. (2022). Pengaruh Label Halal, Brand Image, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 25(02), 171–182. www.jurnal.unikal.ac.id/index.php/jebi