

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA CV HALBANERO**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Penulisan Skripsi Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri



OLEH :

ISNAINI SAKBANIA
NPM. 2012010321

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2024

Skripsi oleh :

ISNAINI SAKBANIA

NPM : 2012010321

Judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA CV. HALBANERO**

Telah disetujui untuk di ajukan kepada Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UN PGRI KEDIRI

Tanggal : 28 Juni 2024

Dosen Pembimbing I



Prof. Dr. H. Sugiono, M.M.
NIDN. 0014015706

Dosen Pembimbing II



Hery Purnomo, M.M.
NIDN. 0721058605

Skripsi oleh :

ISNAINI SAKBANIA
NPM. 2012010321

Judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA CV. HALBANERO**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UN PGRI KEDIRI

Pada Tanggal : 10 Juli 2024

Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua : Prof. Dr. H. Sugiono, M.M.
2. Penguji I : Rino Sardanto, S.Pd., M.Pd.
3. Penguji II : Hery Purnomo, S.E., M.M.



Mengetahui,
Dekan FEB,

Dr. Amin Tohari, M.Si.
NIDN. 0715078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Isnaini Sakbania

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat/tgl. lahir : Kediri/ 08 November 2001

NPM : 2012010321

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Menyatakan sebenarnya, bahwa dalam skripsi ini tidak ada karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan setelah pengetahuan saya, tidak ada karya tulis atau pendapat yang diterbitkan orang lain, kecuali yang secara sengaja

Kediri, 28 Juni 2024
Yang Menyatakan

Isnaini Sakbania
NPM. 2012010321

MOTTO

“Proses yang lambat bukan berarti gagal, tergesa-gesa juga belum tentu berhasil, intinya adalah ketekunan, berdoa serta percaya pada diri sendiri”

“Cukuplah Allah (menjadi penolong) bagi kami dan Dia sebaik-baik pelindung”

(QS. Ali Imron:173)

Kupersembahkan karya ini untuk :

Skripsi ini saya dedikasikan kepada kedua orang tua tercinta yang selalu senantiasa melangitkan doa-doa baik sehingga menjadikan saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

Isnaini Sakbania: Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. HALBANERO, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2024

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Konsumen

CV. HALBANERO adalah perusahaan yang berupaya memberikan solusi pertanian inovatif dan efektif, serta menjawab kebutuhan pelanggan secara global dengan sumber daya yang lebih sedikit. Perusahaan ini tidak hanya fokus pada kualitas produk, tetapi juga interaksi dengan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk membantu perusahaan mengatasi tantangan saat ini dan mempersiapkan masa depan. Kualitas produk dan citra merek yang baik penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendapatkan posisi unggul di pasar. Transparansi mengenai praktik pertanian dan dampak lingkungan juga perlu ditingkatkan.

Penelitian ini akan memberikan wawasan baru tentang kepuasan konsumen di industri pertanian, terutama di daerah pedesaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan yaitu data primer. Sampel penelitian yang digunakan dengan cara menyebarkan kuesioner dengan jumlah 40 responden. Untuk ketepatan perhitungan maka akan digunakan program SPSS Versi 25. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, uji regresi linear berganda serta uji hipotesis.

Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen pada CV. HALBANERO, citra merek, dan kualitas produk semuanya mempengaruhi kepuasan konsumen pada CV. HALBANERO.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan ke Hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. *Sholawat* dan salam semoga tetap tercurah kepada baginda nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. HALBANERO. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terwujud berkat bantuan arahan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini dengan baik;
2. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan kasih sayang yang begitu tulus kepada penulis, selalu memberikan nasihat-nasihat, serta mendukung setiap langkah dan usaha untuk mewujudkan harapan penulis;
3. Dr. Zainal Afandi selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri
4. Dr. Amin Tohari, M.Si. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri;
5. Restin Meilina, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen;
6. Prof. Dr. H. Sugiono, M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan bimbingan;
7. Bapak Hery Purnomo, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan bimbingan;
8. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Manajemen yang memberikan bantuan ilmu dan wawasan kepada penulis selama menyelesaikan proposal ini;
9. Pimpinan beserta divisi lain di CV. HALBANERO yang telah memberikan kesempatan, arahan dan waktunya kepada penulis dalam penelitian guna penyusunan skripsi;

10. Para konsumen CV. HALBANERO yang telah meluangkan waktunya kepada penulis untuk melaksanakan penelitian;
11. Teman temanku tercinta yang telah memberikan semangat, dukungan, hiburan, kesempatan waktu serta perhatiannya terhadap penulis selama menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT. membalas semua kebaikan yang telah bapak, ibu, dan saudara berikan kepada penulis dengan kebaikan yang lebih besar disertai dengan curahan rahmat dan kasih sayang-Nya, Penulis menyadari skripsi ini masih belum sempurna, baik dari materi, penulisan maupun dari segi penyajian karena keterbatasan dan kemampuan penulis. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik untuk kesempurnaan skripsi ini.

Kediri, 28 Juni 2024

Isnaini Sakbania

NPM. 2012010321

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat Teoritis	7
2. Manfaat Praktis	8
BAB II KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS	9
A. Kajian Teori	9
1. Kepuasan Konsumen	9
2. Kualitas Produk.....	12
3. Citra Merek	17
B. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	19
C. Kerangka Berpikir.....	22
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	22
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen.....	23

3. Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen	23
D. Kerangka Konseptual.....	24
E. Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Variabel Penelitian.....	27
1. Identifikasi Variabel Penelitian.....	27
2. Definisi Operasional Variabel.....	28
B. Pendekatan dan Teknik Penelitian	32
1. Pendekatan Penelitian	32
2. Teknik Penelitian	32
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
1. Tempat Penelitian	32
2. Waktu Penelitian.....	33
D. Populasi dan Sampel	33
1. Populasi.....	33
2. Sampel.....	34
E. Instrumen Penelitian dan Uji Instrumen	35
1. Pengembangan Instrumen.....	35
2. Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	36
F. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	40
1. Sumber Data.....	40
2. Teknik Pengumpulan Data.....	41
G. Teknik Analisis Data.....	42
1. Teknik Analisis Deskriptif.....	42
2. Uji Asumsi Klasik.....	43
3. Analisis Regresi Linear Berganda	45
4. Koefisien Determinasi Adjusted R2	46
5. Uji Hipotesis	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	49
B. Deskripsi Data Variabel.....	60
C. Hasil Analisis Statistik.....	64
D. Pengujian Hipotesis	70
E. Pembahasan Dan Interpretasi Data	72
BAB V KESIMPULAN	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu	19
3.1 Kisi-kisi Kuesioner	35
3.2 Uji Validitas	38
3.3 Uji Reliabilitas	39
3.4 Rata-rata Distribusi Frekuensi.	43
4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	59
4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Profesi	60
4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X_1).....	61
4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek (X_2).....	62
4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	63
4.7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
4.8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	68
4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	69
4.10 Hasil Uji t	70
4.11 Hasil Uji F.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual	24
3.1 Peta CV. HALBANERO.....	33
4.1 Sturkur Organisasi CV. HALBANERO	51
4.2 Hasil Uji Normalitas	65
4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Petunjuk Pengisian Kuesioner	83
2. Kuesioner Penelitian	84
3. Tabel Distribusi Kategori Responden Penelitian	89
4. Tabulasi Jawaban Responden Penelitian	93
5. Hasil Uji Frekuensi Kategori Responden.....	98
6. Hasil Uji Frekuensi Jawaban Responden.....	99
7. Hasil Uji Validitas.....	107
8. Hasil Uji Reliabilitas	113
9. Surat Izin Penelitian	114
10. Surat Balasan Perusahaan	115
11. Dokumentasi Penelitian	116
12. Berita Acara	117
13. Cek Plagiasi.....	118

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis pertanian di Indonesia saat ini berada dalam kondisi yang dinamis, menghadapi berbagai tantangan namun juga menawarkan banyak peluang. Dengan dukungan teknologi, kebijakan yang tepat serta inovasi yang berkelanjutan, sektor ini memiliki potensi pertumbuhan yang besar dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional.

Perubahan iklim global berdampak besar dengan curah hujan yang tidak menentu dan suhu ekstrem yang mempengaruhi produktivitas tanaman. Namun, sektor ini juga menghadapi krisis tenaga kerja karena banyak generasi muda yang enggan bekerja di pertanian. Pemanfaatan teknologi *modern* pada sektor pertanian Indonesia memberikan dampak signifikan terhadap produktivitas dan keberlanjutan, antara lain: akses terhadap modal, pemasaran, perubahan iklim, dan lain-lain perlu terus diatasi untuk mencapai keberlanjutan dan peningkatan kesejahteraan petani. Selain itu, upaya pemerintah untuk mendorong kemandirian pangan melalui berbagai program dan kebijakan, serta *tren* peningkatan pertanian organik dan kualitas produk untuk pasar ekspor, menunjukkan adanya peluang besar untuk perbaikan dan keberlanjutan sektor pertanian di Indonesia.

Produk pertanian yang berkualitas tinggi dapat memberikan kepuasan konsumen yang lebih tinggi dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Produk pertanian yang memiliki kualitas baik mampu memenuhi kebutuhan konsumen dalam hal gizi, rasa, dan kesehatan. Selain itu, produk pertanian yang dihasilkan oleh perusahaan pertanian yang berkomitmen terhadap kualitas dan keamanan produk juga dapat mempengaruhi kepuasan pembelian konsumen. Konsumen juga membeli produk pertanian karena mereka ingin mendukung usaha-usaha yang berkelanjutan dan ramah lingkungan, serta ingin memberikan dukungan kepada petani dan peternak yang bekerja keras untuk menghasilkan produk-produk yang baik.

Dengan mengukur kepuasan konsumen secara berkala, perusahaan dapat mengetahui apakah produk atau layanan mereka sesuai dengan harapan konsumen. Produk tersebut memiliki kualitas yang baik, memenuhi kebutuhan mereka dalam hal gizi, rasa, dan kesehatan, serta memberikan kepuasan konsumen yang lebih tinggi. Sehingga hal ini dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan loyalitas konsumen.

Kepuasan konsumen adalah suatu faktor penting yang menjadikan penentu keberhasilan suatu perusahaan. Kepuasan konsumen CV. HALBANERO bergantung pada tindakan dan interaksi perusahaan dengan pembelinya selain barang-barang yang diproduksinya. CV. HALBANERO mampu menawarkan produk nutrisi yang bergizi tinggi dan bebas pestisida berbahaya, serta praktik pertanian berkelanjutan yang menghemat air dan energi serta mengurangi limbah. CV. HALBANERO dapat memberikan

informasi produk secara lengkap dan jelas sehingga memudahkan konsumen dalam berbelanja baik *offline* maupun *online*.

Hanya bisnis dengan produk terbaik yang dapat mengungguli pesaing mereka dalam hal tingkat pertumbuhan dan kinerja jangka panjang. Kualitas produk dapat menjadi keunggulan strategis yang dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan pangsa pasar dan memperoleh keuntungan yang lebih besar (Indra et al., 2022). Kualitas produk, yang mencakup barang dan jasa, memiliki dampak besar pada pangsa pasar, potensi, pemasaran dari mulut ke mulut, bisnis yang berulang, kebahagiaan konsumen, dan loyalitas konsumen (Toeasey & Rakhman, 2023). Penanganan dan penyimpanan yang buruk dapat merusak produk, keterlambatan dalam rantai pasok dapat menyebabkan produk menjadi tidak segar atau rusak serta kerusakan pasca-panen dapat mengurangi volume produk yang dapat dijual, menyebabkan kerugian finansial. Berdasarkan pemaparan permasalahan kualitas produk yang di alami perusahaan maka tujuan diadakannya penelitian ini agar dapat membantu perusahaan memeriksa kualitas produk yang tidak hanya memastikan bahwa mereka memenuhi standar yang ditetapkan, namun juga memberikan nilai tambah kepada konsumen. Hal ini meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan dan mendorong pengembangan jalinan kerjasama dengan klien dan rekan bisnis.

Saat ini, pembeli perlu mempertimbangkan beberapa faktor selain kualitas produk perusahaan, namun juga perlu mempertimbangkan citra merek dari perusahaan tersebut. Citra merek perusahaan yang baik adalah citra yang

dapat meningkatkan kepercayaan, loyalitas, dan kepuasan konsumen melalui kualitas produk, inovasi, keselamatan dan kesehatan, kerjasama dengan petani, kemudahan dan kepuasan, partisipasi dalam komunitas, serta kesetaraan.

Persepsi merek yang positif akan membantu produk berkinerja lebih baik daripada pesaing mereka. Citra merek adalah sejauh mana konsumen mempercayai merek tertentu, atau, dengan kata lain, sejauh mana konsumen mempercayai merek untuk membedakannya dari pesaing (Febriana & Prabowo, 2022). Jika suatu perusahaan berhasil menciptakan persepsi dan cara pandang positif di benak konsumen, maka perusahaan akan memperoleh posisi bersaing yang unggul di pasar (Saputro et al., 2024). Persepsi dan perspektif positif inilah yang menjadi citra merek. Perusahaan di sektor pertanian sering kali menghadapi persepsi negatif dari konsumen dan masyarakat mengenai dampak lingkungan dari praktik pertanian mereka. Isu-isu seperti penggunaan pestisida, penggundulan hutan lahan pertanian, dan kontribusi terhadap perubahan iklim sering kali dipandang negatif.

CV. HALBANERO berupaya sejak awal berdirinya untuk menyediakan solusi benih, nutrisi, dan pengelolaan tanaman yang inovatif dan efektif. Mereka ingin memberikan respons global terhadap kebutuhan spesifik konsumennya. Kebutuhan-kebutuhan baru dan terus berkembang ini terkait dengan semakin langkanya sumber daya dan semakin berharganya sumber daya tersebut. Oleh karena itu, CV. HALBANERO mengambil tantangan untuk menciptakan pembangunan dan kesejahteraan dengan sumber daya yang lebih sedikit. Hal ini berarti menggunakan lebih sedikit lahan, air, dan sarana

teknologi untuk memproduksi dalam jumlah yang lebih besar guna memenuhi kebutuhan pangan seluruh Indonesia. Dengan demikian, CV. HALBANERO dapat meningkatkan efisiensi, mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, dan memberikan solusi yang lebih baik bagi konsumennya.

Berdasarkan kajian diatas yang telah dipaparkan, peneliti memilih beberapa penelitian terdahulu sebagai pembanding dari hasil analisis penelitian yang dilakukan sebagai acuan untuk penelitian yang terjadi selanjutnya. Penelitian pertama dari (Novalia et al., 2020) membahas mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Harapan Tani Indonesia. Penelitian kedua dari (Hakim & Saragih, 2019) yang membahas mengenai Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pupuk NPK Mutiara di UD. Barelang Tani Jaya Batam. Penelitian ketiga dari (Dhiyaurohman et al., 2022) mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Sebagai Moderasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Di UD. Sumber Tani yang berada di Ponorogo, Jawa Timur.

Berkaitan dengan perihal tersebut, maka latar belakang penulis melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. HALBANERO.**

B. Identifikasi Masalah

Masalah-masalah yang telah diuraikan pada latar belakang adanya beberapa masalah dalam penelitian ini :

1. Perusahaan yang bergerak di sektor pertanian memainkan peran penting dalam kehidupan masyarakat, bukan hanya menyediakan pangan dan bahan mentah saja namun juga sering kali menghadapi tantangan dan hambatan dalam menjalankannya
2. Kualitas hasil pertanian memainkan peran utama dalam memenuhi permintaan konsumen dan meningkatkan CV. HALBANERO
3. Citra merek CV. HALBANERO dibandingkan dengan sejumlah bisnis yang beroperasi di industri yang sama, CV. HALBANERO masih dalam tahap pengembangan.
4. Konsumen mengharapkan kualitas produk dan citra merek bisa menarik daya beli masyarakat secara luas

C. Batasan Masalah

Peneliti akan membatasi masalah terkait pembahasan yang akan diteliti agar pembahasan yang nantinya akan dibahas tidak melebar serta lebih terarah. Topik pembahasan akan menjadi isu-isu seputar variabel kualitas produk, citra merek, dan kepuasan konsumen saat membeli barang dari CV. HALBANERO. Konsumen yang membeli produk di CV. HALBANERO adalah objek penelitian.

D. Rumusan Masalah

Dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dari penelitian ini:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV. HALBANERO?
2. Apakah citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV. HALBANERO?
3. Apakah kualitas produk dan citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV. HALBANERO?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini, maka tujuan penelitian pengaruh ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada CV. HALBANERO dalam melakukan pembelian produk
2. Mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen pada CV. HALBANERO dalam melakukan pembelian produk
3. Mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV. HALBANERO dalam melakukan pembelian suatu produk

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Peneliti berharap hasil penelitian ini menjadi acuan penelitian selanjutnya bagi mahasiswa manajemen

- b. Dapat memberikan wawasan ilmu, terutama motivasi dan inovasi selanjutnya

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Universitas Nusantara PGRI Kediri

Temuan penelitian ini dapat ditambahkan ke perpustakaan sebagai sumber daya untuk meningkatkan inovasi pembelajaran, khususnya dalam lingkup bisnis dan manajemen.

b. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber belajar atau panduan bagi mahasiswa dan mahasiswi, sehingga lebih termotivasi untuk menyusun tugas akhir. Hasil penelitian ini diharapkan lebih mengembangkan dan meningkatkan kemampuan berpikir kritis, analitis, dan kreatif.

c. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini mampu meningkatkan kinerja perusahaan dalam upaya mengoptimalkan produk guna memberikan kualitas produk yang baik dan pada kepuasan konsumen.

d. Bagi Peneliti

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat memperluas pengalaman serta menerapkan pengetahuan peneliti yang mana sudah di pelajari selama di bangku perkuliahan sehingga mampu berkontribusi pada pemikiran para peneliti untuk memperluas perpektif mereka dalam ilmu berpikir ilmiah dalam bidang Ekonomi dan Bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas Dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika Unand*, 8(1), 179–188. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Aryanto, U. (2018). Metode Penelitian, 32–41.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Dhyaurohman, A. W., Henryanto, A. G., & Kenang, I. H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Sebagai Moderasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Di Ud. Sumber Tani. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 7(2), 158–169.
- Erna, E. (2022). Bab Ii Kajian Pustaka, 6–25.
- Faradita, P. A., & Widjajanti, K. (2023). Pengaruh Online Customer Review , Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia. *Solusi : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(2), 543–554.
- Febriana, F. D., & Prabowo, R. E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Mirai Management*, 7(1), 298–306. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i1.1928>
- Hakim, L., & Saragih, R. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Npk Mutiara Di Ud. Bareleng Tani Jaya Batam. *Jurnal Ecobisma*, 6(2), 37–53. <http://ojs.stie-labuhanbatu.ac.id/index.php/>
- Huda, M. N. (2019). Manajemen Pemasaran Sekolah. *Ta'dibi : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 8(1), 25.
- Iis, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. 13–45.
- Indra., Sutarno, S., & Anggraini, D. (2022). Analisis Kualitas Produk Di Bisa Group (Sushi Tei) Medan. *Sosmaniora: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 246–255. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i2.589>
- Irawan, P. (2021). Pengaruh Pengawasan Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Unit Pelaksana Teknis Irigasi Musi Rawas Dinas Pekerjaan Umum Pengairan Kabupaten Musi Rawas. *Iqtishaduna*, 4(1), 503–531. <https://doi.org/10.53888/iqtishaduna.v6i1.425>
- Junaidi, J. (2022). Pengaruh Citra Merek And Brand Equity Terhadap Purchase

- Decision* Pia Di Cv. Pia Manalagi Probolinggo. *Bussman Journal : Indonesian Journal Of Business And Management*, 2(2), 254–267. <https://doi.org/10.53363/Buss.V2i2.53>
- Liu, X., & Kao, Z. (2021). Penelitian Tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan E- Commerce Produk Pertanian Yang Khas Xinyi. *Procedia Computer Science*, 199, 1505–1512. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.01.192>
- Marini, Y., & Marina, N. (2019). Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Humaniora : Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi Dan Hukum*, 1(1), 7–20. <https://doi.org/10.30601/Humaniora.V1i1.37>
- Marwanto, B., Welsa, H., & Kurniawan, I. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (Pada Konsumen Produk Sayuran Cv Tani Organik Merapi Pakem Sleman). *Jurnal Kolaboratif Sains*, 5(2), 120–128. <https://doi.org/10.56338/Jks.V5i2.2251>
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi Pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/Abiwara.V1i2.795>
- Murti, W., & Dikto, P. G. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Kepada Loyalitas Pelanggan Pupuk Kujang. *Jurnal Manajemen Fe-Ub*, 8(2), 74–90.
- Noor, F., Utari, W., & Mardi, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Produk Pt. Salim Ivomas Pratama Kecamatan Bojonegoro Kabupaten Bojonegoro). *Jurnal Mitra Manajemen (Jmm Online)*, 4(4), 581–594. <http://E-Jurnalmitramanajemen.com/index.php/Jmm/Article/View/578/509>
- Novalia, C. C., Wijasturi, S., & Sulistiyono, M. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Harapan Tani Indonesia. *Jurnal Widya Ganecwara*, 10(4), 1–9.
- Nurdin. (2019). Operasional Variabel Pada Metodologi Penelitian, 22(11), 23–30. <http://repository.stie-mce.ac.id/id/eprint/1487>
- Ovan, & Saputra, A. (2020). Cami: Aplikasi Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web (Ansari Saleh Ahwar (Ed.). Yayasan Ahwar Cendikia Indonesia.
- Pratidina, N. G. A., & Soesanto, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Daya Tarik Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tisu Tessa Melalui Citra Merek. *Diponegoro Journal Of Management*, 7(3), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/DbR>

- Prayogo, B., Batubara, Z. K., Masli;, & Irhamna, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Kosmetik Wardah.
- Priyanto, M., & Sudrartono, T. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Aksesoris Pakaian Di Toko Mingka Bandung. *Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 2(1), 57–66. <https://doi.org/10.36490/Value.V2i1.184>
- Ramdhani, D., & Widyasari, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Smartphone Oppo. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(3), 1651–1667.
- Ritonga, E. A., & Maryono. (2024). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di Samsat Iii Kota Semarang. *Costing : Journal Of Economic, Business And Accounting*, 7(3), 6336–6334. <https://doi.org/10.60090/Kar.V4i1.907.26-34>
- Saputro, A. D., Utomo, J., & Supriyono, S. (2024). Strategi Pemasaran Berbasis Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Gaya Hidup: Studi Kasus Keputusan Pembelian Konsumen Mobil Mitsubishi Di Kabupaten Kudus. *Journal Of Innovation In Management, Accounting And Business*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.56916/Jimab.V3i1.503>
- Shofwatun, H., Kosasih;, & Megawati, L. (2021). Analisis Kinerja Keuangan Berdasarkan Rasio Likuiditas Danrasio Profitabilitas Pada Pt Pos Indonesia (Persero). *Jurnal Krisna: Kumpulan Riset Akuntansi*, 13(1), 59–74. <https://doi.org/10.22225/Kr.13.1.2021.59-74>
- Sugiono. (2019). Analisi Pengaruh Kinerja Dan Proses Kedatangan Nasabah Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Jakarta Kota. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3, 28–35.
- Toeasey, L. D., & Rakhman, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen. *Action Research Literate*, 7(2), 26–36. <https://doi.org/10.46799/Arl.V7i2.141>
- Triasmika, F. Y. (2024). Memahami Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Tingkat Loyalitas Pelanggan Di Cahaya Tani Garum. *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (Ritmik)*, 6(2), 161–169.
- Tua, G. V. M., Andri;, & Andariyani, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv . Citra Nauli Electricssindo. *Jukim : Jurnal Ilmiah Mutlidisiplin*, 1(4), 140–154.
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

Malang Tahun Angkatan 2013/2014 Dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-B.
Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 51(1), 44–48.