

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Tanasol.Id Denpasar

Ni Putu Gita Novitasi⁽¹⁾
Anak Agung Ngurah Gede Sadiartha⁽²⁾
I Komang Gede⁽³⁾

⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia
email: gitanovita813@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality and product quality on customer satisfaction at Tanasol id Denpasar. This study used a quantitative method with an associative approach. This study was conducted at Tanasol id Denpasar, with a sample size of 97 customers using the Slovin formula. Data were obtained by distributing questionnaires to Tanasol id customers as respondents. Data analysis techniques used included validity testing, reliability testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, the coefficient of determination (R^2), t-test, and F-test. The results showed that service quality had a positive and significant effect on customer satisfaction. Furthermore, product quality also had a positive and significant effect on customer satisfaction. Simultaneously, service quality and product quality significantly influenced customer satisfaction at Tanasol id Denpasar. This indicates that the better the service quality provided and the better the product quality offered, the higher the level of customer satisfaction.

Keywords: *Service Quality; Product Quality; Customer Satisfaction*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Tanasol id Denpasar. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Penelitian ini dilakukan di Tanasol id Denpasar, jumlah sampel yang digunakan yaitu 97 orang konsumen dengan metode penarikan sampel menggunakan rumus *slovin*. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Tanasol id sebagai responden. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi (R^2), uji t, dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan, kualitas pelayanan dan kualitas produk bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Tanasol id Denpasar. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan serta semakin baik kualitas produk yang ditawarkan, maka tingkat kepuasan konsumen akan semakin meningkat.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan; Kualitas Produk; Kepuasan*

Konsumen

PENDAHULUAN

Salah satu industri *fashion* yang mengalami perkembangan saat ini adalah *footwear*, *footwear* memiliki beberapa jenis sandal dan lain-lain yang memiliki fungsi pakai yang berbeda-beda. Salah satu jenis produk *footwear* yang menjadi kebutuhan paling dasar adalah sandal, karena fungsi utamanya adalah melindungi kaki dalam aktivitas sehari-hari. Pada awalnya, sandal hanya digunakan untuk melindungi kaki dari benda tajam atau kotoran, namun kini sandal telah berkembang menjadi produk yang tidak hanya berfungsi sebagai pelindung, tetapi juga sebagai elemen penting dalam menunjang *fashion*. Sandal saat ini hadir dalam berbagai desain yang *fashionable* dan cocok digunakan untuk berbagai kesempatan, baik santai maupun semi-formal.

Tarigan *et al.*, dkk (2023) Kepuasan konsumen dalam menggunakan produk yang ditawarkan dapat dijadikan masukan bagi pihak manajemen untuk dapat meningkatkan dan memperbaiki kualitas komunikasi pemasaran yang diberikan. Komunikasi pemasaran menjadi perhal penting dalam suatu industri agar berkembang secara berkelanjutan, komunikasi pemasaran yang dioptimalkan akan berdampak di masyarakat

Santoso, dkk (2019) bahwa kualitas pelayanan ialah standar tingkatan dari keunggulan yang dapat diharapkan dan bagaimana tingkat standar tersebut dikelola untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Menurut Muafatun *et al.*, dkk (2022) Kualitas pelayanan merupakan suatu keadaan dinamis yang berhubungan langsung dengan komoditas, jasa dan sumber daya manusia. Selain itu, proses dan lingkungan yang mampu memenuhi atau melebihi kualitas pelayanan yang dibutuhkan.

Dahliani & Ahwal, (2021) kualitas suatu produk ditentukan oleh kapasitasnya untuk memberikan outcome atau kinerja yang melebihi harapan pelanggannya. kualitas produk menjadi komponen utama yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggannya. Produk berkualitas tinggi dapat memenuhi harapan pelanggan, dan meningkatkan kepercayaan mereka terhadap perusahaan. Sebaliknya, jika menerima produk tidak memuaskan, pelanggan lebih cenderung merasa kecewa.

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Tanasol id Denpasar. (2) untuk mengetahui kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Tanasol id Denpasar.

(3) untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Tanasol id Denpasar.

TELAH LITERATUR DAN HIPOTESIS

Kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen mencerminkan keseluruhan pengalaman berbelanja yang mencakup tidak hanya produk yang dibeli, tetapi juga harga, pelayanan, dan suasana toko. Konsumen yang puas cenderung memiliki kemungkinan lebih besar untuk melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan toko kepada orang lain. Kepuasan konsumen merupakan tingkat kebahagiaan yang dirasakan pelanggan sesudah membandingkan apa yang dia terima dan apa yang dia harapkan Agustiansyah *et al.*, (2021)

Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan menurut Majid *et al.*, (2021) ialah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang mempunyai kemampuan memenuhi kebutuhan pelanggan serta memberikan kepuasan. sementara itu, (Wibowati, 2021) menyatakan bahwa pelayanan merupakan setiap tindakan atau aktivitas yang ditawarkan oleh satu pihak pada pihak lain yang intinya tidak berwujud dan tidak membentuk kepemilikan apapun.

Kualitas produk

Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Muhammad Ryan Fauzi dan kastawan mandala (2019). Sedangkan menurut Hartanto dan Andreani (2019). Kualitas produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah dan landasan teori yang dikemukakan, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₁ : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pada Tanasol id Denpasar.

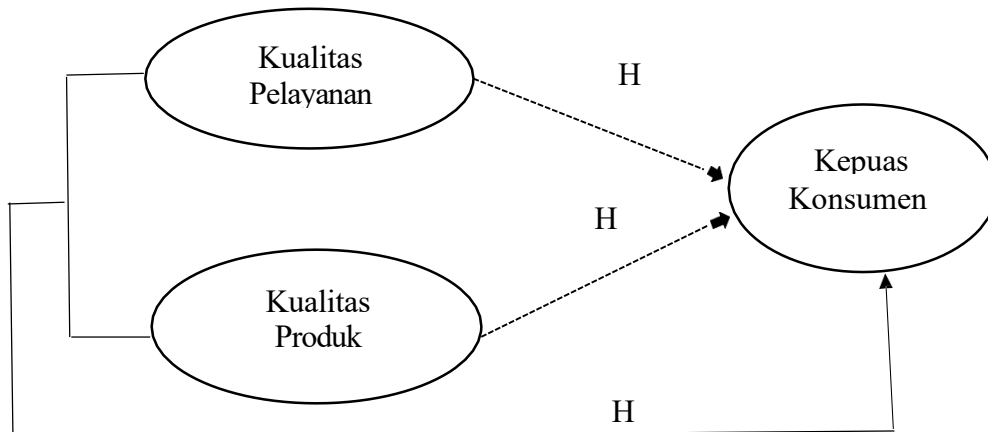
H₂ : Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Tanasol id Denpasar.

H₃ : Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Tanasol id Denpasar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini bertujuan mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Melalui penelitian ini, akan

dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, suatu gejala fenomena tertentu. Penelitian ini menjelaskan hubungan mempengaruhi dan dipengaruhi dari variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Tanasol id Denpasar.



Gambar 1. Kerangka Berfikir

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang berada pada Tanasol id sebanyak 29,088 orang konsumen toko fisik yang merupakan pelanggan Pada Tanasol id tahun 2024.

Penelitian ini menggunakan rumus slovin, Rumus : $n = \frac{N}{1 + N_e^2}$

Keterangan : n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = persentase ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat diinginkan sekitar 10%. Skala pengukuran yang digunakan adalah dengan skala *likert* 5.

Nilai dari skala *likert* yaitu, skor 1 = sangat tidak setuju (STS), 2 = tidak setuju (TS), 3 = cukup (C), 4 = setuju (S), dan 5 = sangat setuju (SS).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen Penelitian

Hasil uji instrumen pada Tabel 1 menunjukkan bahwa seluruh *item* pernyataan adalah valid karena memiliki nilai koefisien korelasi dengan skor total

seluruh item pernyataan lebih besar dari 0,30 dan reliabel karena memiliki koefisien *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Kode	Validitas		Reliabilitas	
		Koefisien Korelasi	Ket.	Cronbach's Alpha	Ket.
Kepuasan Konsumen(Y)	Y1.1	0,966	<i>Valid</i>	0,981	Reliabel
	Y1.2	0,964	<i>Valid</i>		
	Y1.3	0,852	<i>Valid</i>		
	Y1.4	0,904	<i>Valid</i>		
	Y1.5	0,919	<i>Valid</i>		
	Y1.6	0,933	<i>Valid</i>		
	Y1.7	0,924	<i>Valid</i>		
	Y1.8	0,940	<i>Valid</i>		
Kualitas Pelayanan(X ₁)	X1.1	0,953	<i>Valid</i>	0,978	Reliabel
	X1.2	0,940	<i>Valid</i>		
	X1.3	0,935	<i>Valid</i>		
	X1.4	0,871	<i>Valid</i>		
	X1.5	0,911	<i>Valid</i>		
	X1.6	0,937	<i>Valid</i>		
Kualitas Produk (X ₂)	X2.1	0,838	<i>Valid</i>	0,934	Reliabel
	X2.2	0,905	<i>Valid</i>		
	X2.3	0,852	<i>Valid</i>		
	X2.4	0,855	<i>Valid</i>		
	X2.5	0,876	<i>Valid</i>		
	X2.6	0,896	<i>Valid</i>		

Sumber: data diolah, 2026

Uji Asumsi Klasik

Sebelum dianalisis dengan teknik analisis regresi linier berganda, maka model persamaan regresi harus lolos uji asumsi klasik. Berikut disajikan hasil uji asumsi klasik persamaan regresi linier berganda yang diolah dengan bantuan program SPSS *Version 25 for Windows*.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	9,43222450
Most Extreme Differences	Absolute	0,071
	Positive	0,071
	Negative	-0,061
Test Statistic		0,071
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200 ^{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.

Sumber: data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 2. menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 yang nilainya lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal secara statistik.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	0,908	1,101
	Kualitas Produk	0,908	1,101
a. Dependent Variable: Kepuasan.Konsumen			

Sumber: data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 3. menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai *Tolerance* yang sama dengan atau lebih besar dari 0,10 serta nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* berada di bawah 10. Oleh karena itu, dapat diindikasikan bahwa model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas.

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas.

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10,620	2,121		5,008	0,000
Kualitas Pelayanan	-0,080	0,046	-0,184	-1,736	0,086
Kualitas Produk	-0,033	0,090	-0,039	-0,370	0,712

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4. menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada masing-masing variabel berada pada angka yang sama dengan atau lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat diindikasikan bahwa model regresi tersebut tidak menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,411	3,371		0,419	0,677
Kualitas Pelayanan	0,601	0,073	0,581	8,250	0,000
Kualitas Produk	0,697	0,143	0,344	4,881	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan.Konsumen

Sumber: data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.12 diatas persamaan regresinya dijelaskan sebagai berikut:

$$Y = 1,411 + 0,601X_1 + 0,697X_2 + error$$

Setelah menyesuaikan hasil dengan persamaan regresinya, berikut penjelasan dari hasilnya:

- β_1 Koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,601 memiliki nilai positif, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y). Artinya, apabila kualitas pelayanan meningkat satu satuan, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,601 satuan, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
- β_2 Koefisien regresi untuk variabel kualitas produk (X_2) sebesar 0,697 memiliki nilai positif, yang menunjukkan bahwa kualitas produk (X_2) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y). Artinya, apabila kualitas produk meningkat satu satuan, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,697 satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

Hasil Analisis Determinasi

Tabel 6. Tabel *Model Summary*

Model Summary ^b		
R	R Square	Adjusted R Square
0,759 ^a	0,577	0,568
a. Predictors: (Constant), Kualitas.Produk, Kualitas.Pelayanan		
b. Dependent Variable: Kepuasan.Konsumen		

Sumber: data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 6. menunjukkan nilai *R Square* sebesar 0,577 atau 57,7%. Adapun sisa variasi yang tidak dapat dijelaskan oleh model dihitung terlebih dahulu, yaitu $100\% - 57,7\% = 42,3\%$. Artinya, 57,7% variasi kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk, sedangkan 42,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian yang tidak diteliti.

Hasil Uji t

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Proses penentuan apakah hipotesis nol (H_0) diterima atau ditolak dilakukan dengan mengikuti serangkaian langkah pengujian yaitu sebagai berikut:

1) Menentukan Formulasi Hipotesis

$H_0: \beta_1 = 0$, variabel Kualitas Pelayanan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Tanasol id. $H_a: \beta_1 > 0$, variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Tanasol id.

2) Menentukan *level of significance*

Dengan menggunakan derajat kepercayaan sebesar 95% atau tingkat kesalahan (α) sebesar 0,05, derajat bebas (df) pada uji t dihitung dengan rumus $n - k - 1$. Berdasarkan data penelitian, jumlah sampel adalah 97 dan jumlah variabel bebas sebanyak 3, sehingga diperoleh derajat bebas sebesar $97 - 3 - 1 = 93$. Karena hipotesis yang digunakan bersifat satu arah (positif), maka nilai t_{tabel} yang digunakan adalah 1,661.

3) Penentuan nilai t_{hitung}

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan program SPSS, diperoleh nilai t_{hitung} variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 8,250 dengan nilai signifikansi 0,000.

4) Kriteria Pengambilan Keputusan

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai Sig. $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ dan/atau nilai Sig. $\geq 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

2. Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

penentuan apakah hipotesis nol (H_0) diterima atau ditolak dilakukan dengan mengikuti serangkaian langkah pengujian yaitu sebagai berikut:

1. Menentukan Formulasi Hipotesis

$H_0: \beta_2 = 0$, variabel Kualitas Produk (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Tanasol id. $H_a: \beta_2 > 0$, variabel Kualitas Produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Tanasol id.

2. Menentukan *level of significance*

Dengan menggunakan derajat kepercayaan sebesar 95% atau tingkat kesalahan (α) sebesar 0,05, derajat bebas (df) pada uji t dihitung dengan rumus $n - k - 1$. Berdasarkan data penelitian, jumlah sampel adalah 97 dan jumlah variabel bebas sebanyak 3, sehingga diperoleh derajat bebas sebesar $97 - 3 - 1 = 93$. Karena hipotesis yang digunakan bersifat satu arah (positif), maka nilai t_{tabel} yang digunakan adalah 1,661.

3. Penentuan nilai t_{hitung}

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan program SPSS, diperoleh nilai t_{hitung} variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 8,250 dengan nilai signifikansi 0,000.

4. Kriteria Pengambilan Keputusan

Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ dan nilai Sig. $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ dan/atau nilai Sig. $\geq 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Hasil Uji F

Analisis statistik uji F (F-test). Uji ini bertujuan untuk menguji pengaruh signifikansi secara simultan antara Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Tabel 6. Hasil Analisis Statistik Uji F (F-test) pada Tabel Anova

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11638,996	2	5819,498	64,049	0,000 ^b
	Residual	8540,818	94	90,860		
	Total	20179,814	96			
a. Dependent Variable: Kepuasan.Konsumen						
b. Predictors: (Constant), Kualitas.Produk, Kualitas.Pelayanan						

Sumber: data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 6. berikut langkah-langkah pengujiannya:

1. Menentukan Formulasi Hipotesis

$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$, variabel Kualitas Pelayanan (X1), dan Kualitas Pelayanan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Tanasol id. $H_a: \beta_1, \beta_2, \beta_3 > 0$, variabel Kualitas Pelayanan (X1), dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Tanasol id.

2. Menentukan level of significance

Dengan menggunakan derajat kepercayaan sebesar 95% atau tingkat kesalahan (α) sebesar 0,05, derajat bebas pembilang ditentukan oleh jumlah variabel bebas (k), sedangkan derajat bebas penyebut dihitung menggunakan rumus $n - k - 1$. Berdasarkan data penelitian, jumlah sampel adalah 97 dan jumlah variabel bebas sebanyak 3, sehingga diperoleh derajat bebas penyebut sebesar $97 - 3 - 1 = 93$. Berdasarkan perhitungan tersebut, nilai F_{tabel} yang digunakan adalah 3,09.

3. Penentuan nilai F_{hitung}

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan program *SPSS*, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 64,049.

4. Kriteria Pengambilan Keputusan

Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Tanasol id. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan pada konsumen Tanasol id, maka kepuasan konsumen akan meningkat.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Tanasol id. Artinya semakin tinggi kualitas produk yang diberikan pada konsumen Tanasol id, maka kepuasan konsumen akan meningkat.
3. Kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh simultan dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Tanasol id. Artinya, semakin tinggi kualitas pelayanan dan kualitas produk yang diberikan secara bersama-sama, maka kepuasan konsumen pada Tanasol id juga akan semakin meningkat.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka adapun saran yang diajukan dalam penelitian ini yaitu :

1. Terkait kualitas pelayanan, konsumen mengharapkan peningkatan pada aspek empati masih perlu ditingkatkan agar konsumen merasa lebih dipahami. Maka, dengan demikian Tanasol id disarankan untuk meningkatkan empati pelayanan dengan lebih aktif mendengarkan kebutuhan konsumen melalui komunikasi yang

-
- ramah, respons cepat, serta evaluasi rutin terhadap keluhan dan masukan pelanggan.
2. Terkait kualitas produk, konsumen mengharapkan peningkatan pada aspek tampilan visual dan persepsi nilai produk masih perlu ditingkatkan agar konsumen semakin yakin untuk membeli. Maka, dengan demikian Tanasol id disarankan untuk meningkatkan daya tarik visual produk melalui perbaikan desain, kemasan, dan tampilan foto produk serta menonjolkan manfaat dan kualitas yang sebanding dengan harga agar nilai produk lebih jelas bagi konsumen.
 3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian, seperti harga, promosi, citra merek, atau kepercayaan konsumen, sehingga hasil penelitian menjadi lebih luas dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiansyah, E. C., & Taufik, E. R. (2019). Mediasi Kepuasan Nasabah pada Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas (studi pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Pandeglang). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*, 3(1), 1–19
- Dahlioni, Y., & Ahwal, R. H. (2021). Kajian Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Gieselin Food Sukser Makmur Di Jember. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(1), 181-190.
- Hartanto, A., & Andreani, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Lingkungan Fisik Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Di De Mandailing Cafe Surabaya. *Agora*, 7(1).
- Majid, A., V, A. F., Oktavianti, A. E., Rista, M. A., Santika, D., Ummah, F., Fitriana, L., & Ummah, A. D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(1), 127-146.
- Tarigan, P. S., Wahyono, D., Kusumawardhani, T., Sairdama, S. S., & Nugraha, A. R. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Make Over. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), 1431–1439