

DIES: Dalwa Islamic Economic Studies

Vol. 2 No. 2, Desember 2023

<https://ejournal.uiidalwa.ac.id/index.php/dies/>

## Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap *Consumer Satisfaction* Dimediasi Minat Pembelian

Murni Husna<sup>1</sup>, Iva Khoiril Mala<sup>2</sup>, Sutantri<sup>3</sup><sup>123</sup>Universitas Islam Tribakti Lirboyo Kediri<sup>1</sup>[murnihusna7@gmail.com](mailto:murnihusna7@gmail.com), <sup>2</sup>[ivamala180496@gmail.com](mailto:ivamala180496@gmail.com), <sup>3</sup>[tantrialvano@gmail.com](mailto:tantrialvano@gmail.com)

\*Correspondence

DOI: 10.38073/dies.v2i2.1369

Received: November 2023

Accepted: December 2023

Published: December 2023

### Abstract

The research aims to find out the influence of service quality on customer satisfaction and purchase interest in the case study of Pak No meatball stall. This research was conducted on all customers who bought meatballs at that place. With a population of 100 people and a sample of 78 people. In taking samples, researchers used purposive sampling techniques. The data analysis technique uses Simple Linear Regression analysis using the SPSS 29.01 for Windows application. Based on the results of this research data analysis, it is known that service quality influences customer satisfaction or customer comfort. This can be seen from the significance value of  $0.001 < 0.05$ .

**Keywords:** *Service Quality, Customer Satisfaction, Analysis*

### Abstrak

Penelitian bertujuan untuk mencari tahu pengaruh kualitas pelayanan terhadap *customer satisfaction* serta minat pembelian dalam studi kasus warung bakso Pak No. penelitian ini dilakukan kepada seluruh pelanggan yang membeli bakso ditempat tersebut. Dengan populasi 100 orang dan sampel sebanyak 78 orang. Dalam pengambilan sampel, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data memakai analisis Regresi Linear Sederhana dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS 29.01 *for windows*. Berdasarkan hasil analisis data penelitian ini diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap *customer satisfaction* atau kenyamanan pelanggan. Hal ini dilihat dari nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ .

**Kata Kunci:** *Kualitas Pelayanan, Customer Satisfaction, Analisis*

## PENDAHULUAN

Dalam suatu pasar produk atau jasa bersaing dengan sangat sengit. Salah satu dampak penting adalah pemenuhan kebutuhan pangan. Persaingan terjadi karena perusahaan mengedepankan keunggulan-keunggulannya masing-masing dan berusaha semaksimal mungkin agar pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan<sup>1</sup>. Bisnis dikota Kediri ini sangat beragam, mulai bisnis kuliner, pariwisata hingga bisnis konveksi.

Kualitas pelayanan merupakan faktor yang penting untuk diperhatikan karena merupakan hal mendasar yang dibutuhkan oleh pelanggan. Kualitas pelayanan sangat penting dengan penyediaan dan penerapan fasilitas yang memenuhi keinginan pelanggan. Peningkatan kualitas pelayanan seperti memberikan respon yang tepat waktu, menanggapi keluhan pelanggan, memberikan pelayanan yang ramah dan sopan santun, akan mampu memberikan kepuasan pelanggan<sup>2</sup> serta memberikan peluang terhadap perusahaan bahwa pembeli akan membeli memiliki keinginan untuk membeli kembali.<sup>3</sup>

Kepuasan pelanggan atau emosi pelanggan hanya dapat dikendalikan dengan emosi yang lain, seperti pelayanan. Yang mana pelayanan sangat diutamakan dalam sebuah perusahaan karena pelayanan merupakan perilaku perusahaan dalam menghormati pelanggan dan dipercaya bahwa dengan pelayanan maka konsumen akan memperoleh kesan positif atau yang disebut kepuasan.<sup>4</sup>

Sama dengan usaha-usaha yang lain, warung bakso Pak No yang berada di Pasar Bandar Lor, Kediri juga memiliki beberapa strategi yang diterapkan salah satunya yaitu mengedepankan rasa bukan harga. Yang mana memberikan kenyamanan pelanggan terkait rasa dari bakso itu sendiri lebih di unggulkan daripada memberikan patokan harga yang lebih mahal. Sehingga bisa dibilang bahwa bakso Pak No ini memberikan sudut pandang yang berbeda dari kebanyakan pengusaha. Yang mana biasanya pengusaha lain memberikan patokan bahwa “ada rasa ada harga” sedangkan untuk bakso Pak No ini malah

---

<sup>1</sup> Tri Rusilawati Kasisariah, “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MIE AYAM GOLEK TEGAR LAHAT,” 2023.

<sup>2</sup> Meli Andriyani dan Riski Ardianto, “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank: (The Effect of Service Quality and Product Quality on Bank Customer Satisfaction),” *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis* 1, no. 02 (27 Agustus 2020): 133–40, <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i02.73>.

<sup>3</sup> Nada Dwi Putri Dwi Putri dkk., “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN,” *Journal Of Communication Education* 15, no. 1 (24 Februari 2021), <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>.

<sup>4</sup> Jojo Jalaludin, “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT BINA SEJAHTERA BANGUN PERSADA SERANG BANTEN,” *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis* 1, no. 2 (1 Mei 2021): 40–48, <https://doi.org/10.37481/jmeh.v1i2.212>.

sebaliknya yaitu “rasa lebih utama daripada harga”.

Sesuai dengan wawancara yang sudah peneliti lakukan dengan salah satu karyawan atas nama Amir Mahmud pada tanggal 09 Oktober 2023 bertepatan pada hari Senin, bahwasanya warung bakso Pak No memiliki enam cabang ditempat yang berbeda. Dan salah satu cabang nya berada di Pasar Bandar Lor, Kediri. Cabang ini baru dibuka dua bulan lalu tepatnya pada bulan Agustus 2023. Modal awal yang dibutuhkan dalam membuka cabang ini yaitu sekitar 50-60 juta. Dalam waktu yang relatif singkat bukan berarti bahwa kuliner ini sepi pelanggan, namun sebaliknya kuliner ini cukup populer baik dari kalangan warga pasar itu sendiri ataupun dari luar area pasar seperti mahasiswa dan banyak pembeli tetap baik dari arah barat ataupun timur. Menurut hasil wawancara dengan beberapa pelanggan bahwasanya bakso di warung Pak No ini sangat khas dengan teksturnya yang lembut, sehingga mudah dibelah dan dikonsumsi oleh banyak kalangan.

Dalam kurun waktu kurang lebih dua bulan ini, warung bakso Pak No berhasil meraup *omzet* yang lumayan tinggi. Dimana perharinya warung ini mendapatkan kurang lebih 2,3 juta hingga 2,4 juta sehingga untuk perbulannya berhasil mendapatkan kurang lebih 90 juta.

Warung bakso Pak No ini memiliki dua karyawan tetap dan satu karyawan tambahan pada hari Sabtu dan Minggu. Dalam pengelolaannya, dua karyawan ini memiliki tugas yang berbeda. Yang mana salah satu karyawan bertugas menyiapkan bakso dan yang lain bertugas menyiapkan minuman bagi pelanggan. Sedangkan untuk kasir dijaga oleh karyawan yang bertugas menyiapkan bakso.

Tujuan dalam penelitian ini ialah untuk mengetahui apakah memberikan pelayanan yang baik akan berpengaruh terhadap kenyamanan pelanggan serta terhadap potensi pembelian kembali yang akan dilakukan oleh pelanggan. Sedangkan untuk manfaat dari penelitian ini peneliti dapat mengetahui seberapa pentingnya pelayanan yang baik terhadap pelanggan agar merasa puas serta manfaat bagi penjual atau pengusaha yang peneliti teliti yaitu antaranya adalah penjual dapat meningkatkan kembali pelayanan yang diberikan serta berusaha maksimal dalam meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan.

Menurut <sup>5</sup> menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah menimbang seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen.

---

<sup>5</sup> Susana Maharani, “PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PIZZA HUT,” *IQTISHADEquity jurnal MANAJEMEN* 2, no. 1 (24 Januari 2020), <https://doi.org/10.51804/iej.v2i1.548>.

Menurut <sup>6</sup> kepuasan pelanggan atau *consumer satisfaction* ialah ketika tingkat perasaan seorang pelanggan menyatakan hasil perbandingan antara kinerja penyedia jasa yang diterima dan yang diharapkan.

Sehingga dari aap yang dipaparkan diatas, penulis sangat tertarik untuk mengkaji lebih lanjut pembahasan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa berpengaruhnya kualitas pelayanan terhadap *consumer satisfaction* dengan mengikut pada salah satu jurnal rujukan milik Debby Marthalia dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk (Alfamart Talang Kelapa 2). <sup>7</sup>

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode kuantitatif. Yang mana metode kuantitatif adalah metode statistik yang berfungsi untuk mengolah data yang berbentuk angka. Subjek dari penelitian ini berada pada bagian kualitas pelayanan dan terhadap *consumer satisfaction*. Metode pertama yang digunakan yaitu pengumpulan populasi dan sampel.<sup>8</sup> Populasi dari penelitian ini yaitu seluruh pelanggan tetap Bakso Pak No selama 7 hari. Sampel dari penelitian ini yaitu santri Darussalam dan mahasiswa UIT Lirboyo yang terdiri dari 78 orang. Variabel *Independen* (bebas) dalam jurnal ini ialah kualitas pelayanan (X), dan variabel *Dependen* (terikat) ialah *consumer satisfaction* (Y).

Dalam mengumpulkan data ini ada beberapa teknik yang digunakan oleh peneliti ialah observasi dan wawancara. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti yaitu untuk memperluas pandangan peneliti tentang data-data internal yang sebelumnya belum diketahui serta bertujuan untuk melengkapi data-data yang diperoleh dari angket atau kuesioner.<sup>9</sup> Pengumpulan data yang berupa pertanyaan-pertanyaan secara tertulis yang diajukan oleh peneliti kepada responden untuk mendapatkan jawaban disebut angket.<sup>10</sup>

---

<sup>6</sup> Lilik Trianah, Diah Pranitasari, dan Siti Zahrani Marichs, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan," *Jurnal STEI Ekonomi* 26, no. 01 (4 September 2017): 105–22, <https://doi.org/10.36406/jemi.v26i01.201>.

<sup>7</sup> Debby Marthalia dkk., "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA, Tbk (ALFAMART TALANG KELAPA 2)" 2, no. 2 (2019).

<sup>8</sup> Amar Sani dan Ikrar Putra Setiawan, "Integrasi Nilai Karakter dalam Pembelajaran Keterampilan Menulis Siswa," t.t.

<sup>9</sup> M Riki Umar Dani, Akhmad Samhudi, dan Teguh Wicaksono, "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA WARUNG BAKSO DAN MIE AYAM ELLA SEKUMPUL)," t.t.

<sup>10</sup> Sani dan Setiawan, "Integrasi Nilai Karakter dalam Pembelajaran Keterampilan Menulis Siswa."

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Latar Belakang Tempat Penelitian

Bakso Pak No merupakan UMKM yang berjalan dibidang kuliner. Pada saat ini sudah memiliki 6 cabang yang salah satunya berada di pasar bandar dengan jumlah 2 karyawan tetap dan 1 karyawan tambahan. Modal awal dalam membangun cabang ini menghabiskan 50-60 juta. Warung bakso ini didirikan dengan mengutamakan rasa serta kualitas bahan daripada memberika harga yang relatif tinggi serta meniadakan PPN atau Pajak Pertambahan Nilai.

### Uji validitas data

**Tabel 1. Uji validitas instrument**

Variabel Kualitas pelayanan (X)	r hitung	r tabel	keterangan
X1	0,740	0,227	Valid
X2	0,720	0,227	Valid
X3	0,765	0,227	Valid
X4	0,462	0,227	Valid
X5	0,706	0,227	Valid
X6	0,694	0,227	Valid
X7	0,734	0,227	Valid
X8	0,615	0,227	Valid
X9	0,769	0,227	Valid
X10	0,326	0,227	Valid
X11	0,624	0,227	Valid
X12	0,668	0,227	Valid
X13	0,718	0,227	Valid
X14	0,527	0,227	Valid
X15	0,494	0,227	Valid
X16	0,657	0,227	Valid
X17	0,744	0,227	Valid
X18	0,716	0,227	Valid
X19	0,688	0,227	Valid
X20	0,756	0,227	Valid
X21	0,643	0,227	Valid
Variabel consumer satisfaction (Y)			
Y1	0,638	0,227	Valid
Y2	0,238	0,227	Valid
Y3	0,641	0,227	Valid
Y4	0,391	0,227	Valid
Minat pembelian (Z)			

Z1	0,493	0,227	Valid
Z2	0,311	0,227	Valid
Z3	0,343	0,227	Valid
Z4	0,511	0,227	Valid
Z5	0,485	0,227	Valid

Uji validitas merupakan uji yang berguna untuk mengetahui validitas atau kelengkapan kuesioner yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur dan mengumpulkan data penelitian dari para responden.

Dasar pengambilan uji validitas pearson

Pembandingan nilai r hitung dengan r tabel

- a. Jika r hitung lebih besar dari r tabel maka dinyatakan valid
- b. Jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka dinyatakan tidak valid

### Uji Reliabilitas

**Tabel 2. Uji Reliabilitas**

Reliability Statistics variable kualitas pelayanan (X)	
Cronbach's Alpha	N of Items
.943	21

  

Reliability Statistics variable consumer satisfaction (Y)	
Cronbach's Alpha	N of Items
.829	4

  

Reliability Statistics variable minat pembelian (Z)	
Cronbach's Alpha	N of Items
.044	4

Uji reliabilitas *Cronbach's alpha* bertujuan untuk melihat apakah kuesioner konsisten jika pengukuran dilakukan dengan kuesioner lebih dari satu kali. Dasar pengambilan uji reliabilitas *cronbach's alpha* menurut Wiratna Sujerweni adalah kuesioner dikatakan *reliable* jika nilai *Cronbach alpha* >0,6.

Uji Normalitas

**Tabel 3. Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

N		78	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.49769021	
Most Extreme Differences	Absolute	.106	
	Positive	.106	
	Negative	-.080	
Test Statistic		.106	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.032	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.	.028	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.024
		Upper Bound	.032

Tabel diatas menunjukkan bahwa variable residual tidak berdistribusi normal. Hal ini dibuktikan dengan besarnya nilai asymp. Sig. (2-tailed) yaitu sebesar 0,032 lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05.

Dasar pengambilan keputusan

1.jika nilai signifikansi >0,05 maka nilai residual berdistribusi normal

Jika nilai signifikansi <0,05 maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

**Tabel 4. Tabel t  
Coefficients**

	Unstrandardized Coefficients		Standardized coefficients	t	Sig.
	B	Std.Error	Beta		
1 (constant)	-4.579	4.441		-1.031	.306
KUALITAS PELAYANAN	.185	.018	.755	10.110	<,001
MINAT PEMBELIAN	.330	.308	.080	1.072	.287

$$t = [t_{\alpha}; (df = n - k)]$$

$\alpha$  = tingkat signifikansi

n = banyaknya sample

k = banyaknya variable

diket:

n = 78

k = 3

$\alpha = 5\% (0,05)$

$t = [5\%; (df=78-3)]$

$t = (0,05; 75)$

Jadi nilai t tabel pada  $n=78$  dan  $k=3$  dengan nilai signifikansi 5% adalah 1,665425 atau 1,666

Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap *consumer satisfaction* karena nilai signifikansi kualitas pelayanan  $<0,001$  yang mana nilai ini lebih kecil dari 0,05 ( $<0,05$ ).

### Uji Linearitas

**Tabel 5. Uji Linearitas ANOVA Table**

			Sum of square	df	Mean square	F	Sig.
Costumer satisfaction Kualitas pelayanan	between groups	(combined) Linearity	330.212	30	11.007	5.072	<0,001
		Deviation from linearity	259.501	1	259.501	119.568	<0,001
			70.711	29	2.4382.170	1.123	0,354
	Within groups		102.006	47			
	total		432.218	77			

Sumber: Data spss 29.0

Berdasarkan pada tabel 5. Menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada Deviation From Linearity adalah 0,354. Hal ini diartikan bahwa probabilitas lebih besar dari 0,05 yaitu  $0,354 > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan (X) dan *costumer satisfaction* (Y) memiliki hubungan yang linear.

### Uji Regresi Linear Sederhana

**Tabel 6. Uji regresi linear sederhana**

model	Sum of squares	df	Mean square	F	Sig.
1 regression	259.501	1	259.501	114.187	<0,001
residual	172.717	76	2.273		
Total	432.218	77			

Bila nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka variabel X berpengaruh terhadap variable Y. jika signifikansi lebih dari 0,05 maka variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai F hitung = 114.187 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ , maka model regresi dapat dipakai untuk



memprediksi variable kualitas pelayanan atau dengan kata lain ada pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap *costumer satisfaction* (Y).

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y itu dapat dibuktikan dengan tabel dibawah ini:

**Tabel 7. Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.775 <sup>a</sup>	.600	.595	1.508

a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan

Table diatas menjelaskan besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) yaitu sebesar 0,775. Dari hasil output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R square) sebesar 0,600, artinya besarnya pengaruh variable independen (kualitas pelayanan) terhadap variable dependen (*consumer satisfaction*) adalah sebesar 60%.

**Uji Sobel Test**

Sobel test ialah uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan yang melalui sebuah variable mediasi secara signifikan mampu sebagai mediator dalam hubungan tersebut.

**Tabel 8. Tabel Acuan Perhitungan Sobel Test**

Variabel	Unstandarized	Std. Error
Kualitas pelayanan terhadap minat pembelian	0,185 (a)	0,018 (sa)
Minat pembelian terhadap <i>consumer satisfaction</i>	0,330 (b)	0,308 (sb)

**Tabel 9. Hasil Calculation Sobel Test**

Kualitas pelayanan		Test statistic	p-value	kesimpulan
a	0,185	1.0656	0.2865	Tidak berpengaruh signifikan
b	0,330			
sa	0,018			
sb	0,308			

**SIMPULAN**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, hasil penelitian uji validitas dinyatakan valid. Serta pengaruh antara variabel X dan Y sebesar 60%. Yang mana variabel X (kualitas pelayanan) sangat mempengaruhi variabel Y (*costumer satisfaction*). Dengan kualitas pelayanan yang baik dan memadai itu

akan membuat minat pembelian pelanggan semakin meningkat dan pelanggan puas serta nyaman terhadap pelayanan yang diberikan.

Dari hasil uji sobel test dapat kita ketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat pembelian (Z), namun ternyata variabel minat pembelian (Z) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel *consumer satisfaction* (Y).

Setelah peneliti mengetahui hasil dari penelitian ini, peneliti menyarankan kepada peneliti-peneliti yang akan mendatang untuk lebih mengorek informasi tentang objek yang akan diteliti, serta untuk pemilik usaha ini peneliti menyarankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan serta memenuhi harapan pelanggan agar pelanggan memiliki niat untuk membeli produk yang disajikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andriyani, Meli, dan Riski Ardianto. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank: (The Effect of Service Quality and Product Quality on Bank Customer Satisfaction)." *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis* 1, no. 02 (27 Agustus 2020): 133-40. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i02.73>.
- Jalaludin, Jojo. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT BINA SEJAHTERA BANGUN PERSADA SERANG BANTEN." *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis* 1, no. 2 (1 Mei 2021): 40-48. <https://doi.org/10.37481/jmeh.v1i2.212>.
- Kasisariah, Tri Rusilawati. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MIE AYAM GOLEK TEGAR LAHAT," 2023.
- Maharani, Susana. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PIZZA HUT." *IQTISHADequity jurnal MANAJEMEN* 2, no. 1 (24 Januari 2020). <https://doi.org/10.51804/iej.v2i1.548>.
- Marthalia, Debby, Kemas Welly Angga Permana, Tutik Pebrianti, Indah Mawarni, dan Sri Sutandi. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA, Tbk (ALFAMART TALANG KELAPA 2)" 2, no. 2 (2019).
- Putri, Nada Dwi Putri Dwi, Dewiana Novitasari, Teguh Yuwono, dan Masduki Asbari. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN." *Journal Of Communication Education* 15, no. 1 (24 Februari 2021). <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>.
- Triana, Lilik, Diah Pranitasari, dan Siti Zahrani Marichs. "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan." *Jurnal STEI Ekonomi* 26, no. 01 (4 September 2017): 105-22. <https://doi.org/10.36406/jemi.v26i01.201>.