



Yayasan Pembina Lembaga Pendidikan Perguruan Tinggi PGRI Kediri

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN PADA MASYARAKAT (LPPM)

Kampus I Jl. KH. Achmad Dahlan No. 76 Kediri (64112) Telp.(0354) 771576, Fax. 771576

Website: www.lp2m.unpkediri.ac.id, Email: lemlit@unpkediri.ac.id.

SURAT TUGAS

Nomor: 214.11/A/LPPM-UN PGRI KD/VIII/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini Ketua Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) Universitas Nusantara PGRI Kediri memberi tugas kepada:

No	Nama	NIDN/NPM	Prodi	Keterangan
1	Anggita Sri Riyanti	18102020194	Manajemen	Penulis 1
2	Zulistiyani	0711118603	Manajemen	Penulis 2
3	Hery Purnomo, MM	0713076803	Manajemen	Penulis 3

Untuk mempublikasikan hasil penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi Janji Jiwa Di Nganjuk, pada Seminar Manajemen Ekonomi dan Akuntansi (SENMEA) VII Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab.

Dikeluarkan di : Kediri

Pada tanggal : 1 Agustus 2022

Ketua LPPM,



Dr. Rr. Forijati, M.M.

NIDN. 0028016701

PROSIDING

SEMINAR NASIONAL
MANAJEMEN EKONOMI DAN AKUNTANSI



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

TRANSFORMASI EKONOMI DAN BISNIS PASCA PANDEMI COVID 19

Diterbitkan oleh :

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Nusantara PGRI Kediri

SUSUNAN DEWAN REDAKSI

Pelindung

Dr. Subagyo, M.M.

Editor In Chief

Diah Ayu Septi Fauji, M.M.

Editor Pelaksana

Dr. Faisol, M.Pd.

Dr. Amin Tohari, M..Si

Dr. Eunike Rosa Mita Lukiani, M.Pd.

(Cand)Dr. Bambang Agus Sumantri, M.M.

(Cand)Dr. Efa Wahyu Prasetyaningtyas, M.Pd.

(Cand)Dr. Dhiyan Septa Wihara, M.M.

Linawati, M.Ak

Diah Nurdiwati, M.S.A.

Copy Editor :

Deo Arisandi, M.M.

Reviewer :

Dr. Subagyo, M.M.

Dr. M. Anas, M.Ak

Dr. M. Muchson, M.M.

Dr. Rr. Forijati, M.M.

Sambutan Ketua Panitia

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh, Selamat pagi salam sejahtera untuk kita semua. Yang terhormat, Dr. Zainal Afandi, M.Pd selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri), yang kami hormati, Dr. Subagyo, M.M (Dekan Fakultas Ekonomi dan bisnis), yang kami hormati keynote speaker dan invited speaker, yang kami hormati pemakalah dan peserta seminar nasional dan call for paper.

Marilah kita mengucapkan syukur kepada Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri pada hari ini, Sabtu, 17 September 2022 dapat menyelenggarakan Seminar Nasional Manajemen Ekonomi dan Akuntansi (SENMEA) yang ke-7 bertemakan “Transformasi Ekonomi dan Bisnis Pasca Pandemi Covid 19”.

Seminar Nasional dan call for paper ini dilatarbelakangi oleh fenomena wabah pandemi Covid-19 yang membawa dampak pada semua bidang, termasuk bidang ekonomi. Covid-19 mendorong berbagai negara di dunia untuk terus berinovasi dalam ranah perekonomian digital. Melakukan inovasi dan mengikuti perkembangan yang ada memang tidak selalu mudah, ada berbagai macam tantangan yang dihadapi, sehingga dibutuhkan strategi-strategi yang terencana. Seminar nasional dan call for paper ini bertujuan untuk mendapatkan ide rumusan kebijakan dan sinergi menuju ekonomi nasional dan global yang inklusif baik dalam lingkup ekonomi, manajemen maupun akuntansi.

Seminar Nasional dan call Paper ini mengundang keynote speaker dan invited speaker dari kalangan akademisi dan praktisi untuk membahas tema seminar. keynote speaker dalam seminar nasional ini adalah Laksamana TNI (purn) Dr. Ade Supandi, SE, MAP (Dewan Pembina FORDOBI) dan Dr. Subagyo, M.M (Dekan FEB UNP Kediri) adapun Invited speaker Bayu Surindra, M.Pd (Kaprosdi Pendidikan Ekonomi), Sigit Puji Winarko, M.Ak(Kaprosdi Akuntansi), dan Restin Meilina, M.M (kaprosdi Manajemen). Selain itu, ada sebanyak 183 artikel dari kalangan praktisi dan akademisi termasuk mahasiswa dari berbagai wilayah di Indoensia yang dipresentasikan dalam seminar nasional dan call paper ini.

Dalam kesempatan ini, panitia menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yaitu:

1. Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri
2. Forum Doktor Bisnis Indonesia (FORDOBI)
3. ASKRINDO Syariah
4. Perguruan Tinggi yang telah berkenan menjadi Co-host pada seminar nasional dan call for paper ini antara lain: Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi, STIE PGRI Nganjuk, Universitas Merdeka Pasuruan, SDM Cendikia, Dan STIE Nusa Megarkencana
5. Kami juga menyampaikan terima kasih kepada seluruh panitia, reviewer dan mahasiswa yang telah membantu kesuksesan acara ini.

Terakhir, panitia berharap seminar nasional dan call for paper ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi perkembangan ilmu di bidang Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi. Saran dan kritik yang membangun sangat kami harapkan untuk perbaikan seminar nasional dan call for paper selanjutnya.

Terima kasih Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Sambutan Dekan FEB

Puji syukur marilah senantiasa kita panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan berkah dan rahmat-Nya, sehingga Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi, Akuntansi, dan *Call for Paper* yang ke 7 dengan tema “**Transformasi Ekonomi dan Bisnis Pasca Pandemi Covid 19**” dapat terlaksana.

Pandemi Covid-19 yang telah berlangsung sejak awal tahun 2020 menyebabkan pelambatan ekonomi pada hampir semua sektor ekonomi, utamanya yang mengandalkan aktivitas pada mobilitas barang dan jasa, seperti pariwisata, hiburan, transportasi, industri MICE dan lainnya.

Akibat masifnya penularan covid 19, pemerintah mengeluarkan kebijakan pembatasan aktivitas (*social distancing*) dalam rangka meminimalisasi penyebaran covid 19. Kebijakan *social distancing* berdampak pada turunnya pertumbuhan ekonomi secara tajam, karena terbatasnya mobilitas manusia berdampak pada turunnya aktivitas barang dan jasa, konsumsi, investasi, transportasi, pariwisata dan produksi.

Sisi lain dari kebijakan *social distancing* adalah berubahnya perilaku masyarakat. Pandemi Covid-19 telah mengubah gaya hidup masyarakat yang ditandai dengan semakin meningkatnya pemanfaatan digital ekonomi. Sejak mewabahnya pandemi Covid-19, lonjakan penggunaan digitalisasi ekonomi semakin besar, penggunaan aplikasi *online* (belajar, bekerja, konsultasi kesehatan) naik 443%, ritel daring naik 400%. Oleh sebab itu, pandemi Covid-19 harus bisa dijadikan momentum untuk melakukan percepatan transformasi ekonomi dan bisnis, karena baik di masa pandemi maupun *pasca* pandemi telah mengubah secara struktural cara kerja, cara beraktivitas, cara berkonsumsi, cara bertransaksi yang sebelumnya *offline* dengan kontak fisik menjadi lebih banyak ke *online* dan digital. Hal ini terwujud dari mulai tumbuhnya bisnis berbasis *e-commerce*, atau perdagangan *online*.

Akselerasi transformasi digitalisasi ekonomi dan bisnis, utamanya UMKM menjadi sektor yang perlu menjadi prioritas untuk dikembangkan, mengingat UMKM merupakan sektor penyumbang PDB nasional yang mencapai 61,7 persen serta berkontribusi menyediakan 97 persen lapangan kerja. UMKM Indonesia harus dapat didorong untuk ekspansi ke sektor digital sehingga pasarnya jauh lebih luas.

Pengembangan digitalisasi UMKM harus diikuti dengan strategi yang tepat, strategi proaktif jemput bola dengan melakukan pendampingan, kurasi produk, SDMnya, pembiayaan sehingga dapat membantu percepatan UMKM dapat *onboarding di e-commerce*.

Era digital sudah bukan lagi perkara masa depan, namun sudah menjadi realita bagi populasi dunia, termasuk Indonesia. Oleh sebab itu, transformasi ke digital sudah menjadi keharusan bagi pelaku ekonomi, termasuk pelaku UMKM. Tentu dalam melakukannya tidaklah mudah, ada beberapa tantangan yang harus dihadapi, antara lain persaingan yang semakin ketat, perlunya penyiapan sumberdaya manusia, infrastruktur digital yang memadai dan regulasi. Untuk itu, edukasi yang intensif, massif, serta pendampingan sangatlah diperlukan. Demikian pula kerjasama multi sektor dan multi *stakeholder* sangat diperlukan untuk mendorong transformasi digital, misalnya kolaborasi dari *marketplace*, *platform digital*, BUMN dan Perguruan Tinggi dalam melatih dan membimbing UMKM agar “*melek*” teknologi.

Harapan kita adalah dengan akselerasi transformasi digitalisasi akan dapat mengoptimalkan peran UMKM sebagai tulang punggung ekonomi pasca pandemi Covid 19 dengan terus mengarahkan peningkatan produktivitas dan pertumbuhan ekonomi yang inklusif, melalui adaptasi perubahan digital.

Demikian sambutan yang bisa saya sampaikan, atas nama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri saya mengucapkan terimakasih kepada para *keynote speaker*, nara sumber,

pemakalah dan peserta seminar dalam SENMEA ke 7 ini, semoga sumbang pemikiran bpk/ibu/sdr memberi kontribusi yang positif bagi kemajuan perekonomian Indonesia pasca pandemi covid 19.

Kediri, 17 September 2022

Dekan FEB,

Dr. Subagyo, M.M.

Daftar Artikel

No Urut	Nama	Judul Artikel	No Halaman
1	Erica Sri Harianti ¹ , Samari ² , Rino Sardanto ³	Pengaruh Content Marketing Dan Social Media Influencer Pada Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Prettywell	1-7
2	Diah Rahayu	Pengaruh Lingkungan Sekolah Dan Kedisiplinan Belajar Terhadap Motivasi Belajar Siswa SMA Negeri 7 Kota Kediri	8-13
3	Yusril Rizal Adabi	Analisis Gaya Hidup, Citra Merek, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Scoopy	14-22
4	Stanislaus Maximillian ¹ , Diah Ayu Septi Fauji ² , Rino Sardanto ³	Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Dan Menciptakan Competitive Advantages Pada Produk Sambel Pecel	23-30
5	Cahya Ilafi Rochmana ¹ , Samari ² , Rino Sardanto ³	Analisis Variasi Produk, Kualitas Pelayanan Dan Wom Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Ndalem Simbah	31-39
6	Bella Dwi Wijaya	Pengukuran Kinerja Karyawan Dengan Pendekatan Cross Sectional Analysis	40-47
7	Putra Arjuna Jawara Sakti	Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Crf150l	48-52
8	Dany Ramadhan ¹ , Dian Kusumaningtyas ² , Rino Sardanto ³	Perancangan Start-Up Business E-Commerce "Createez" Menggunakan Metode Design Thinking	53 - 59
9	Mardiana Nandalesti	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Perjaka Motor Kabupaten Kediri	60 - 64
10	Rika Mbir Sulistiyani	Penerapan Sistem Informasi Manajemen Daerah (Simda) Keuangan Terhadap Efektivitas Pelaporan Keuangan (Studi Kasus Pada Warung Makan Lesehan Brodin Kertosono)	65 - 71
11	Intan Nadhifatul Jamilah	Analisis Pelayanan, Suasana Cafe, Dan Variasi Menu Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Fameliza Baron Nganjuk	72 - 79
12	Nanda Nur Fitriani ¹ , Dhiyan Septa Wihara ² , Edy Djoko Soeprajitno ³	Peningkatan Kompetensi Sumber Daya Manusia Pelaku UMKM Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada UMKM	80 - 85
13	Dinda Martalina Anwar	Pengaruh Motivasi, Budaya Kerja, Dan Kepemimpinan Terhadap Produktivitas Pegawai Pemerintah Kabupaten Nganjuk	86 -91
14	Hafidz Eka Rahmadani ¹ , Gesty Ernestivita ² , M. Zuhdi Sasongko ³	Strategi Pemasaran Qomeshop Balowerti Kota Kediri Untuk Meningkatkan Loyalitas Pembelian Di Masa Pandemi	92 - 97
15	Intan Purnama Putri ¹ , Sigit Puji Winarko ² , Puji Astuti ³	Analisis Perhitungan Hpp Full Costing Dan Harga Jual <i>Cost Plus Pricing</i> Pada UD Arpuma Nganjuk	98 - 104
16	Zogi Sandiawan	Pengaruh Motivasi, Kompensasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada CV. Medali Mas	105-114

17	Nabila Santika	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Angkringan Romusha Nganjuk	115-123
18	Aulia Nuril Fadhilah ¹ , Amin Tohari ² , Badrus Zaman ³	Kinerja Keuangan Ditinjau Dari Rasio Keuangan Pemerintah Daerah Kota Kediri Tahun Anggaran 2018-2021	124-130
19	Martia Winda Artantri ¹ , Subagyo ² , Mochamad Muchson ³	Pengembangan E-Modul Ekonomi Untuk Meningkatkan Kualitas Pembelajaran Di Sekolah	131-137
20	Anandatul Amanah	Sistem Pengendalian Internal Untuk Meminimalkan Kredit Bermasalah (Studi PT. Pegadaian (Persero) UPC Pare)	138-143
21	Agustina Ika Widyawati	Pengaruh PADES, Alokasi Dana Desa, Dan Dana Desa Terhadap Belanja Desa Di Kecamatan Rejoso	144-148
22	Lisa Fitri Mubarakah ¹ , Dhiyan Septa Wihara ² , Edy Djoko Suprajitno ³	Budaya Organisasi, Motivasi Kerja, Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PDAM Kabupaten Nganjuk	149-156
23	Rima Dana Paramita ¹ , Sugiono ² , Hery Purnomo ³	Pengaruh Jenjang Karier Dan Stres Kerja Terhadap Kepuasan Kinerja Karyawan PT. Bank BPR Jatim Bank UMKM Jawa Timur Cabang Kediri	157-162
24	Luvi Kurniawan ¹ , Samari ² , Sigit Ratnanto ³	Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome Di Pt.Telkom Indonesia Kediri	163-170
25	Putra Pauzi ¹ , Diah Ayu Septi Fauji ² , Poniran Yudho Leksono ³	Pengendalian Kualitas Beras Pada Proses Produksi Di CV XYZ Kediri	171-183
026	Nova Vidya Puspa ¹ , Ichsanudin ² , Suhardi ³	Analisis Promosi Penggunaan Media Sosial (Instagram, Facebook, Whatsapp) Terhadap Respon Konsumen Pada Toko Pusat Oleh-Oleh "Rumah Madumongso" Kediri	184-191
27	Elviana Novita Effendi ¹ , Amin Tohari ² , Mar'atus Solikah ³	Model Regresi Kinerja Karyawan Berdasarkan Sistem Informasi Akuntansi, Pengendalian Internal, Dan Motivasi Kerja Pada PT. Sentralsari Primasentosa (Depo Cleo Kediri)	192-201
28	Onnyk Nariranti ¹ Diah Nurdawaty ² , Andy Kurniawan ³	Analisis Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Menunjang Efektifitas Pengendalian Internal Pemberian Kredit Pada Bank Mandiri Cabang Kediri	202-214
29	Mohammad Fadil ¹ , Ema Nurzainul Hakimah ²	Pengaruh Layout, Word Of Mouth Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warunk Duren Tulungagung	215-223
30	Heffy Auliya Fitrianti	Analisis Pengaruh Profitabilitas Perusahaan Pada Hutang Jangka Pendek, Hutang Jangka Panjang, Umur Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2019-2021	224-234
31	Yuliyana Trisna Ningsih ¹ , Subagyo ² , Moch. Wahyu Widodo ³	Implementasi Manajemen Talenta, Perekrutan Dan Pengembangan Karyawan Di Belikopi	235-240
32	Firda Alyang Luvita ¹ , Zainal Arifin ² , Eunike Rose Mita Lukiani ³	Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Kesulitan Belajar Akuntansi Pada Siswa Menengah Atas Di Masa Pandemi Covid-19	241-246

33	Riyanto Adji ^{1*} , Tjong Wan Sen ²	Penerapan Teknologi Agroindustri Modern Menggunakan Mikrokontroler Dan Sumber Energi Terbarukan Untuk Peningkatan Produksi Pada Lahan Tidur Di Bantaran Sungai Cilemahabang	247-261
34	Sulikatin Nurfi'ah	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Maulana Laundry	262-269
35	Sheriyana Yunita Wulandari	Analisis Kinerja Keuangan Terhadap Belanja Modal Dalam Laporan Realisasi Anggaran Pemerintah Daerah (Studi Kasus Pada Kab/Kota Se-Jawa Timur 2020-2021)	270-276
36	Almatri Ananda Atmojo	Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Pdam Kabupaten Kediri	277-282
37	Aini Fortunila Fitrianti ¹ , Tjetjep Yusuf Afandi ² , Efa Wahyu Prastyaningtyas ³	Pengaruh Penggunaan Internet Dan Motivasi Belajar Terhadap Hasil Belajar Siswa Kelas X Jurusan Akuntansi Di SMK PGRI 2 Kediri	283-287
38	Marcelin Winamida Damaris	Analisis Mekanisme <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Kinerja Keuangan Di Perbankan Syariah Tahun 2018-2021	288-294
39	Christina Omega Agustin ¹ , Samari ²	Analisis Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Kaki Empat Petcare	295-302
40	Wika Praharsiwi Dewanti	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (Studi Pada Bpkad Kabupaten Nganjuk)	303-310
41	Crystian Subekti ¹ , Zulistiani ² , Sigit Wisnu Setya Bhirawa ³	Pengaruh Kepemimpinan, Kecerdasan Emosional, Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Ud Mitra Jaya Farm	311-320
42	Muhammad Eko Abrian Kusuma	Peningkatan Kompetensi Sebagai Strategi Pasca Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Pada Hotel XYZ Departemen Front Office)	321-331
43	Lia Ayu Nursinta ¹ , Subagyo ² , Moch. Wahyu Widodo ³	Pemahaman Literasi Keuangan Dalam Penggunaan Pinjaman Online Pada E-Commerce Shopee Paylater	332-340
44	Dwi Yunovirul	Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi	341-349
45	Arum Eka Refany Putri ¹ , Basthoumi Muslih ² , Dodi Kusuma Hadi Soedjoko ³	Analisis Kepemimpinan, Etos Kerja, Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kopkar Pt Gudang Garam, Tbk "Mekar" Kediri	350-356
46	Muhammad Harri ¹ , Suharto ²	Hubungan Manajemen Pengetahuan Dengan Inovasi : Pengembangan Wisata Pedesaan Di Desa Pasir Angling Sunten Jaya Jawa Barat Indonesia	357-362
47	Rosa Vavita Listia ¹ , Gesty Ernestivita ²	Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Pembelian Oleh Generasi Z)	363-370
48	Muhammad Irfan Nur Aziz	Pengaruh Kompensasi, Disiplin Kerja, Dan Motivasi Terhadap Produktivitas Karyawan Pada Kelompok Budidaya Ikan Hias Cangg	371-380

49	Lia Siti Fatimah Azzaroh	Identifikasi Motivasi Dan Pengembangan Kualitas Sumber Daya Manusia Sebagai Bentuk Upaya Peningkatan Kinerja Pegawai	381-391
50	M. Safiq Ahlu Solah	Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bunga 3 Putra Baron Nganjuk	392-398
51	Wanda Safira Chriesna	Analisis Beban Kerja, Kompensasi, Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Di Hotel Adisurya Kediri	399-407
52	Tesya Iqbal Nurhidayat ¹ , Rony Kurniawan ²	Forecasting Demand Menggunakan Model Arima Pada Pemakaian Air Bersih Produksi Perusahaan Daerah Air Minum Kabupaten Kediri	408-414
53	Masro'ul Khusna ¹ , Linawati ² , Badrus Zaman ³	Penerapan Akuntansi Dan Kesesuaiannya Dengan Sak-EMKM Pada Perusahaan Manufaktur (Studi Kasus Pada PT XYZ Kediri)	415-422
54	Risqi Puspitasari	Analisis Pelatihan, Motivasi, Dan Keterampilan Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada Pabrik Rokok Simustika Kabupaten Tulungagung	423-427
55	Septi Anggraeni	Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian Pada Kembang Jawa Motor Ditinjau Dari Harga, Promosi, Dan Pelayanan	428-439
56	Tesha Fransiska Febriana ¹ , Gesty Ernestivita ² , Suhardi ³	Upaya Meningkatkan Kepuasan Konsumen Melalui Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Dan Harga Pada UMKM Sambal Pecel Mbak Ti Di Kota Kediri	440-445
57	Samuel Agung	Analisis Distribusi Beras <i>Public Service Obligation</i> (PSO) Perum Bulog Cabang Kediri	446-455
58	Sella Amelia	Analisis Shopee Paylater Dan Shopee Game Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Pada Pengguna Aplikasi Shopee Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri	456-461
59	Firdya Sisilia	Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Warung Lodho Ayam Kampung Bapak'e	462-468
60	Aidha Bella Pratiwi ¹ , Dhiyan Septa Wihara ² , Edy Djoko Soeprajitno ³	Analisis Penggunaan Media Sosial, Discount Dan Pelayanan Prima Terhadap Keputusan Pembelian Toko RCK	469-473
61	Eric Hermawan ¹ , Antoni Ludfi Arifin ²	Pengaruh Kepemimpinan Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pt Sakti Coal Jaya Dengan Lingkungan Kerja Sebagai Mediator	474-483
62	Indah Sri Astuti	Pengaruh Kompensasi, Disiplin Kerja, Dan Motivasi Terhadap Produktivitas Karyawan UD. Suryafood	484-489
63	Muhamad Nurcholis ¹ , Ema Nurzainul Hakimah ²	Studi Fenomenologi : Efektivitas Co-Branding Dan Fanatisme Sebagai Strategi Pemasaran Mcdonald's Pada Bts Meals	490-494
64	Bayu Laksono ¹ , Sri Aliami ² , Edy Djoko Soeprajitno ³	Sinergi Strategi Customer Bonding Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Di Pizza Hut Delivery Kota Kediri	495-503
65	Frika Amalia Erika Dani ¹ , Rony Kurniawan ²	Analisis Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pdam Kota Kediri	504-511

66	Noval Andrian	Motivasi Kerja Seorang CPNS Disabilitas Bagian Rehabilitasi Sosial Di Dinas Sosial Kabupaten Kediri	512-520
67	Verani Agus Tiawan Putri	Analisis <i>Quality Product, Quality Place, Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada Peh Kopi Kediri	521-528
68	Lilia Nungki Ebita Wiyanti	Pengaruh Marketing Viral Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Dalam Aplikasi Tiktok Shop	529-538
69	Denik Nureta Liansari ¹ , Samari ² , Rino Sardanto ³	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko An Nur	539-547
70	Anggun Wasiatul Maghfiroh	Analisis Strategi Produk Tempe Terhadap Penyesuaian Harga Bahan Baku	548-552
71	Muhamad Ichwan Ade Sanrully ¹ , Sigit Puji Winarko ² , Badrus Zaman ³	Analisis Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja Dan Biaya Overhead Pabrik Terhadap Harga Pokok Produksi Pada Pabrik Tahu Bejo Di Bukur	553-557
72	Mocca Alkahvy	Analisis Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Testimonial Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela Di Shopee	558-565
73	Ebnu Mahendra	Kinerja Keuangan Pada Pertumbuhan Laba Perbankan Di Bei 2019 - 2021	566-571
74	Dhea Evanda Mu'amarotul hidayah ¹ , Erna Puspita ² , Sugeng ³	Evaluasi Pengelolaan Dana Bantuan Operasional Sekolah (BOS) Studi Kasus Di SMA Bastren Darul Fatihin Badas	572-577
75	Hesti Mayangsari	Analisis Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Sebagai Upaya Menstimulus Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Minyak Goreng Sovia Di Alfamart Gondang Nganjuk	578-583
76	Novi Puji Lestari ¹ , Diah Nurdiwati ² , Andy Kurniawan ³	Sistem Informasi Akuntansi Penjualan, Pembelian Dan Persediaan Bahan Baku Sebagai Pengendalian Internal Percetakan Dutra Digital Printing Kabupaten Kediri	584-589
77	Ajeng Kurnia Rahayu	Pengaruh <i>Current Ratio, Debt Ratio, Dan Return On Equity</i> Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Kesehatan	590-597
78	Ainin Khasanah	Analisis Rasio Aktivitas, Rasio Leverage, Dan Rasio Likuiditas Terhadap Tingkat Terjadinya Financial Distress	598-605
79	Resa Ega Praskananta	Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Audit Delay Pada Penyampaian Laporan Keuangan Tahun 2018-2020	606-613
80	Ahmad Syihabudin ¹ , Subagyo ² , Moch. Wahyu Widodo ³	Pengaruh Brand Equity, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tas Merek Eiger	614-621
81	Rani Ulan Ningrum	Pengaruh Modernisasi Sistem E-Samsat, Tingkat Pendapatan, Dan Sanksi Perpajakan Kendaraan Bermotor Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di Kecamatan Banyakan Kediri	622-627
82	Andrik Wibowo ¹ , Samari ² , Sigit Ratnanto ³	Pengaruh Harga, Promosi Dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Pada Toko Sami Makmur Di Desa Gondang Bojonegoro	628-634
83	Mela Dwi Astari Setiyaningati ¹ , Mar'atus Solikah ² , Linawati ³	Audit Manajemen Sumber Daya Manusia, Motivasi Kerja, Dan Gaya Kepemimpinan Pada Kinerja Karyawan Di Rumah Sakit Aura Syifa Kediri	635-642
84	Sinta Dwi Yulianti ¹ , Linawati ² , Sugeng ³	Altman Z"-Score Sebagai Alat Prediksi Kebangkrutan Pada Perusahaan Transportasi Di Era Pandemi Covid 19	643-647

85	Leny Agustina	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Logam Dan Sejenisnya	648-655
86	Meylany Ulfa Sari	Pengaruh Disiplin Dan Lingkungan Kerja Non Fisik Terhadap Kinerja Pegawai Melalui Kepuasan Kerja Pada Dinas Pemerintah Kabupaten Nganjuk	656-662
87	Valen Rengga Bramanta	Pengaruh Motivasi, Komunikasi, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada CV Polowijo Kediri	663-669
88	Yastika Oktaviana ¹ , Zulistiani ² , Rony Kurniawan ³	Analisis Harga, Kualitas Produk, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Membeli Mamypoko Pants Di Kabupaten Tulungagung	670-677
89	Briggita Agnesia ¹ , Sigit Puji Winarko ² , Badrus Zaman ³	Evaluasi Sistem Akuntansi Pembelian Bahan Baku Pada PT Jenggolo Maju Mapan Di Kediri	678-682
90	Rada Rindi Antika ¹ , M. Zuhdi Sasongko ²	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Dhaha Kota Kediri	683-692
91	Azfa Dzalifah Ashari ¹ , Dian Kusumaningtyas ²	Analisis Pengaruh Marketing Mix 4P Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Budidaya Ikan Lele	693-698
92	Ike Rika Diana	Implementasi Penyajian Laporan Keuangan Pada Sekolah Swasta Di Kabupaten Kediri Berdasarkan ISAK No. 35	699-706
93	Ayu Nur Fetriyani ¹ , Hestin Sri Widiawati ² , Andy Kurniawan ³	Pengaruh Laba Kotor, Laba Operasi, Dan Laba Bersih Terhadap Arus Kas	707-714
94	Sofa Marwa Irwanto	Analisis Penerapan Metode <i>Activity Based Costing</i> Dalam Penentuan Besarnya Tarif Pada Layanan Jasa Pernikahan Di Masa Pandemi. (Studi Pada Novie Wedding)	715-721
95	Nurul Fitriah	Analisis Kinerja Keuangan Pada Badan Kerjasama Antar Desa (BKAD) Kecamatan Bareng Kabupaten Jombang Tahun 2018-2021	722-726
96	Tri Puspito Rahayu ¹ , Subagyo ² , Moch. Wahyu Widodo ³	Pengaruh Aksesibilitas Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Jaminan Rasa Aman Sebagai Variabel Intervening	727-735
97	Anisa Puspita ¹ , Ichhsannudin ² , Sigit Ratnanto ³	Pengaruh <i>Brand Image</i> , <i>Online Customer Review</i> Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Pengguna Shopee Indonesia)	736-744
98	Koirul Huda ¹ , Faisol ² , Sigit Puji Winarko ³	Kurs Rupiah Sebagai Moderasi Dari Pengaruh Current Ratio (CR), Return On Equity (ROE), Debt Equity Ratio (DER) Terhadap Harga Saham	745-752
99	Aprilya Wulandari ¹ , Sigit Puji Winarko ² , Andy Kurniawan ³	Model Implementasi Pajak Untuk Meminimalkan Penghematan Pajak Badan Pada Klinik Rawat Inap Kab. Kediri	753-760
100	Nantaskia Herni Deswanda ¹ , Ichhsannudin ²	Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kenyamanan Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Lotus Garden Kediri	761-770
101	M. Qoirul Jazik Amrurroh ¹ , Amin Tohari ² , Badrus Zaman ³	Pengaruh <i>Net Profit Margin</i> (NPM), <i>Return On Investment</i> (ROI), <i>Earning Per Share</i> (EPS), dan <i>Dividend Per Share</i> (DPS) Terhadap Harga Saham pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2020	771-777

102	Aprilia Nur Astutik ¹ , Diah Nurdiwaty ² , Faisal ³	Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembiayaan Dengan Model Impulse Response Fuction (Studi PT. Pegadaian (Persero) UPC Kertosono)	778-785
103	Sendy Setyawan ¹ , Zainal Arifin ² , Bayu Surindra ³	Pengaruh Motivasi Belajar Dan Disiplin Belajar Terhadap Hasil Belajar Sma Negeri 7 Kota Kediri	786 -790
104	Gessa Helmiawan ¹ , Mar'atus Solikah ² , Badrus Zaman ³	Balanced Scorecard Pada Kinerja Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan PT Murinda Iron Steel Proyek Gudang Garam Kediri)	791-797
105	Farida Dwi Anggraini ¹ , Zainal Arifin ² , Bayu Surindra ³	Pengaruh Pendidikan, Beban Kerja, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan CV. Indorizva Sawahan	798-802
106	Binti Nur Fauziah ¹ , Puji Astuti ² , Andy Kurniawan ³	Analisis Akuntabilitas, Peran Perangkat Desa, Transparansi Terhadap Pengelolaan Dana Desa	803-808
107	Anasya Bimbi Pranesti ¹ , Hestin Sri Widiawati ² , Mar'atus Solikah ³	Karakteristik Perusahaan Terhadap Kelengkapan Pengungkapan Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI	809-814
108	Haris Herdiansyah ¹ , Riyanto Adji ²	Peningkatan Keterampilan Berkomunikasi Bahasa Mandarin Melalui Permainan Interaktif Untuk Mempersiapkan Tenaga Kerja Siap Pakai (Studi Eksperimen Pada Siswa SMAIT Al-Ichwan Cikarang Utara)	815-829
109	Anggini ¹ , Subagyo ² , Moch. Wahyu Widodo ³	Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) Pada Online Shop Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri)	830-836
110	Yesi Darna Putri	Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Krecek Krupuk Uyel UD. Sinar Harapan Di Kecamatan Gurah Kabupaten Kediri	837-842
111	Muhammad Hendriawan ¹ , Hestin Sri Widiawati ² , Amin Tohari ³	Analisis Biaya Produksi Berdasarkan <i>Job Order</i> Dan <i>Process Cost Method</i> Dalam Penentuan Harga Jual	843-848
112	Yohana Oktavia	Praktik Penerapan SAP Akuntabilitas Dan Transpransi Dalam Pengelolaan Dana Desa	849-854
113	Yoga Aldi Mardika ¹ , Dodi Kusuma Hadi Sujoko ² , Basthoumi Muslih ³	Analisis Lingkungan, Kepuasan Dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Pegawai PT Telkom Indonesia Cabang Kediri	855-861
114	Anggie Yuna Suwandari	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keandalan Pelaporan Keuangan	862-868
115	Fitri Hidayati ¹ , Mar'atus Solikah ² , Sugeng ³	Kondisi Keuangan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Penerimaan Opini Going Concern Pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Di BEI Periode 2019-2021	869-875
116	Nike Ana Rosalinda ¹ , Subagyo ² , Sigit Wisnu Setya Bhirawa ³	Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Lingkungan Kerja Dan <i>Organization Citizenship Behavior</i> (OCB) Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Pdam Kabupaten Kediri	876-883
117	Witji Sri Rahayu ¹ , Diah Nurdiwaty ² , Faisal ³	Analisis Pengaruh Pendapatan, Simpanan dan Pinjaman Terhadap Sisa Hasil Usaha (Studi Kasus KSP Kharisma Kabupaten Nganjuk periode tahun 2019-2021)	884-894

118	Eric Oktavianto ¹ , Mar'atus Solikah ² , Badrus Zaman ³	Analisis Dampak Sistem Informasi Akuntansi Manajemen dan Kontrol Manajemen Terhadap Kinerja Manajerial (Studi Kasus UD. Usaha Mandiri)	895-901
119	Tuti Ningrum ¹ , Izhatullaili ²	Internalisasi Budaya Organisasi di Politeknik Ketenagakerjaan	902-905
120	Nurul Lailiawati	Pengaruh Content Marketing, Frekuensi Penayangan Iklan, Dan Kualitas Pelayanan Dalam Sosial Media (Instagram) Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada Toko Fashion Qomeshop Kota Kediri)	906-915
121	Erika Novianti ¹ , Suhardi ²	Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Di Fotocopy Dan Print Fira Kediri	916-924
122	Fahrulrozi Adi Permadi ¹ , Ema Nurzainul H ² , Sigit Ratnanto ³	Menciptakan Branding dan Membangun Saluran Dsistribusi Berdasarkan Persepsi Pengusaha (Studi Kasus pada Distributor PT Sinergi Sejuta Usmik)	925-928
123	Yohan Rega ¹ , Tjetjep Yusuf Afandi. ² , Efa Wahyu Prastyaningtyas ³	Pengaruh Lingkungan Belajar dan Dukungan Orang Tua Terhadap Prestasi Belajar Pada Siswa Kelas X SMK PGRI 3 Kediri	929-936
124	Sani Widuri ¹ , Amin Tohari ² , Badrus Zaman ³	Pengaruh Akuntabilitas Transparansi Dan Partisipasi Terhadap Alokasi Dana Desa	937-942
125	Firdias Aulia ¹ , Dian Kusumaningtyas ² , Rino Sardanto ³	Perancangan <i>User Experience</i> Aplikasi Petlyfe Menggunakan Metode <i>Design Thinking</i>	943-951
126	Diani Puji Laksonowati	Peran Komunikasi Interpersonal Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Warung Bajak Laut Kediri	952-956
127	Mustafidah Mahardhika ¹ , Dyan Arintowati ²	Kepuasan Anggota Koperasi Berdasarkan Pengaruh dari Citra Koperasi dan Kualitas Pelayanan	957-965
128	Alqori Zulaykhah ¹ , Hestin Sri Widiawati ² , Andy Kurniawan ³	Implementasi Prinsip Good Governance Terhadap Pelayanan Publik Pada Masa Covid-19 Di Kantor Desa	966-972
129	Moh. Alfarizi B.S ¹ , Zainal Arifin ² , Bayu Surindra ³	Pengaruh Fasilitas Belajar Dan Media Pembelajaran Berbasis ICT Terhadap Keaktifan Siswa di Masa Pandemi Covid-19 19 Pada Mata Pelajaran Ekonomi SMA Negeri 7 Kota Kediri	973-977
130	Miftahul Mun'im	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Konveksi Sith Apparel	978-988
131	Andik Purnomo Adji ¹ , Hestin Sri Widiawati ² , Andy Kurniawan ³	Pengaruh Koneksi Politik, Komisariss Independen, Komite Audit Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Audit Fee	989-994
132	Dina Safitri ¹ , Zulistiani ² , Poniran Yudho Leksono ³	Analisis Keputusan Pembelian Pada Saat Pandemi Covid-19 Di Toko Bibit Tanaman Dan Buah Juwet Lestari	995-1000
133	Anita Kristina ^{1*} , Muhamad Abdul Jumali ²	Keputusan Tetap Bertahan Setelah Pandemi Covid 19: Aksesibilitas Keselamatan & Kesehatan Kerja Pada Industri Kecil Pengolahan Kayu	1001-1007

134	Dyah Siti Ayu Larasati ¹ , Elvika Nungki Chintia Putri ² , Bela Kusuma ³ , Silvia Anitasari ⁴ , Restin Meilina ⁵	Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Minyak Goreng	1008-1015
135	Danang Mahendra ¹ , Dhiyan Septa Wihara ² , Edy Djoko Soeprajitno ³	Determinan Kualitas Pelayanan, Harga Serta Lokasi Pada Kepuasan Konsumen Bengkel Garage Manual Tech Nganjuk	1016 - 1022
136	Isabella Anjani ¹ , Mar'atus Solikah ² , Andy Kurniawan ³	Penerapan Sistem Pengendalian Internal Persediaan Barang Dagang Pada Toko Besi Lestari Subur	1023 - 1028
137	Marta Aje Satria ¹ , Ismayantika Dyah P ² , Dyah Ayu Paramitha ³	Pengaruh Faktor Fundamental Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sektor Consumer Goods Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018 – 2021	1029-1038
138	Lia Apriliana Putri ¹ , Elis Irmayanti ² , Tjetjep Yusuf Afandi ³	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Besarnya Pengambilan Kredit Pada Pt Pegadaian Cabang Nganjuk	1039-1046
139	Wita Nur Rohmadhonawati ¹ , Elis Irmayanti ² , Tjetjep Yusuf Afandi ³	Pengaruh Belanja <i>Online</i> Dan <i>Offline</i> Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Empirik Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis)	1047-1052
140	Binti Alfiyah ¹ , Elis Irmayanti ² , Efa Wahyu Prasetyaningtyas ³	Optimalisasi Pengelolaan Objek Wisata Candi Surowono Di Desa Cangu Kecamatan Badas Kabupaten Kediri Di Masa Pandemi Covid-19	1053-1056
141	Anggun Utomo Putri ¹ , Erna Puspita ² , Sugeng ³	Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Dan Penerimaan Kas Untuk Meningkatkan Pengendalian Internal Di UD Project Pot Kediri	1057-1061
142	Vega Aldini ¹ , Mar'atus Solikah ² , Sugeng ³	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Tax Avoidance</i>	1062-1067
143	Zidan Febrianto Wibowo ¹ , Rino Sardanto ²	Analisis Persepsi Promosi Dan Kualitas Pelayanan Jasa Make Up Artist Terhadap Keputusan Pembelian	1068-1074
144	Afriliana Wijianti ¹ , Samari ² , Sigit Ratnanto ³	Analisis Sosial Media, Kualitas Produk Dan Tingkat Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Akaos Nganjuk	1075-1079
145	Dhiki Hendra Saputra ¹ , Sigit Wisnu Setya Bhirawa ² , Restin Meilina ³	Pengaruh Insentif, Kepemimpinan Serta Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada UD. Sari Daun Nganjuk	1080-1085
146	Anggita Sri Riyanti ¹ , Zulistiani ² , Hery Purnomo ³	Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi Janji Jiwa Di Nganjuk	1085-1091
147	Della Arum Mawarni ¹ , Elis Irmayanti ² , Efa Wahyu Prastyaningtyas ³	Pengaruh Kondisi Ekonomi Orangtua Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Motivasi Belajar Kelas XI IPS	1092-1097

148	Bekti Nita Ayu Riswanda ¹ , Gesty Ernestivita ² , Suhardi ³	Strategi Pemasaran Pada UMKM Family Cookies Trenggalek Dalam Meningkatkan Penjualan	1098-1102
149	Putri Ifadatin ¹ , Poniran Yudho Leksono ²	Analisis Faktor Determinasi Kinerja Karyawan Pada Pabrik Air Minum Dalam Kemasan Hexahaq Trenggalek	1103-1107
150	Don Gusti Rao	Analisis Manajemen Dengan Pendekatan <i>Sustainable Development Goals</i> (SDGS) Desa Di Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)	1108-1116
151	Mellynia Ogha Infanteri	Identifikasi Lokasi, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian(Studi Kasus Pada Konsumen Ayam Geprek 69 Cabang Sukorame)	1117-1120
152	Rafiqul Ghozali	Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Bintang Barbershop Di Tulungagung 2021	1121-1127
153	Reni Fitri Dwi Wijayanti	Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Brader Kediri	1128-1134
154	Prasetya Tri Mahendra ¹ , Muhammad Bawono ²	Analisis Pembelian Produk Ramah Lingkungan (<i>Green Purchase</i>) Melalui Kesadaran Tentang Lingkungan, Kesehatan dan Sikap Pada Mahasiswa STIE Nganjuk	1135-1143
155	Istan Wighara Moelyono ¹ , Suwandi ²	Analisis Minat Repurchase Produk Unicorn Tokopedia Ditinjau Dari Informasi Produk, Estetika Dan Sistem Layanan Pada Konsumen Di Kota Nganjuk	1144-1153
156	Indra Dekrijanti ¹ , Mohammad Ali Lutfi ²	<i>Financial Reporting</i> : Study Pada Umkm Di Kabupaten Nganjuk	1154-1161
157	Dwi Wijayanti	Pengaruh Produk, Store Atmosphere, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Warung Brader Di Kota Kediri	1162-1167
158	Rini Eka Setiawati ¹ , Poniran Yudho Leksono ²	Determinasi Kinerja Pegawai Dispendukcapil Kota Kediri Ditinjau Dari Beban Kerja, Pengawasan Kerja, Dan Lingkungan Kerja	1168-1174
159	Muhammad Ramadhan Masaaur	Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Brand Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kaos Gapplek Kediri	1175-1183
160	Uswatul Khasanah	Analisis <i>Store Atmosphere</i> , Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Toko Fashion Sasbag Kota Pare (Studi Kasus Di Toko Fashion Sasbag Kota Pare)	1184-1193
161		<i>Banyuwangi Rebound: Rebranding</i> Nilai Batik Banyuwangi Sebagai Upaya Edukasi Kearifan Lokal Dan Strategi Meningkatkan Penjualan Batik Pasca Pandemi Covid-19	1194-1198
162	Guruh Sukma Hanggara ¹ , Rony Heri Irawan ² , Elsanda Merita Indrawati ³ , Adi Bagus Prasetyo ⁴ , Ahmad Badaruzzaman ⁵	Peningkatan Resiliensi Peternak Pasca Pandemi Covid-19 Menuju Kemandirian Peternakan	1199-1205

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KOPI JANJI JIWA DI NGANJUK

Anggita Sri Riyanti¹, Zulistiani², Hery Purnomo³
Universitas Nusantara PGRI Jl. Ahmad Dahlan No.76 Kota Kediri 64112
Anggitarianti40@gmail.com

Informasi artikel :

Tanggal Masuk :10 Juli 2022

Tanggal Revisi :10 Agustus 2022

Tanggal diterima:10 September 2022

Abstract

This research is motivated by the idea of a culinary business (Coffee Shop). This business idea is currently experiencing very rapid development. In addition to its rapid development, of course, the competition is also quite tight. Thus the coffee shop business must be innovative and smart in making its marketing strategy. This study aims to analyze product quality, product prices and product promotions that are carried out partially and simultaneously which affect consumer loyalty at Promise Jiwa Coffee Nganjuk. In this study, a quantitative approach was applied by collecting primary data obtained through a questionnaire. In this study, the population used was Kopi Promise Jiwa customers by taking data samples of 40 respondents. Sampling using non-probability techniques and accidental sampling techniques as an approach and using multiple regression analysis performed using SPSS software. The conclusion obtained from this study is that there is a good influence between quality, price and seller promotion partially on consumer loyalty who consumes Promise Jiwa Coffee in the Nganjuk area.

Keywords: Quality, Products, Price, Promotions, Coffee

Abstrak

Latar belakang penelitian ini didasari dengan ide bisnis berbau kuliner yakni (*Coffee Shop*). Ide bisnis yang satu ini kini mengalami perkembangan sangat pesat, Di samping perkembangan yang terbilang pesat tentu terdapat persaingan yang ketat pula. Dengan demikian berbisnis *coffee shop* harus menjadi inovatif dan pandai dalam membuat strategi pemasarannya. Pada penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis mengenai kualitas produk, harga produk dan promosi produk yang dilakukan secara parsial dan simultan yang mempunyai pengaruh pada loyalitas mengonsumsi Kopi Janji Jiwa di Nganjuk. Pada penelitian kali ini menerapkan jenis pendekatan kuantitatif melalui pendataan data-data primer yang didapatkan via kuesioner. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah pelanggan Kopi Janji Jiwa dengan melakukan pengambilan data sampling terhadap 40 responden. Pengambilan sampling menggunakan Teknik *non probability* serta Teknik *accidental sampling* sebagai pendekatan dan menerapkan analisis regresi berganda yang dilakukan dengan mengaplikasikan *software* SPSS. Kesimpulan yang didapatkan daripada penelitian ini adalah adanya pengaruh baik dari kualitas, harga dan promosi penjual parsial terhadap loyalitas pelanggan yang mengonsumsi Kopi Janji Jiwa di daerah Nganjuk.

Kata Kunci: Kualitas, Produk, Harga, Promosi, Kopi

PENDAHULUAN

Dunia bisnis di Indonesia semakin berkembang dengan pesat, cepat dan beraneka ragam [1]. Salah satunya adalah pada bidang kuliner yang memunculkan beragam variasi makanan serta minuman dari yang cepat saji hingga bermacam inovasi. Dengan demikian muncullah berbagai inovasi menarik dan *ter-update* baik makanan maupun minuman yang tentu menarik para pelanggan khususnya konsumen di Indonesia. Dunia bisnis menuntut suatu perusahaan untuk mempertahankan bahkan meningkatkan kreativitasnya sesuai dengan kebutuhan konsumen saat ini, hal ini berguna untuk menghadapi persaingan dunia usaha yang semakin ketat [2]. Pebisnis kuliner tentu harus dapat menciptakan produk-produk inovatif yang menarik serta dapat mempertahankan hubungan jangka Panjang dengan konsumen. Dalam membangun hubungan tersebut perusahaan memberikan keunggulan kompetitif dalam segala aspek dalam memberikan pelayanan yang memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi pelanggan [3]. Dan saat ini bisnis yang sedang mengalami kenaikan yaitu bisnis di bidang *coffee shop* hal ini didukung dengan adanya gaya hidup meminum kopi yang semakin meningkat setiap tahunnya [4].

Mengonsumsi kopi sebagai minuman sehari-hari sudah menjadi kebutuhan khususnya bagi konsumen generasi milenial, salah satunya adalah sebagai minuman yang dapat menghilangkan rasa kantuk, Selain itu maraknya kedai-kedai kopi di seluruh Indonesia turut serta mendukung faktor betapa candunya masyarakat Indonesia terhadap minuman jenis ini, Dengan beragam inovasi terkait kopi, tentu memunculkan persaingan bisnis yang sangat ketat, terutama perusahaan-perusahaan sejenis yang semakin berinovasi sangat cepat dan

unggul untuk menarik hati para konsumen. Tak terkecuali usaha kopi, Kopi Janji Jiwa. Kopi Janji Jiwa turut hadir bagi para pencinta kopi yang menyajikan kopi dengan cita rasa klasik. Selain itu Kopi Janji Jiwa dilengkapi dengan tempat yang bersih, nyaman serta estetis untuk menikmati secangkir kopi.

Janji Jiwa dapat dikatakan sebagai salah satu *brand* produk kopi lokal yang memiliki *outlet* sejumlah 900 jilid yang tersebar di seluruh Indonesia tepatnya dari 100 kota Indonesia [5]. Kopi Janji Jiwa pertama kali berdiri pada 15 Mei 2018 dan bertempat di ITC Kuningan, ini merupakan *outlet* jilid pertama dari *brand* kopi ini. Kopi Janji Jiwa telah dipercaya sebagai *brand* produk kopi lokal yang satu-satunya mendapatkan penghargaan dari MURI pada tahun 2019 dan masuk pada kategori Top Brand pada tahun 2020 hingga 2021, dengan motto "A Cup for the People". Janji Jiwa menggunakan konsep *fresh to cup* dan menyediakan berbagai varian kopi lokal Indonesia yang tentunya dengan kualitas dan cita rasa klasik yang tinggi. Janji Jiwa selalu konsisten dalam menjaga cita rasa kopinya dengan menggunakan biji kopi asli pilihan yang dipanggang dengan standar internasional oleh chef yang berkompeten.

Banyaknya tokoh-tokoh yang menjadi peran pelaku bisnis ini tentu menjadi peran utama dalam terciptanya persaingan bisnis yang di mana semakin hari akan semakin ketat dari waktu ke waktu [6]. Hal ini membuat para pelaku bisnis berlomba-lomba meningkatkan loyalitas pelanggan dengan berbagai cara, taktik, dan upaya. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Fandy pada tahun 2019 mengatakan bahwa loyalitas merupakan sebuah komitmen terhadap usaha, merek atau pemasok yang terlihat melalui interaksi hubungan jual beli secara konsisten [7]. Hal ini tergantung pada pencapaian dari tujuan perusahaan saat akan membuat pelanggan untuk kembali membeli produk tersebut sering mempertimbangkan berbagai aspek seperti kualitas produk, harga dan promosi penjualan untuk menentukan apakah produk tersebut atau layanan layak untuk kembali membeli lagi.

Kualitas produk merupakan gambaran mutu atau nilai terhadap suatu barang atau produk [8]. Suatu *brand* atau produk mempunyai suatu kebutuhan yang mana telah ditetapkan hingga dipatenkan [9]. Dengan beberapa gambaran di atas dapat diketahui kesimpulan bahwa kualitas produk merupakan *value* atau nilai yang dimiliki.

Harga dapat dikatakan sebagai nilai tukar yang harus di penuhi oleh pembeli kepada penjual atas barang atau jasa yang diperjualbelikan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Fandy pada tahun 2019, harga merupakan satuan uang dan bisa diartikan lain serupa yang di dalamnya mengandung utilitas yang difungsikan untuk memperoleh suatu produk atau jasa. Harga dapat digambarkan dalam persepsi yang berbeda pada setiap manusia dalam menjalani suatu proses jual dan beli. Selanjutnya adalah promosi. Promosi dalam penjualan merupakan bagian dari teknik persuasif [10]. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sumain pada 2017 mengatakan bahwa promosi penjualan merupakan aktivitas jual yang dilakukan dalam kurun waktu singkat yang tidak dilakukan secara berulang atau rutin. Promosi dilakukan untuk memperoleh ketertarikan dari pelanggan atau konsumen agar mempercepat respons pasar [11].

A. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan pembahasan di atas sehingga dengan demikian diperoleh rumusan masalah antara lain:

1. Bagaimana kualitas daripada sebuah produk dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan Kopi Janji Jiwa wilayah Nganjuk?
2. Bagaimana harga jual produk yang secara parsial dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan Kopi Janji Jiwa wilayah Nganjuk?
3. Bagaimana sebuah promosi jual secara parsial mempengaruhi loyalitas pelanggan Kopi Janji Jiwa wilayah Nganjuk?
4. Bagaimana loyalitas pelanggan Kopi Janji Jiwa wilayah Nganjuk dapat dipengaruhi oleh kualitas produk, harga jual dan promosi jual yang dilakukan secara simultan?

B. Tujuan Penelitian

Dengan rumusan permasalahan diatas maka tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Mengetahui kualitas daripada sebuah produk dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan Kopi Janji Jiwa wilayah Nganjuk.

2. Mengetahui harga jual produk yang secara parsial dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan Kopi Janji Jiwa wilayah Nganjuk.
3. Mengetahui sebuah promosi jual secara parsial mempengaruhi loyalitas pelanggan Kopi Janji Jiwa wilayah Nganjuk.
4. Mengetahui loyalitas pelanggan Kopi Janji Jiwa wilayah Nganjuk dapat dipengaruhi oleh kualitas produk, harga jual dan promosi jual yang dilakukan secara simultan.

METODE

Pada penelitian kali ini menggunakan beberapa dugaan atau hipotesis serta menggunakan pendekatan secara kuantitatif dengan mengaplikasikan teknik kausal yang di mana membutuhkan penyusunan data dan instrumen secara runtut dan terstruktur serta formal. Menurut penelitian Santoso pada tahun 2021 yang menyatakan bahwa kausal merupakan sebuah interaksi yang mengarah pada sebab dan akibat, sehingga dapat diketahui variabel yang mencolok dan dominan [12]. Pada penelitian ini menggunakan populasi tidak terbatas yang di mana terdiri dari semua konsumen yang pernah mengonsumsi dan membeli *brand* Kopi Janji Jiwa di daerah Nganjuk. Pengujian dilakukan kepada 40 orang responden sebagai sampel. Mengaplikasikan analisis multivariate serta menggunakan SPSS versi 25 sebagai *software* penunjang.

HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Berganda

Menerapkan analisis statistik regresi berganda yang menggunakan satu buah variabel gantung serta dua atau lebih variabel bebas. Dengan demikian terdapat hubungan antara variabel bebas yakni X1, X2, X3 dengan variabel gantung atau tetap yakni Y. Sehingga adanya pengaruh terhadap beban pemasaran serta beban operasional Kopi Janji Jiwa.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1,346	3,632		-,370	,713
Kualitas Produk	,281	,070	,405	4,012	,000
Harga	,518	,183	,326	2,829	,008
Promosi Penjualan	,608	,212	,290	2,866	,007

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Output data SPSS 2022

Dapat dilihat pada tabel 1. pada persamaan regresi berikut ini :

$$Y = (-1.346) + 0.281 + 0.125 + 0.3793 + e$$

- a. Konstanta = (-1.346) berperan sebagai nilai tetap yang didapatkan dari perkiraan loyalitas konsumen. Jika kualitas konsumen didefinisikan dengan variabel X1, harga jual didefinisikan dengan variabel X2 dan promosi penjualan didefinisikan dengan variabel X3 mempunyai nilai yang sama dengan 0 maka loyalitas konsumen yang didefinisikan dengan variabel Y bernilai -1. 346.
- b. Regresi kualitas konsumen yang didefinisikan dengan variabel X1 memiliki nilai 0.281 maka dapat diartikan jika pendapat kualitas produk mengalami peningkatan sebanyak satu satuan. Dengan demikian maka loyalitas konsumen bernilai sebesar 0.281 satuan yang diasumsikan dengan faktor lain.
- c. Koefisien regresi harga jual yang didefinisikan dengan variabel X2 memiliki nilai 0.518 maka dapat diartikan jika pendapat kualitas produk mengalami peningkatan sebanyak satu satuan. Dengan demikian maka loyalitas konsumen bernilai sebesar 0.518 satuan yang diasumsikan dengan faktor lain.
- d. Koefisien regresi promosi jual yang didefinisikan dengan variabel X3 memiliki nilai 0.608 maka dapat diartikan jika pendapat kualitas produk mengalami peningkatan sebanyak satu satuan. Dengan demikian maka loyalitas konsumen bernilai sebesar 0.608 satuan yang diasumsikan dengan faktor lain.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi yang didefinisikan dengan variabel R² berperan untuk mengetahui daripada besar pengaruh antar variabel bebas atau yang biasa disebut nilai kontribusi. Dengan demikian X₁, X₂, dan X₃ apakah berpengaruh terhadap Y yang di mana Y merupakan variabel loyalitas konsumen. Nilai koefisien determinasi (R²) sebagai berikut:

Tabel 2. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,920 ^a	,847	,834	2,36856

a. Predictors: (Constant), Promosi Penjualan, Kualitas Produk, Harga

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas yang di mana merupakan pengujian daripada regresi linier berganda pada variabel R². Variabel tersebut merupakan Koefisien Determinasi yang berfungsi sebagai acuan ukur pengaruh daripada variabel X₁, X₂, X₃ terhadap variabel terikat yakni Y. Dapat dilihat pada tabel di atas R Square menunjukkan nilai sebesar 0.847, Dengan demikian maka persentase pengaruh keterkaitan antara tiga variabel bebas dan satu variabel terikat sebesar 84.7. 15.35% daripada persentase lain merupakan faktor lain yang bukan merupakan fokus daripada peneliti.

Uji t (Uji Statistik t)

Tabel 3. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,346	3,632		-,370	,713
	Kualitas Produk	,281	,070	,405	4,012	,000
	Harga	,518	,183	,326	2,829	,008
	Promosi Penjualan	,608	,212	,290	2,866	,007

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan uji coba pada tabel 4.13 terdapat beberapa kesimpulan yakni sebagai berikut :

1. Variabel X₁ yang merupakan Kualitas Produk yang diuji terhadap variabel Y yakni Loyalitas konsumen/pelanggan memiliki nilai sebesar 0.281. Dengan demikian memiliki nilai signifikan sebesar 0.00. Pada penelitian ini jika nilai signifikan yang dihasilkan <0.05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel X dan Y. Koefisien positif mengartikan bahwa banyaknya responden memersepsikan kualitas produk dan berlaku sebaliknya.
2. Uji coba dilakukan terhadap variabel X₂ yang merupakan harga jual produk terhadap variabel Y yang merupakan Loyalitas Konsumen/pelanggan. Hasil daripada uji coba tersebut bernilai sebesar 0.518 dengan nilai signifikan 0.008. Pada penelitian ini jika nilai signifikan yang dihasilkan <0.05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel X dan Y. Koefisien positif mengartikan bahwa banyaknya responden memersepsikan kualitas produk, dan berlaku sebaliknya.
3. Uji coba dilakukan terhadap variabel X₃ yang merupakan promosi penjualan produk terhadap variabel Y yang merupakan Loyalitas Konsumen/pelanggan. Hasil daripada uji coba tersebut bernilai sebesar 0.608 dengan nilai signifikan 0.007. Pada penelitian ini jika nilai signifikan yang dihasilkan <0.05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel X dan Y. Koefisien positif mengartikan bahwa banyaknya responden memersepsikan kualitas produk, dan berlaku sebaliknya

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Tabel 4. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1115,937	3	371,979	66,305	,000 ^b
	Residual	201,963	36	5,610		
	Total	1317,900	39			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan
b. Predictors: (Constant), Promosi Penjualan, Kualitas Produk, Harga
Sumber: Data primer diolah, 2022

Dapat dilihat pada tabel diatas yang merupakan hasil pengujian F mendapatkan nilai 0.000 dimana masih memenuhi batas $\alpha < 0.05$. Dengan hasil tersebut maka dapat diketahui jika Y atau variabel loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh tiga faktor, yakni X1, X2, dan X3.

Pembahasan

- Kualitas produk berpengaruh pada loyalitas pelanggan Kopi Janji Jiwa di wilayah Nganjuk.** Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk atau X1. Hal ini didasarkan daripada uji coba statistika yang dilakukan antara variabel X1 dengan variabel Y yang menghasilkan nilai sebesar 0.00 dari koefisien sebesar 0.281. Dapat diketahui bahwa nilai hasil kurang dari 0.05 maka tentu variabel Y mempengaruhi variabel X1. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Chasanah (2019) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Café Waroeng Pisa Purwokerto, Banyumas dalam hasil penelitiannya memiliki kesimpulan bahwa loyalitas pelanggan baik secara parsial maupun simultan sangat dipengaruhi oleh kualitas daripada produk yang dipasarkan pada Waroeng Pisa Purwokerto [13].
- Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan di Kedai Kopi Janji Jiwa di Nganjuk.** Pengaruh sebuah loyalitas pelanggan memiliki kontribusi positif yang signifikan. Hal ini dibuktikan dengan pengujian hasil dari statistika (t) dengan (X2) sebagai pengaruh harga terhadap (Y) merupakan variabel dari Loyalitas Pelanggan, dengan perbandingan tersebut maka diperoleh hasil signifikan dengan nilai 0.008 dengan sebuah nilai koefisien sebesar 0.518. Maka dari itu, apabila nilai signifikan yang diperoleh kurang dari 0.05 memiliki pengaruh yang signifikan antara variabel (Y) yaitu loyalitas pelanggan dengan nilai (X2) yaitu harga. Berdasarkan hasil yang diperoleh maka memiliki keselarasan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Salman Fandi, Qahfi Romulia Siregar (2020) yang memaparkan bahwa harga memiliki pengaruh yang positif dengan loyalitas pelanggan untuk pelanggan gojek di kota Medan, penelitian ini memiliki judul "Pengaruh Harga Promosi Penjual terhadap Loyalitas Pelanggan jasa transportasi online di kota medan [14].
- Loyalitas dari pelanggan dipengaruhi oleh promosi Pada kedai kopi janji jiwa Nganjuk.** Pengaruh sebuah loyalitas pelanggan memiliki kontribusi positif yang signifikan. Hal ini dibuktikan dengan pengujian hasil dari statistika (t) dengan (X3) sebagai variabel dari promosi terhadap (Y) merupakan variabel dari Loyalitas Pelanggan, dengan perbandingan tersebut maka diperoleh hasil signifikan dengan nilai 0.007 dengan sebuah nilai koefisien sebesar 0.608. Maka dari itu, apabila nilai signifikan yang diperoleh kurang dari 0.05 memiliki pengaruh yang signifikan antara variabel (Y) yaitu loyalitas pelanggan dengan nilai (X3) sebagai variabel promosi. Berdasarkan hasil yang diperoleh maka memiliki keselarasan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Rakhmat (2011) yang memaparkan bahwa promosi memiliki pengaruh yang positif dan kuat terhadap loyalitas pelanggan untuk pelanggan Starbucks Coffe, penelitian ini memiliki judul "Pengaruh Promosi Penjual Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Starbucks Coffe)"[15].
- Identifikasi antara loyalitas pelanggan terhadap kualitas produk, harga serta promosi pada Kedai Kopi Janji Jiwa.** Terdapat nilai yang signifikan yaitu 0.000 ($\alpha < 0,05$) yang didapat dari tabel (ANNOVA). Berdasarkan hal tersebut maka dapat dilakukan pengambilan kesimpulan bahwa (Y) loyalitas pelanggan dipengaruhi secara simultan yang signifikan terhadap (X1) yaitu merupakan variabel dari kualitas produk, (X2) variabel dari harga, serta (X3) merupakan variabel dari promosi penjualan. Dikatakan signifikan karena memiliki nilai yang positif, hal ini dikarenakan nilai signifikan berada di bawah standar uji yaitu kurang dari 0.005. Berdasarkan hasil tersebut maka memiliki keselarasan dengan sebuah penelitian yang memaparkan bahwa loyalitas dari pelanggan memiliki keterkaitan yang positif dan signifikan terhadap kualitas, harga, serta promosi dari kartu Prabayar Smartfren di Kotak Denpasar, penelitian ini memiliki judul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Kartu Prabayar Smartfren

di Kota Denpasar". Penelitian tersebut merupakan sebuah penelitian yang dilakukan oleh Cardua Santika (2019) [16].

KESIMPULAN

Loyalitas pelanggan dipengaruhi secara parsial dan signifikan terhadap kualitas sebuah produk, hal ini didapat dengan berdasar pada penelitian yang telah dilakukan terhadap Loyalitas pelanggan pada Kopi Janji Jiwa Nganjuk dengan pengaruh kualitas, harga serta promosi penjualan produk. Maka dari itu kualitas yang baik akan meningkatkan kepuasan pembelian. Loyalitas pelanggan dipengaruhi secara parsial dan signifikan terhadap harga pada Kopi Janji Jiwa Nganjuk, maka dari itu kepuasan pelanggan untuk membeli sebuah produk sangat dipengaruhi oleh kualitas produk yang berbanding dengan harga yang ditawarkan, serta Loyalitas pelanggan dipengaruhi secara parsial dan signifikan terhadap promosi penjualan yang dilakukan oleh Kopi Janji Jiwa Nganjuk. Hal ini berarti strategi yang menarik akan meningkatkan kepuasan pembelian.

Pada penelitian kali ini diharapkan mampu untuk menambah beberapa pandangan ataupun wawasan serta dapat mengimplementasikan sebuah ilmu bisnis sehingga dapat dijadikan bekal pengetahuan dan pengalaman dalam dunia pendidikan yang penuh persaingan dan untuk menambah sebuah informasi dengan kebermanfaatannya khusus nya pada Kopi Janji Jiwa Nganjuk sebagai masukan untuk membuat strategi mengait pelanggan dengan meningkatkan kualitas, harga serta promosi penjualan sehingga dapat lebih berkembang. Selain itu, semoga penelitian kali ini dapat dijadikan sebuah referensi untuk pengembangan penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

Untuk mengetahui loyalitas pelanggan apakah dipengaruhi oleh kualitas, harga serta promosi dari penjualan produk pada Kopi Janji Jiwa di Nganjuk merupakan batasan masalah yang dilakukan pada penelitian kali ini

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Iqbal M, Nurdin H. ANALISIS PERBANDINGAN KUALITAS PRODUK DAN HARGA PADA KONSUMEN BOLLY BAKERY DAN ILO CAKE. J Sci MANDALIKA e-ISSN 2745-5955 2021;2:186–92.
- [2] Subagyo, Purnomo H. Manajemen UMKM. 1st ed. Bandung: Media Sains Indonesia, Bandung; 2022.
- [3] Bakti JPA, Rohman F, Sunaryo S. Peran Keunggulan Bersaing Sebagai Mediasi Pengaruh Inovasi Dan Orientasi Pasar Terhadap Kepuasan Pelanggan. J Bisnis Dan Manaj 2018;5.
- [4] Lestari RY, Ratnanto S, Purnomo H. Analisis Store Atmosphere, Lokasi Usaha, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Homely Koffee Kota Kediri. Semin. Nas. Manajemen, Ekon. dan Akuntansi, vol. 6 (1), Kediri: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri; 2021, p. 347–59.
- [5] Group J. kopi Janji Jiwa telah mengukir sejarah sejak didirikan pada Mei 2018 lalu. 2018.
- [6] Siregar D, Purnomo A, Mastuti R, Napitupulu D, Sadalia I, Sutiksno DU, et al. Technopreneurship: Strategi dan Inovasi. Yayasan Kita Menulis; 2020.
- [7] Tjiptono F. Strategi pemasaran 2019.
- [8] Purnomo H. Signifikansi Biaya Kualitas Terhadap Penjualan (Studi: Mandala Aluminium Kediri). Semin. Nas. Manajemen, Ekon. dan Akuntansi, vol. 4 (1), Kediri: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, UNPGRI Kediri; 2019, p. 293–301.
- [9] Rangkuti F. The power of brands. Gramedia pustaka utama; 2004.
- [10] Ratnanto S, Purnomo H. Substansial Kepuasan Konsumen Rumah Makan “ Soto Dok Lamongan ” Nganjuk. Semin. Nas. Manajemen, Ekon. dan Akuntansi, Kediri: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP; 2020, p. 542–50.
- [11] SUMAIN S. PENGARUH HARGA, PROMOSI PENJUALAN, DAN PUBLISITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA AIR MINUM MEREK “SIHA” DI KECAMATAN BENJENG KABUPATEN GRESIK 2017.
- [12] Santoso I, Madiistriyatno H. Metodologi Penelitian Kuantitatif. Indigo Media; 2021.
- [13] Chasanah U. Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cafe Waroeng Pisa Purwokerto, Banyumas 2019.
- [14] Farisi S, Siregar QR. Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. Maneggio J Ilm Magister Manaj 2020;3:148–59.
- [15] Rakhmat CA. Pengaruh promosi penjualan terhadap loyalitas pelanggan (studi pada starbucks coffee). Univ Indones 2011.
- [16] Cardia D, Santika IW, Respati NNR. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. E-Jurnal Manaj 2019;8:6762–81.