

# TURNITIN.docx

*by* jupensiusrudi1@gmail.com 1

---

**Submission date:** 24-Jul-2025 07:34AM (UTC-0400)

**Submission ID:** 2719885439

**File name:** TURNITIN.docx (106.26K)

**Word count:** 2640

**Character count:** 17559

**1**  
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KEPUASAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

**2**  
**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



**OLEH:**  
**ZAKARIA**  
**NIM. 2019120072**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI**  
**MALANG**  
**2025**

## RINGKASAN

Dalam iklim persaingan bisnis yang semakin kompetitif, mempertahankan loyalitas pelanggan merupakan faktor kritis bagi keberlanjutan perusahaan. Studi ini menganalisis bagaimana kualitas produk, kebijakan harga, dan kepuasan pelanggan membentuk tingkat loyalitas di CV. Kajeye Food. Pendekatan kuantitatif deskriptif diterapkan dengan pengumpulan data melalui accidental sampling terhadap konsumen yang melakukan minimal dua kali pembelian. Teknik analisis regresi linear berganda mengungkap temuan kunci: (1) kualitas produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas, (2) harga secara signifikan meningkatkan komitmen pelanggan, (3) kepuasan berperan krusial dalam membangun loyalitas. Ketiga variabel secara simultan juga terbukti berpengaruh signifikan. Dinamika interaksi ini menciptakan kombinasi sinergis yang memperkuat retensi konsumen, di mana produk berkualitas menjadi landasan kepercayaan, harga kompetitif memperluas daya jangkau pasar, dan kepuasan berfungsi sebagai perekat emosional.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas**

### **SUMMARY**

*In hypercompetitive markets, sustaining customer loyalty proves critical for organizational resilience, prompting this study to analyze how product quality, pricing, and satisfaction collectively drive consumer allegiance at CV. Kajeye Food. Utilizing a descriptive quantitative methodology where data from repeat customers ( $\geq 2$  purchases) was gathered via accidental sampling, multiple linear regression revealed that: (1) product quality directly drives loyalty through value perception, (2) strategic pricing modulates loyalty via cost-value equilibrium, and (3) satisfaction fosters emotional commitment to the brand. The collective interaction of these variables demonstrates significant synergistic impact, forming an integrated loyalty architecture where premium quality establishes trust foundations, value-conscious pricing enhances market accessibility, and satisfaction generates enduring emotional bonds.*

**4** **Keywords:** *Product Quality, Price, Customer Satisfaction, Loyalty*

## **BAB I** **PENDAHULUAN**

### **1.1.Latar Belakang**

Pasar global di Indonesia mengalami ekspansi yang signifikan, dengan industri barang konsumsi menjadi salah satu sektor yang menonjol. Fenomena ini tercermin dari sikap optimis yang tinggi di kalangan pelaku usaha untuk mengembangkan bisnis di dalam negeri, khususnya di Kota Malang yang menunjukkan <sup>16</sup> **kemajuan pesat dalam beberapa tahun terakhir, terutama dalam** kurun waktu 2021 hingga 2023. Antusiasme tersebut menunjukkan keyakinan kuat terhadap potensi pasar dan peluang bisnis yang menggiurkan di kawasan ini.

Persaingan di pasar domestik merupakan suatu keniscayaan, di mana pelaku usaha tidak hanya berhadapan dengan produk lokal sejenis, tetapi juga harus bersaing melawan barang impor. <sup>6</sup> **Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Indonesia memegang** peran krusial, khususnya **dalam** membantu perekonomian **nasional** ketika menghadapi krisis ekonomi (Setyaningrum, 2021). Di sektor pengolahan pangan, industri baik skala kecil maupun menengah terus berkembang, sehingga setiap pelaku dituntut siap berkompetisi dengan memperkuat kinerja dan memastikan kualitas produk agar tetap kompetitif (Bora, Prihatminingtyas & Susanti, 2023).

<sup>12</sup> **Usaha Kecil dan Menengah (UKM)** memainkan **peran** vital **dalam** mendorong **pembangunan ekonomi**, baik di tingkat daerah maupun nasional. Tidak hanya berfungsi sebagai pilar penting bagi perekonomian dan penciptaan lapangan kerja, UKM juga aktif mendistribusikan produk-produk lokal serta menjadi penggerak utama aktivitas pembangunan ekonomi di berbagai wilayah. Fokus pengembangan sektor usaha mikro, kecil, dan menengah akan berkontribusi signifikan terhadap

upaya penurunan angka pengangguran dan kemiskinan di suatu negara. Pertumbuhan dan kemajuan sektor UKM seringkali dijadikan tolak ukur keberhasilan pembangunan, terutama di negara-negara dengan pendapatan per kapita rendah (Bora, Prihatmingtyas & Susanti, 2023).

CV. Kajeye Food adalah pelaku usaha di bidang pangan yang senantiasa memprioritaskan mutu produknya. Kualitas produk dipahami sebagai hasil penilaian komprehensif terhadap suatu barang. Secara konseptual, kualitas dicapai melalui identifikasi seluruh harapan konsumen dan peningkatan nilai produk atau layanan guna memenuhi ekspektasi tersebut. Upaya peningkatan kualitas merupakan proses terus-menerus dalam mencari metode untuk memuaskan keinginan pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan sangat bergantung pada kualitas produk yang tinggi (Setyaningrum & Wati, 2019).

Kepuasan pelanggan dipahami sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja aktual produk atau layanan dengan ekspektasi awalnya (Lus, Prihatmingtyas & Setywati, 2024). Keluhan pelanggan menandakan adanya ketidaksesuaian antara harapan mereka dan kinerja yang diterima, yang pada akhirnya dapat menyebabkan penurunan jumlah pelanggan. Sebaliknya, kepuasan pelanggan terhadap jasa perusahaan memungkinkan penetapan harga produk yang relatif lebih tinggi, karena pelanggan yang telah mengenal kualitas dan pelayanan perusahaan akan merasa harapannya terpenuhi (Lus, Prihatmingtyas & Setywati, 2024).

Harga didefinisikan sebagai nilai moneter yang bersedia dibayarkan konsumen untuk memperoleh suatu produk (Sasongko, Askiyanto & Yuniarti, 2023). Apabila

konsumen menilai mutu barang tidak setara dengan uang yang dikeluarkan, solusinya adalah menurunkan harga per unit. Tanpa penyesuaian ini, pembelian konsumen cenderung lebih rendah dari keinginan mereka. Strategi penetapan harga juga dapat disesuaikan berdasarkan tingkat permintaan pasar (Sasongko, Askiyanto & Yuniarti, 2023).

Loyalitas pelanggan terbentuk dari tingkat <sup>13</sup>kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap produk/jasa yang mereka terima (Jannah, Lestari, Rifa'i, 2020). Kepuasan ini muncul ketika pelanggan merasa perusahaan konsisten memahami dan memenuhi preferensi mereka, sehingga memicu keinginan untuk mempertahankan hubungan. Secara umum, loyalitas mencerminkan kesetiaan berkelanjutan terhadap merek tertentu. Meskipun tidak selalu mutlak berasal dari kepuasan, loyalitas merupakan manifestasi dan kelanjutan dari pengalaman positif konsumen. Perusahaan yang berhasil membangun dan memelihara loyalitas pelanggan akan meraih kesuksesan berkelanjutan (Jannah, Lestari, Rifa'i, 2020).

Kota Malang dipenuhi banyak usaha mikro dan kecil (UMKM) serta CV di industri makanan ringan, termasuk CV. Kajeye Food. Bermula dari usaha rumahan yang dikelola keluarga Ir. Kristiawan, perusahaan ini resmi berdiri akhir tahun 2000. Kajeye Food mengkhususkan diri pada pengolahan buah dan sayur, terutama produksi keripik dan manisan buah dengan merek "SoKressh" & "Kenyil". Produknya menjadi pemasok bagi swalayan dan toko oleh-oleh di Malang serta berbagai kota di Indonesia. Menghadapi ketatnya persaingan bisnis keripik buah, perusahaan perlu mengembangkan strategi agar produknya cepat diterima pasar secara tepat. Oleh karena itu, penulis memilih fokus penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan"

## 1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kualitas produk memengaruhi tingkat loyalitas pelanggan di Kajeye Food?
2. Bagaimana kebijakan harga membentuk loyalitas konsumen terhadap produk Kajeye Food?
3. Bagaimana kepuasan pelanggan mendorong terbangunnya loyalitas pada Kajeye Food?
4. Bagaimana interaksi kualitas produk, harga, dan kepuasan secara bersama-sama membentuk loyalitas pelanggan Kajeye Food??

## 1.3. Tujuan

1. Untuk menganalisis bagaimana kualitas produk memengaruhi tingkat loyalitas pelanggan di Kajeye Food.
2. Untuk menganalisis bagaimana kebijakan harga membentuk loyalitas konsumen terhadap produk Kajeye Food.
3. Untuk menganalisis bagaimana kepuasan pelanggan mendorong terbangunnya loyalitas pada merek Kajeye Food.
4. Untuk menganalisis bagaimana interaksi kualitas produk, harga, dan kepuasan secara simultan membentuk loyalitas pelanggan Kajeye Food.

## 1.4. Manfaat Penelitian

### 1. Bagi Penulis:

- a. Memperluas pemahaman peneliti mengenai keterkaitan antara mutu produk, kebijakan harga, dan loyalitas konsumen.
- b. Temuan yang dihasilkan berpotensi merumuskan kerangka teori baru terkait dinamika perilaku konsumen dan pembentukan loyalitas.

- c. Metodologi yang diterapkan dapat menjadi rujukan penyempurnaan pendekatan riset di bidang pemasaran dan studi perilaku konsumen.
2. Bagi Pelaku Bisnis/Perusahaan:
    - a. Meningkatkan pemahaman mendalam tentang ekspektasi pelanggan terhadap produk dan pengaruh penetapan harga terhadap loyalitas, sehingga dapat merancang strategi peningkatan kepuasan pelanggan secara tepat.
    - b. Menjadi dasar pengambilan keputusan bisnis yang lebih efektif dalam pengembangan produk, kebijakan harga, dan perencanaan pemasaran.
    - c. Pemahaman tentang dampak <sup>17</sup> kualitas produk dan harga terhadap loyalitas memungkinkan perusahaan memperkuat posisi strategis di pasar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afidah, D. A. D., & Rohyani, I. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Sehat Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Bear Brand Di Kebumen. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 4(4), 803-816.
- Afriani, F. (2016). Peluang Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam Ekonomi Indonesia. *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 1(2), 13-32.
- Apriliani, D., Shalihah, N. B., Febila, R., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh kepuasan pelanggan, brand image, dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada membercard. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 20-30.
- Arikunto, S. 2021. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka.
- Audina, C., & Rakhman, A. (2023). Pengalaman dan Kepuasan Berpengaruh Positif terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 24-39.
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1-14.
- Bora, D. H., Prihatminingtyas, B., & Susanti, R. A. D. (2023). *Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Distribusi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UMKM Keripik Tempe Sari Rasa Sanan* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungga Dewi Malang).
- Bryman, A. (2016). *Social Research Methods*. Oxford University Press.
- Darmawan, P. & Wayan, E. (2017). Pengaruh Kepuasan Konsumen Memediasi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Berbelanja Pada Florist Online di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen UNUD*, 6(4), 2076-2104.
- Febriani, F., & Cipta, W. (2023). Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan serta Harga Berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di Kedai Kebab Turkey, Telaga Mas, Karangasem. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(1), 257-266.
- Ferdinand, A. (2020). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firatmadi, A. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. *Journal of Business Studies*, 2(2), 80-105.
- Fitri, A., Sifa, R. L., Bunga, T., Putriku, A. E., & Saragih, L. S. (2024). Analisis Strategi Penetapan Harga yang Dilakukan Salah Satu Distributor Hannochs di Tembung dalam Menghadapi Persaingan. *Student Scientific Creativity Journal*, 2(4), 93-99.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 Kespuluh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Griffin, J. 2010. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Haerudin, H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Study Pada Putri Kembar Katering Semarang). *Value Added: Majalah Ekonomi dan Bisnis*, 16(2).
- Hafidz, G. P., & Muslimah, R. U. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Herbalife. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 253-274.
- Hamdani, Y., Hardilawati, W. L., & Akhmad, I. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek (Studi Kasus Konsumen Biskuit Hatari di Kota Pekanbaru). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 3(2), 980-995.
- Hanifa, O., Kurniawati, T., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(4), 794-803.
- Hidayat, R., Marwati, S., & Yasin, A. (2019). Konsep Balanced Scorecard (BSC) dan Aplikasinya pada Organisasi Pendidikan. *Jurnal Manajemen Pendidikan (JMP)*, 8(2), 297-308.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Unitomo Press.
- Ismail, A., & Yunan, Y. M. (2016). Service quality as a predictor of customer satisfaction and customer loyalty. *LogForum*, 12(4).
- Jannah, S. A., & Hayuningtias, K. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 7(1), 489-500.
- Jannah, K., Lestari, E., & Rifa'i, M. (2020). *Penerapan Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada UMKM Kripik Tempe Rizki Barokah Di Kota Malang)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi).
- Jennifer, J., & Lailita, N. B. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mie Instan dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 13(2), 184-199.
- Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Brand Switching Laptop Merek Asus Ke Merek Lain Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(1), 186-198.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K., L. (2019). *Manajemen Pemasaran Edisi ke Tigabelas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kurriwati, N. (2019). Harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian. *Eco-Entrepreneur*, 5(2), 67-79.

- Laudinsha, B. Y., & Sanggarwati, D. A. (2024). Strategi Efektif untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Bisnis dan Teknologi Informatika*, 1(3), 90-96.
- Lubis, L. N., & Parhusip, A. A. (2023). Pengaruh Kualitas, Kepuasan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Paket Internet Simpati (Studi Pada Mahasiswa Universitas Potensi Utama). *Jurnal Bintang Manajemen*, 1(1), 235-250.
- Lus, Y. A. S. I. N. T. A., Prihatminingtyas, B., & Setywati, Y. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di Kantin Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Kota Malang* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tunggaladewi).
- Massie, C., Tawas, H. N., & Poluan, J. G. (2023). Pengaruh Partner Relationship Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Distributor Pada PT. General Aromatics (Branch Sulut). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(4), 1082-1095.
- Maulana, A. Z., & Sukresna, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi: Pada Pelanggan Produk Roti Que Bread Di Kota Bogor). *Diponegoro Journal of Management*, 11(1).
- Meidea, Z. A. I., Dewi, R. S., & Prabawani, B. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Brand Switching Melalui Ketidakpuasan
- Musyafa, A., Makruf, M. N., Octavian, W. D., Wijaya, W. J., & Hadita, H. (2025). Pengaruh Strategi Media Sosial, Persepsi Kualitas Produk dan Loyalitas Pelanggan Pada J. Co Donuts. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 3(4), 66-83.
- Nisa, F. I., Marslaa, P. H., & Afrinandi, G. (2025). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Restoran Mcdonald's (Studi Kasus pada Mahasiswa Kota Padang di Masa Boikot). *Jurnal Pustaka Aktiva (Pusat Akses Kajian Akuntansi, Manajemen, Investasi, dan Valuta)*, 5(1), 27-33.
- Nopitasari, N., Sentosa, E., & Nursina, N. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Kosmetik Make Over Di Kelurahan Pulogadung). *Ikraith-Ekonomika*, 7(2), 76-86.
- Nurasiah, L., & Rahayu, H. C. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di D'besto Ujung Batu. *Variable Research Journal*, 2(02), 498-506.
- Pitoi, C. D., Tampi, J. R., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Best Western The Lagoon Manado. *Productivity*, 2(1), 1-5.
- Pratama, S. Y., & Sholahuddin, M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 17(1), 116-130.

- Purnama, A. (2022). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sebamed Pada Divisi Dewasa PT Eltean Luhur Kencana Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmiah Publika*, 10(1), 267-272.
- Putri, K. A. A. D., & Rastini, N. M. (2022). Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Kosnumen Teh Gelas Di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen*, 11(10), 1771-1791.
- Safira, D., & Fasa, M. I. (2024). Determinan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan: Harga dan Kualitas Produk Wardah. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 3(4), 444-455.
- Sasongko, T., Askiyanto, M., & Yuniarti, Y. (2023). Pengaruh Harga Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Anvibi Café Malang. *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 11(1), 45-53.
- Senjaliani, V., & Suwamo, H. L. S. (2024). Peran Penggunaan Media Sosial Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepercayaan Pelanggan dan Kualitas Informasi. *Jurnal Manajemen*, 21(2), 158-183.
- Sentiana, S. S. (2018). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 2(2), 247-254.
- Setyaningrum, F. (2021). Kompensasi Meningkatkan Kepuasan Kerja Karyawan Pada Ukm Keramik Dinoyo Malang. *OPTIMA*, 4(2).
- Setyaningrum, F., & Wati, N. J. (2019). Pengaruh kualitas produk, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian ulang. *JAMSWAP: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen STIE Walisongo Pasuruan*, 4(4), 17-25.
- Siregar, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada UMKM. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 1067-1073.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supertini, N. P. S., Telagawati, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 61-73.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1*. Yogyakarta: CV. Andy.
- Walean, A., Lopian, S. J., & Soepeno, D. (2024). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Konsumen Pengguna Provider Kartu Telekomunikasi Tri di Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 12(01), 116-126.
- Wicaksono, A. B., & Widodo, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Surya pasca Scientia*, 13(1), 1-14.
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa, Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Indeks.
- Woen, N. G., & Santoso, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Normal terhadap Kepuasan dan Loyalitas

- Konsumen. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(2), 146-163.
- Yuliza, M., Mursalini, W. I., Almasdi, A., Afniyeni, A., & Nelnis, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan E Commerce Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Azzahra Cake di Kecamatan Kinali. *Jurnal Ilmiah EDUNOMIKA*, 6(2), 959-969.

# TURNITIN.docx

## ORIGINALITY REPORT

<b>17</b> %	<b>17</b> %	<b>5</b> %	<b>4</b> %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>jurnal.unimus.ac.id</b> Internet Source	<b>3</b> %
<b>2</b>	<b>rinjani.unitri.ac.id</b> Internet Source	<b>2</b> %
<b>3</b>	<b>variablejournal.my.id</b> Internet Source	<b>2</b> %
<b>4</b>	<b>Submitted to Universitas Putera Batam</b> Student Paper	<b>1</b> %
<b>5</b>	<b>repository.upi-yai.ac.id</b> Internet Source	<b>1</b> %
<b>6</b>	<b>repository.syekhnurjati.ac.id</b> Internet Source	<b>1</b> %
<b>7</b>	<b>eprints.umpo.ac.id</b> Internet Source	<b>1</b> %
<b>8</b>	<b>es.scribd.com</b> Internet Source	<b>1</b> %
<b>9</b>	<b>ijccd.umsida.ac.id</b> Internet Source	<b>1</b> %
<b>10</b>	<b>jurnal.unpand.ac.id</b> Internet Source	<b>1</b> %
<b>11</b>	<b>library.binus.ac.id</b> Internet Source	<b>1</b> %
<b>12</b>	<b>pascasarjanafe.untan.ac.id</b> Internet Source	<b>1</b> %

13

Moch Fani Andrian, Lilik Indayani, Muhammad Yani. "Analisis kualitas Produk, Variasi Produk, dan Suasana Toko Terhadap Minat Beli Ulang Pada Konsumen Mie Gacoan Krian Sidoarjo", Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING), 2024

Publication

1 %

14

[docplayer.info](http://docplayer.info)

Internet Source

1 %

15

[eprints.ums.ac.id](http://eprints.ums.ac.id)

Internet Source

1 %

16

[www.warungdistributor.com](http://www.warungdistributor.com)

Internet Source

1 %

17

[eprints.umk.ac.id](http://eprints.umk.ac.id)

Internet Source

1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On