

**ANALISIS FAKTOR HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DI UD SANTOSO KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
Pada Prodi Manajemen



OLEH :

DICKY FERDYNAND
2112010293

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2025

Skripsi Oleh:

DICKY FERDYNAND
NPM : 2112010293

Judul :

**ANALISIS FAKTOR HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DI UD SANTOSO KEDIRI**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada Panitia Ujian/Sidang Skripsi Prodi
Manajemen FEB UN PGRI Kediri

Tanggal: 04 Juli 2025

Pembimbing I



Dr. Subagyo, M.M
NIDN. 0717066601

Pembimbing II



Poniran Yudho Leksono, S.E., S.Psi., M.M
NIDN.0704047306

Skripsi Oleh:

DICKY FERDYNAND
NPM: 2112010293

Judul:

**ANALISIS FAKTOR HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DI UD SANTOSO KEDIRI**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Prodi Manajemen FEB UN PGRI Kediri
Pada tanggal: 09 Juli 2025

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. Subagyo, M.M
2. Penguji I : Itot Bian Raharjo, S.Pd, S.E, M.M
3. Penguji II : Poniran Yudho Leksono, S.E, S.Psi, M.M



Mengetahui,
Dekan FEB


Dr. Amin Tohari, M.Si
NIDN. 0915078102

Motto:

Setiap langkah kecil yang kulakukan hari ini, perlahan akan membuka jalan menuju masa depan yang lebih besar.

Kupersembahkan karya ini kepada:

Seluruh keluargaku tercinta.

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya,

Nama	: Dicky Ferdynand
Jenis Kelamin	: Laki-Laki
Tempat/tgl. lahir	: Kediri, 23 Januari 2004
NPM	: 2112010293
Fak/Jur/Prodi.	: FEB/ S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri,
Yang menyatakan



DICKY FERDYNAND
NPM: 2112010293

PRAKATA

Puji Syukur Kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Esa, karena hanya atas Ridho-Nya tugas penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.

Skripsi dengan judul Analisis Faktor Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di UD Santoso Kediri ini ditulis guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih yang setulus- tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.M. Selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Dr. Amin Tohari, M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Restin Meilina, M.M. Selaku Kaprodi Manajemen.
4. Dr. Subagyo, M.M. Selaku Dosen Pembimbing 1 Skripsi.
5. Poniran Yudho Leksono, S.E, S.PSI, M.M. Selaku Dosen Pembimbing 2 Skripsi.
6. Bapak dan Ibu, serta keluarga besar yang telah memberi dukungan, do'a, motivasi, dan materi.
7. Sahabat dan juga Teman-teman yang selalu memberikan perhatian, dukungan, dan motivasi.
8. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu menyelesaikan skripsi ini.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan tegur sapa, kritik, dan saran-saran, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Akhirnya, disertai harapan semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi kita semua, khususnya bagi dunia pendidikan, meskipun hanya ibarat setitik air bagi samudra luas.

Kediri,



DICKY FERDYNAND
NPM: 2112010293

RINGKASAN

Dicky Ferdynand Analisis Faktor Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di UD Santoso Kediri, Skripsi, Manajemen, FEB UN PGRI Kediri, 2025.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, Bengkel.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh hasil observasi dan pengalaman peneliti di lapangan, bahwa loyalitas pelanggan di UD Santoso Kediri belum menunjukkan konsistensi yang kuat, ditandai dengan beberapa pelanggan yang berpindah ke bengkel lain atau hanya menggunakan jasa secara insidental. Permasalahan ini mendorong peneliti untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan, khususnya dari sisi harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh UD Santoso Kediri.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 40 pelanggan UD Santoso Kediri. Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi dengan bantuan program SPSS. Instrumen penelitian telah diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan keakuratan pengukuran.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Ketiga variabel secara simultan juga berpengaruh signifikan dengan kontribusi sebesar 40,5%.

Disarankan UD Santoso menjaga harga kompetitif, meningkatkan mutu produk dan variasi layanan, serta melatih staf untuk pelayanan yang lebih responsif. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel seperti kepuasan atau kepercayaan merek untuk memperkaya analisis loyalitas pelanggan.

DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	i
Lembar Persetujuan.....	ii
Lembar Pengesahan	iii
Lembar Motto	iv
Pernyataan Keaslian Tulisan.....	v
Prakata.....	vi
Ringkasan	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.....	x
Daftar Bagan.....	xi
Daftar Grafik.....	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
BAB I Pendahuluan.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II Landasan Teori	7
A. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Variabel Loyalitas Pelanggan	7
B. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Variabel Harga	11
C. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Variabel Kualitas Produk.....	15
D. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Variabel Kualitas Pelayanan	20
E. Kerangka Berpikir.....	24
F. Kerangka Konseptual	26
G. Hipotesis	27
BAB III Metode Penelitian.....	29
A. Desain Penelitian	29
B. Definisi Operasional Variabel	29
C. Alat, Bahan, dan atau Instrumen penelitian.....	31
D. Populasi dan Sampel.....	37
E. Prosedur Penelitian	38
F. Tempat dan Waktu Penelitian	40
G. Teknik Analisis Data	41
1. Analisis Deskriptif.....	41
2. Uji Asumsi Klasik	41
3. Koefisien Determinasi	43
4. Uji Regresi Linier Berganda	43
5. Uji Hipotesis	43
BAB IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan.....	45
A. Hasil Penelitian.....	45
B. Pembahasan	56
BAB V Simpulan, Implikasi, Dan Saran.....	60
A. Simpulan.....	60
B. Implikasi.....	60

C. Saran	DAFTAR ISI	61
Daftar Pustaka.....		63
Lampiran		68

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Research Gap Terkait Pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Loyalitas Pelanggan	9
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu Harga	13
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu Kualitas Produk.....	19
Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu Kualitas Pelayanan	23
Tabel 3. 1 Nilai Skala Likert.....	32
Tabel 3. 2 Kisi – Kisi Instrumen Penelitian.....	32
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Instrumen	35
Tabel 3. 4 Reliabilitas Instrumen Penelitian	36
Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	48
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4. 4 Distribusi Jawaban Responden terhadap Harga (X1)	49
Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban Responden terhadap Kualitas Produk (X2).....	50
Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban Responden terhadap Kualitas Pelayanan (X3)	50
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Responden terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	51
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas (Nilai Tolerance dan VIF)	52
Tabel 4. 9 Hasil Uji Autokorelasi (Durbin-Watson)	53
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	54
Tabel 4. 11 Nilai Koefisien Determinasi (R Square)	54
Tabel 4. 12 Hasil Uji t (Uji Parsial)	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	56

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Konseptual.....	27
Bagan 3. 1 Prosedur Penelitian	39
Bagan 4. 1 Struktur Organisasi UD Santoso	46

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4. 1 Hasil Uji Normalitas dengan Grafik P-P Plot	52
Grafik 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Penelitian	68
Lampiran 2. Tabulasi Data Hasil Penelitian	74
Lampiran 3. <i>Output</i> Analisis Data (SPSS 25).....	78
Lampiran 4. Surat Pengantar/Ijin Penelitian.....	94
Lampiran 5. Surat Balasa/Keterangan Telah Melakukan Penelitian.....	95
Lampiran 6. Berita Acara Bimbingan	96

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era industri yang semakin berkembang, mempertahankan loyalitas pelanggan menjadi sebuah kunci kesuksesan dalam usaha jasa, termasuk pada sektor perbengkelan mesin seperti bubut dan las. Menurut Asakdiyah et al. (2023), ketika sebuah bisnis mampu menghadirkan solusi yang melebihi sekadar produk, maka bisnis tersebut dapat membangun loyalitas pelanggan yang kuat. Harahap (2024) juga menyatakan bahwa kualitas pengalaman yang ditawarkan dapat ditingkatkan dengan pemahaman dan pemenuhan kebutuhan pelanggan secara lebih akurat oleh perusahaan. Upaya ini berperan dalam menciptakan loyalitas pelanggan jangka panjang dan memperkuat daya saing perusahaan.

UD Santoso Kediri adalah salah satu bengkel yang bergerak pada bidang jasa permesinan, khususnya bubut dan las. Bengkel ini melayani berbagai kebutuhan konsumen, baik individu maupun pelaku industri lokal, dalam hal perbaikan dan pembuatan komponen logam. Di tengah kemunculan banyaknya bengkel serupa di wilayah Kediri, UD Santoso dihadapkan pada tantangan untuk mempertahankan pelanggan lama sekaligus menarik pelanggan baru. Faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan perlu dipahami secara mendalam oleh perusahaan.

Loyalitas pelanggan merupakan bentuk komitmen dari pelanggan untuk terus menggunakan produk maupun jasa dari suatu penyedia secara stabil dalam jangka panjang. Di UD Santoso Kediri, loyalitas pelanggan masih menjadi perhatian penting. Meskipun perusahaan telah memiliki basis pelanggan yang cukup luas, masih terdapat kecenderungan bahwa pelanggan belum sepenuhnya konsisten dalam melakukan pembelian ulang. Menurut Rifa'i (2023), loyalitas pelanggan sangat penting bagi perusahaan dalam menjaga kelangsungan usaha dan operasionalnya. Srisusilawati et al. (2023) juga menegaskan bahwa tujuan utama dari loyalitas pelanggan adalah untuk memperluas dan memperkuat

bisnis, meningkatkan profitabilitas jangka panjang, menciptakan retensi pelanggan yang lebih baik, serta mendorong stabilitas perusahaan secara keseluruhan. Studi sebelumnya oleh Ginting & Sitorus (2022) perihal pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Mobil Telaga Adil di Medan menunjukkan bahwa harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Salah satu faktor penting dalam membentuk loyalitas pelanggan adalah harga. Dalam konteks jasa teknis seperti bubut dan las, harga sering kali menjadi pertimbangan utama bagi pelanggan, terutama berkaitan dengan transparansi serta kesesuaian antara biaya yang dikeluarkan dan kualitas hasil kerja yang diterima. Menurut Sudiyono et al. (2018), Pangsa pasar dan keuntungan perusahaan sangat dipengaruhi oleh elemen harga sebagai salah satu faktor utama. Sementara itu, Mukson et al. (2018) menyatakan bahwa penetapan dan pengelolaan harga sangat krusial karena harus mempertimbangkan berbagai aspek, baik komponen langsung pembentuk harga maupun komponen tidak langsung yang turut memengaruhinya. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sirait (2024) mengenai pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan bengkel Berkah Service Motor Medan menunjukkan bahwa harga memiliki dampak besar pada loyalitas pelanggan bengkel Berkah Service Motor Medan.

Faktor berikutnya yang memengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas produk, yang dalam konteks jasa teknis merujuk pada hasil akhir pengerjaan, seperti tingkat presisi, kekuatan sambungan las, serta kesesuaian dengan permintaan pelanggan. Pelanggan pada sektor ini umumnya memiliki ekspektasi tinggi terhadap kualitas teknis, karena hal tersebut berhubungan langsung dengan aspek fungsionalitas dan keamanan. Menurut Pahmi (2024), untuk dapat bersaing di pasar, produk harus dihasilkan dengan kualitas yang baik oleh setiap perusahaan. Tegowati et al. (2024) juga menyatakan bahwa keberhasilan suatu produk di pasar sangat ditentukan oleh kualitas produk yang dihasilkan. Penelitian terdahulu yang dilakukan Liana et al. (2024) mengenai

pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Faktor lain yang juga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan. Dalam jasa perbengkelan, pelayanan yang komunikatif, tepat waktu, dan profesional menjadi nilai tambah yang sangat dihargai oleh pelanggan. Selain hasil kerja, cara penyedia jasa berinteraksi dengan pelanggan juga turut membentuk citra dan meningkatkan kepercayaan. Menurut Wahyu & Sulistyani (2021) Kualitas pelayanan menjadi faktor utama yang paling berpengaruh dalam membangun kepercayaan pelanggan, sehingga perusahaan harus secara serius memperhatikan dan meningkatkan setiap aspek yang dapat menunjang kualitas pelayanan. Selanjutnya, Nastiti & Damayanti (2023) menyatakan bahwa Pelanggan lebih puas dengan layanan berkualitas tinggi. Penelitian sebelumnya oleh Sunardi (2024) mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan toko Bintang Makassar cabang Alauddin menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan toko Bintang cabang Alauddin.

Ketiga permasalahan tersebut menunjukkan adanya isu mendasar yang perlu segera diperbaiki guna mengoptimalkan peningkatan loyalitas pelanggan. Di sisi lain, sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang belum konsisten terkait pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap loyalitas pelanggan, sebagaimana disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1. 1
Research Gap Terkait Pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan

Variabel Penelitian	Hasil	Peneliti
Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	Berpengaruh positif & signifikan	1. Farisi & Siregar (2020) 2. Rosalia & Lestariningsih (2021)
	Tidak berpengaruh signifikan	1. Rahmadi & Elsandra (2025) 2. Novitawati et al. (2020)
Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan	Berpengaruh positif & signifikan	1. Hayati (2020) 2. Nopitasari et al. (2024)
	Tidak berpengaruh signifikan	1. Rahmawati & Hasan (2023) 2. Nafsi et al. (2024)
Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan	Berpengaruh positif & signifikan	1. Sunardi (2024) 2. Masili et al. (2023)
	Tidak berpengaruh signifikan	1. Agiesta et al. (2021) 2. Octavia (2020)

Temuan yang beragam dari studi-studi sebelumnya mengindikasikan adanya ketidaksesuaian yang menjadi celah penelitian dalam meninjau pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Ketidakkonsistenan temuan tersebut menunjukkan perlunya dilakukan penelitian lanjutan, khususnya pada sektor jasa bengkel seperti yang dijalankan oleh UD Santoso Kediri.

Selain itu, penelitian ini juga dibatasi pada pelanggan UD Santoso yang berdomisili atau beraktivitas di wilayah Pare dan sekitarnya. Hal ini dilakukan untuk memastikan homogenitas responden, mempermudah pengumpulan data, serta menyesuaikan dengan jangkauan layanan utama UD Santoso yang sebagian besar pelanggannya berasal dari wilayah Pare.

Berdasarkan pemaparan di atas, penting untuk menganalisis faktor harga, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di UD Santoso Kediri.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti dapat merumuskan rumusan masalah ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada UD Santoso Kediri?
2. Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada UD Santoso Kediri?
3. Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada UD Santoso Kediri?
4. Apakah harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dalam UD Santoso Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian antara lain:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan UD Santoso Kediri.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan UD Santoso Kediri.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan UD Santoso Kediri.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan UD Santoso Kediri.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen, khususnya dalam:

- a. Pemasaran dan loyalitas pelanggan: memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai hubungan antara harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, sehingga dapat dijadikan referensi penelitian selanjutnya di bidang serupa.
- b. model penelitian kuantitatif: menjadi referensi bagi pengembangan model penelitian kuantitatif yang mengintegrasikan variabel-variabel pemasaran dalam konteks UMKM di Indonesia.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan manfaat praktis bagi berbagai pihak, antara lain:

- a. Bagi UD Santoso Kediri: memberikan informasi yang relevan untuk mengevaluasi strategi harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan guna meningkatkan loyalitas pelanggan.
- b. Bagi pelaku usaha UMKM: sebagai panduan dalam merancang strategi pemasaran yang efektif guna mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

- c. Bagi Pemerintah atau Lembaga Pembina UMKM: memberikan wawasan untuk menyusun kebijakan atau program pendampingan yang mendukung pertumbuhan dan daya saing UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Butik Syafa Sumenep*. [Http://Repository.Wiraraja.Ac.Id/400/%0ahttp://Repository.Wiraraja.Ac.Id/400/1/Nur Afifah.Pdf](http://Repository.Wiraraja.Ac.Id/400/%0ahttp://Repository.Wiraraja.Ac.Id/400/1/Nur%20Afifah.Pdf)
- Abdul, M., Sani, I., Sudirman, A., Noviany, H., Taher Rambe, M., Raflina, R., Adnan, Y., Abdurrohman, Adha, S., Fajar, F., Pujilestari, S., & Widiati, I. K. E. M. E. (2021). Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar Dan Strategi). In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Agiesta, W., Sajidin, A., & Perwito. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Ka Lokal Bandung Raya. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(2), 1653–1664.
- Ariyanto, A., Ghozali, Z., Munyati, Ambarwati, R., Nelly, Revita, N., Firdaus, Sudirman, A., & Pratisila, M. (2019). Manajemen Layanan Pelanggan. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). [Http://ScioteCa.Caf.Com/Bitstream/Handle/123456789/1091/Red2017-Eng-8ene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://Www.Researchgate.Net/Publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari](http://ScioteCa.Caf.Com/Bitstream/Handle/123456789/1091/Red2017-Eng-8ene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://Www.Researchgate.Net/Publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari)
- Asakdiyah, S., Hakiki, R., & Tunjungsari, H. K. (2023). Kepuasan Pelanggan Di Era Digital : Strategi Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Jangka Panjang. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). [Http://ScioteCa.Caf.Com/Bitstream/Handle/123456789/1091/Red2017-Eng-8ene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://Www.Researchgate.Net/Publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari](http://ScioteCa.Caf.Com/Bitstream/Handle/123456789/1091/Red2017-Eng-8ene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://Www.Researchgate.Net/Publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari)
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Azhari, I. G. F., & Syahputra. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Di Kedai Kopipayu Bogor). *E-Proceeding Of Management*, 10(5), 4025–4042.
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Umkm Di Jakarta. *Journal Of Management Small And Medium Enterprises (Smes)*, 15(3), 367–378. [Https://Doi.Org/10.35508/Jom.V15i3.7368](https://Doi.Org/10.35508/Jom.V15i3.7368)
- Elliyana, E., Agustina, T. S., Kadir, H., Yuliani, & Imanuddin, B. (2022). Dasar Dasar Pemasaran. In *Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta: Salemba Empat*.
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Di Kota Medan.

- Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159.
<https://doi.org/10.30596/Maneggio.V3i1.4941>
- Firmansyah, A. (2019). Buku Pemasaran Produk Dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek*, August, 1–337.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, S. T. U. A., & Sitorus, R. F. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Mobil Telaga Adil Di Medan. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10(1), 88–101.
<https://doi.org/10.31846/Jae.V10i1.442>
- Harahap, K. (2024). Strategi Bisnis. In *Journal Of Chemical Information And Modeling* (Vol. 58, Issue 9).
- Hasan, S. (2020). *Kunci Sukses Kepuasan Pelanggan (Upaya Membangun Bumd)*.
- Hayati, N. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Herbal Penawar Alwahida Indonesia (Riset Halal Mart Bc. Hni-Hpai Pekanbaru)*. 2507(February), 1–9.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. In *Unitomo Press* (Vol. 11, Issue 1). Unitomo Press.
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/Red2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isallowed=Y%0ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regs-ciurbeco.2008.06.005%0ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_sistem_pembetulan_terpusat_strategi_melestari
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip Prinsip Pemasaran* (Edisi 12 J). Erlangga.
- Liana, Y., Putri, I., Djafri, T., & Priyo, D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Shopee. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 12(1), 77–85.
<https://doi.org/10.51747/ecobuss.V12i1.1866>
- Martin, D., & Hamali, A. Y. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Adidaya Digital Printing Bandung. *Journal Stiemkop*, 3(1), 1–19.
- Marwiyah, S. (2023). *Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik Di Era Digitalisasi*. 219.
- Masili, V., Lumanauw, B., & Tielung, M. V. J. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Toko Bahan Bangunan Mentari Di Desa Sea Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa. *Prosiding*, 3(4), 10–17.
<https://doi.org/10.59134/prosidng.V3i.288>
- Muhibbah, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas

- Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Mukson, Prasetyo, E., Ekowati, T., & Setiadi, A. (2018). *Manajemen Pemasaran*. 205.
- Nafsi, L. D., Kurnia, M., & Pramesti, D. A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Ummagelang Conference Series*, 486–498. <https://doi.org/10.31603/Conference.12033>
- Nastiti, A. E., & Damayanti, S. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Store Atmosphere, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di “Risky Shafira” Cuci Mobil Dan Sewa Mobil Nganjuk). *Simposium Manajemen Dan Bisnis Ii Program Studi Manajemen - Feb Unp Kediri*, 2, 2023.
- Nopitasari, N., Sentosa, E., & Nursina. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Ikraith-Ekonomika*, 7(2), 76–86. <https://doi.org/10.37817/ikraith-Ekonomika.V7i2.3337>
- Novitawati, R. A. D., Mahfud, A., & Sasongko, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Sanggar Warung Kopi Aceh Kota Malang. *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akutansi*, 7(2), 130–136. <https://jurnal.unitri.ac.id/index.php/refrensi/article/view/1590>
- Octavia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Index Lampung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 35–39. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.35-39>
- Pahmi. (2024). *Kualitas Produk Dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*. https://www.google.co.id/books/edition/Kualitas_Produk_Dan_Harga_Mempengaruhi_M/H9t9eaaqbaj?hl=id&gbpv=0
- Palilati, A. P., Umar, Z. A., & Niode, I. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Management And Business Progress*, 2(2), 124–131. <https://doi.org/10.70021/mbp.V2i2.122>
- Prastyorini, J., & Fauziyyah, H. B. (2024). *Strategi Bisnis Pemasaran*.
- Purnomo, H., Sardanto, R., & Muslih, B. (2020). Signifikansi Prediktor Kepuasan Konsumen Jasa Hotel. In *Signifikansi Prediktor Kepuasan Konsumen Jasa Hotel*.
- Purwanto. (2018). Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas Dan Reliabilitas Penelitian Ekonomi Syariah. In *Revista Brasileira De Linguística Aplicada* (Issue December). Staiapress.

- Putra, A. W. P., & Sugiyono. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sugiyono Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan*.
- Rahmadi, Y., & Elsandra, Y. (2025). Pengaruh Kualitas Jaringan, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3), 38–51.
- Rahmawati, N., & Hasan, I. (2023). Pengaruh Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Azarine Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1), 207–220. [https://doi.org/10.25299/Syarikat.2023.Vol6\(1\).12922](https://doi.org/10.25299/Syarikat.2023.Vol6(1).12922)
- Rifa'i, K. (2023). Membangun Loyalitas Pelanggan. *Zifatama Publisher*, 1–191. http://digilib.iain-jember.ac.id/693/1/Buku_Membangun_Loyalitas_Pelanggan_Oleh_Dr._Khamdan_Rifa'i%2c_Se.%2cm.Si.Pdf
- Rosalia, I., & Lestariningsih, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Globalart San Diego Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(3), 1–21. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3943>
- Said, M. (2022). Manajemen Pemasaran Dan Kepuasan Konsumen Perusahaan Ritel Modern. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/red2017-eng-8ene.pdf?sequence=12&isallowed=Y%0ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regs-ciurbeco.2008.06.005%0ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari
- Sari, Y. P., Suharyat, Y., Graciafernandy, Sungkawati, E., Suwitho, Huda, E. Z., Luhglatno, Nursalim, A., Indrawati, M., Istiyanto, B., Sudirman, A., Prasetya, P., Menarianti, I., Polimpung, L. J. C., Susilawati, & Putri, D. E. (2024). *Loyalitas Pelanggan* (E. P. Sari (Ed.); Eurika Med).
- Sebastian, N., & Rojuaniah. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Astra Honda Authorized Servis Station Sarana Motor Di Tangerang Naka. *Journal Of Contemporary Accounting Ekonomi*, 1(2), 444–453. <https://digilib.esaunggul.ac.id/Pengaruh-Kualitas-Pelayanan-Dan-Harga-Terhadap-Loyalitas-Pelanggan-Melalui-Kepuasanpelanggan-Pada-Bengkel-Astra-Honda-Authorized-Servis-Station-Sarana-Motor-Di-Tangerang-22091.html>
- Sirait, A. A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Bengkel Berkah Service Motor Medan. *Sustainability*

- (Switzerland), 11(1), 1–14.
[Http://Scioteca.Caf.Com/Bitstream/Handle/123456789/1091/Red2017-Eng-8ene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://Www.Researchgate.Net/Publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari](http://Scioteca.Caf.Com/Bitstream/Handle/123456789/1091/Red2017-Eng-8ene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://Www.Researchgate.Net/Publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari)
- Siswati, E., Iradawaty, Sofiah N., & Imamah, N. (2024). Costumer Relationship Management Dan Implementasinya Pada Perusahaan Kecil. In *Cv.Eureka Media Aksara*.
- Srisusilawati, P., Burhanudin, J., Trenggana, A. F. M., Anto, M. A., Kusuma, G. P. E., Rahmasari, L. F., Suharyati, S., Mulyani, M., Ariyani, N., Hadi, P., Manggabarani, A. S., Lestari, F. P., Irawati, N., Octaviani, L. K., Bakar, R. M., Musafir, & Dewi, I. C. (2023). Loyalitas Pelanggan. In *Widina Bhakti Persada Bandung*.
- Sudiyono, Kurniawati, M., & Mustikowati, R. I. (2018). Manajemen Pemasaran Usaha Wisata. *Manajemen Pemasaran Usaha Wisata*, 6.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta Cv.
- Sunardi. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Bintang Makassar Cabang Alauddin. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). Manajemen Pemasaran. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1).
[Http://Scioteca.Caf.Com/Bitstream/Handle/123456789/1091/Red2017-Eng-8ene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://Www.Researchgate.Net/Publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari](http://Scioteca.Caf.Com/Bitstream/Handle/123456789/1091/Red2017-Eng-8ene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://Www.Researchgate.Net/Publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari)
- Tegowati, Martoatmodjo, G. W., Kalbuadi, A., Ismail, K., Idayati, F., Rukmana, A. Y., & Rini, P. (2024). *Pengembangan Produk*.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran* (2nd Ed.).
- Wahyu, H., & Sulistyani, L. (2021). Efek Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Intervening Pada Perusahaan Jasa Konstruksi Cv Muna Sariy Jaya. *Excellent : Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan*.