

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Di Kedai Pak Miko Kediri Tahun 2026

Machsun¹, Ilyas Indra², Dika Zaim Adlhan³

STIE IBMT Surabaya^{1,2,3}

Corresponding Author: machsun.bb@gmail.com

ilyasibmt@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: word of mouth, quality, price, purchasing decisions

Received : 20, Mei

Revised : 30, Mei

Accepted : 20, Juni

©2025 The Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the influence of product quality, service quality, and price on customer loyalty at Kedai Pak Miko Kediri. This study employs an observational design with a cross-sectional approach. The sampling technique used is accidental sampling. The population of this study consists of all customers of Pak Miko's shop in Kediri. The sample comprises 96 respondents. The independent variables are product quality, service quality, and price, while the dependent variable is customer loyalty. Statistical data analysis was conducted using a logistic regression test. The results of this study indicate that product quality influences customer loyalty at Kedai Pak Miko Kediri (0.010), service quality influences customer loyalty at Kedai Pak Miko Kediri (0.009), and price influences customer loyalty at Kedai Pak Miko Kediri (0.001). Product quality, service quality, and price influence customer loyalty at Kedai Pak Miko Kediri.

PENDAHULUAN

Persaingan industri kuliner di Indonesia sekarang ini semakin ketat seiring dengan perubahan pola berpikir, gaya hidup, sikap konsumen dan kemajuan teknologi. Perubahan tersebut membuat pelaku bisnis kuliner harus mencari strategi yang tepat untuk dapat merebut pasar dan mempertahankan existensinya. Pelaku bisnis kuliner dituntut untuk lebih memahami preferensi konsumen, inovatif dan kreatif. Selain itu agar dapat bersaing pengusaha kuliner harus memiliki strategi pemasaran yang tepat dalam memasarkan produk kulinernya dan menjaga loyalitas pelanggannya. ketatnya persaingan usaha ini juga menjadi permasalahan di Kedai Pak Miko Kediri.

Loyalitas pelanggan sangat penting bagi pengusaha untuk menjaga kelangsungan usahanya. Oleh sebab itu, perusahaan harus tetap mempertahankan para pelanggan dengan cara meningkatkan loyalitas pelanggan karena, hal tersebut merupakan salah satu aset terbesar yang menjadi peluang kesuksesan yang akan didapat oleh perusahaan. Loyalitas pelanggan merupakan komitmen jangka panjang pelanggan, yang dinyatakan dalam bentuk perilaku dan sikap yang loyal terhadap perusahaan dan produknya, dengan cara mengonsumsi secara teratur dan berulang sehingga

perusahaan dan produknya menjadi bagian penting dari proses konsumsi yang dilakukan oleh pelanggan (Priansa,2017).

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan antara lain yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga. Kualitas produk ikut menentukan pesat tidaknya perkembangan perusahaan tersebut. Apabila dalam situasi pemasaran yang semakin ketat persaingannya, peranan kualitas produk semakin besar dalam perkembangan perusahaan. Kualitas produk merupakan hal yang penting terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Menurut Vildayanti, R. A., & Saputra, F. (2025) menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Menurut Hidayat & Rayuwanto (2022) kualitas produk yaitu kemampuan yang dapat dilihat dari produk dalam menjalankan fungsinya yang meliputi kendala produk, ketepatan produk, daya tahan produk itu sendiri, dan pemeliharaan produk tersebut. Kualitas produk dimana suatu konsumen.

Kualitas pelayanan juga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan adalah kualitas layanan sebagai personalisasi detail ketika kualitas tersebut dianggap sebagai tingkat keunggulan yang dapat dicapai. (Adimah et al., 2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen ini ditunjukkan hasil penelitian Felicia (2024) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Menurut Kotler (2018:308), harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Harga merupakan hal yang diperhatikan konsumen saat melakukan pembelian. Sebagian konsumen bahkan mengidentifikasi harga dengan nilai. Penelitian Sari (2023) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan di Kedai Pak Miko Kediri pada bulan April 2026 diketahui bahwa 7 orang merupakan pelanggan loyal sedang 3 orang pelanggan diketahui tidak loyal. Ada beberapa alasan yang dikemukakan oleh pelanggan mengapa kurang loyal diantaranya terkait harga dan kualitas layanan.

Berdasarkan fenomena diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Di Kedai Pak Miko Kediri Tahun 2026”.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Kotler dan Armstrong (2018) mendefinisikan kualitas produk sebagai keseluruhan ciri dari suatu produk maupun pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan ataupun tidak.

Menurut Pahmi (2024) dikatakan bahwa kualitas produk meliputi usaha atau melebihi harapan pelanggan serta mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan. Kualitas produk juga meliputi kondisi yang selalu berubah ketika kualitas saat ini dianggap berpengaruh positif terkadang dianggap kurang berkualitas pada waktu yang mendatang. Menurut Hidayat &

Rayuwanto (2022) kualitas produk yaitu kemampuan yang dapat dilihat dari produk dalam menjalankan fungsinya yang meliputi kendala produk, ketepatan produk, daya tahan produk itu sendiri, dan pemeliharaan produk tersebut. Kualitas produk dimana suatu konsumen.

Kualitas produk menunjukkan sejauh mana suatu produk dapat berfungsi dengan optimal. Hal ini mencakup berbagai aspek, seperti daya tahan, ketelitian, kemudahan dalam penggunaan, inovasi produk, dan elemen-elemen bernilai lainnya. (Sisno, 2020)

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah kendali atas tingkat keunggulan yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhan pelanggan (Tjiptono, 2016). Pelanggan akan puas dengan pelayanan atau kualitas pelayanan jika mereka menerima pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan (Firmansyah, 2018).

Crosby, Lethimen, dan Whyckoff, mendefinisikan kualitas layanan sebagai personalisasi detail ketika kualitas tersebut dianggap sebagai tingkat keunggulan yang dapat dicapai. Untuk mencapai manfaat tersebut, ada pelatihan yang berkelanjutan untuk memenuhi kebutuhan pengguna jasa. Kualitas layanan esensial didefinisikan sebagai bentuk akhir yang diperoleh dengan membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan yang mereka harapkan (Adimah et al., 2022).

Harga

Harga didefinisikan sebagai sebuah takaran yang dihitung dengan nilai melalui penetapan proses negosiasi antara penjual dan pembeli yang ditunjukkan kepada konsumen, atau bisa juga ditetapkan oleh penjual untuk kesamaan nilai jual bagi semua pembeli. (Arif Fakhruddin, 2022)

Harga adalah nilai yang mencerminkan manfaat produk dibandingkan dengan biaya produksinya. Konsumen biasanya menilai produk berdasarkan logika, termasuk bahan bakunya, dan manfaat tinggi seringkali diiringi dengan biaya produksi yang besar (Fandy Tjiptono, 2018).

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen jangka panjang pelanggan, yang dinyatakan dalam bentuk perilaku dan sikap yang loyal terhadap perusahaan dan produknya, dengan cara mengonsumsi secara teratur dan berulang sehingga perusahaan dan produknya menjadi bagian penting dari proses konsumsi yang dilakukan oleh pelanggan (Priansa, 2017). Sedangkan menurut Amanda (2019) loyalitas pelanggan adalah dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk/jasa yang dihasilkan oleh badan usaha tersebut membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses pembelian berulang-ulang tersebut.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan merupakan keinginan kuat pelanggan untuk tetap menggunakan suatu jasa

atau produk yang dihasilkan oleh produsen yang ditunjukkan dengan perilaku pembelian ulang.

Hipotesis

1. Ada Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kedai Pak Miko Kediri.
2. Ada Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kedai Pak Miko Kediri.
3. Ada Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kedai Pak Miko Kediri.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan desain observasional dengan pendekatan *crossectional*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Accidental sampling*. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen kedai pak Miko Kediri. Sampel penelitian sebanyak 96 responden. Variabel independen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga. Sedangkan variabel dependen penelitian ini yaitu loyalitas pelanggan. Analisis data statistik menggunakan uji *regresi logistik*.

HASIL PENELITIAN

Kualitas Produk

Tabel 1. Distribusi Frekuensi variabel Kualitas Produk Di Kedai Pak Miko Kediri Tahun 2026

Kualitas Produk	Frekuensi	Prosentase (%)
Kurang	26	27.1
Baik	70	72.9
Total	96	100.0

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa sebagian besar responden menyatakan Kualitas Produk dalam kategori baik yaitu sebanyak 70 orang (72.9%).

Kualitas Pelayanan

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Kualitas Pelayanan Di Kedai Pak Miko Kediri Tahun 2026

Kualitas Pelayanan	Frekuensi	Prosentase (%)
Kurang	33	34.4
Baik	63	65.6
Total	96	100.0

Berdasarkan tabel 2. Diketahui bahwa sebagian besar responden menyatakan Kualitas Pelayanan dalam kategori baik yaitu sebanyak 63 orang (65.6%).

Harga

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan harga Di Kedai Pak Miko Kediri Tahun 2026

Harga	Frekuensi	Prosentase (%)
Tidak Terjangkau	36	37.5
Terjangkau	60	62.5
Total	96	100.0

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa harga dalam kategori terjangkau yaitu sebanyak 60 orang (62.5%).

Loyalitas Pelanggan

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Loyalitas Pelanggan Di Kedai Pak Miko Kediri Tahun 2026

Loyalitas Pelanggan	Frekuensi	Prosentase (%)
Tidak Loyal	32	33.3
Loyal	64	66.7
Total	96	100.0

Berdasarkan tabel 4. diketahui bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa Loyalitas Pelanggan dalam kategori beli yaitu sebanyak 64 orang (66.7%).

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kedai Pak Miko Kediri

Tabel 5 Hasil analisis data menggunakan uji regresi logistik tentang pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kedai Pak Miko Kediri

Kualitas Produk	Loyalitas Pelanggan				Total	Nilai sig.	Exp(B)/ Odds Ratio
	Tidak Loyal		Loyal				
	N	%	N	%			
Kurang	12	12.5	14	14.6	26	0,010	4,146
Baik	20	20.8	50	52.1	70		
Total	32	33.3	64	66.7	96		

Berdasarkan tabel 5 tentang hasil analisis data menggunakan uji regresi logistik tentang pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kedai Pak Miko Kediri diketahui nilai signifikansi sebesar $0,010 < 0,05$ dan nilai Odds rasio sebesar 4,416. Sehingga dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kedai Pak Miko Kediri.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kedai Pak Miko Kediri

Tabel 6 Hasil analisis data menggunakan uji regresi logistik tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kedai Pak Miko Kediri

Kualitas Pelayanan	Loyalitas Pelanggan				Total	Nilai sig.	Exp(B)/ Odds Ratio
	Tidak Loyal		Loyal				
	N	%	N	%			
Kurang	14	14.6	19	19.8	33	0,009	4,454
Baik	18	18.8	45	46.9	63		
Total	32	33.3	64	66.7	96		

Berdasarkan tabel 6 tentang hasil analisis data menggunakan uji regresi logistik tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kedai Pak Miko Kediri diketahui nilai signifikansi sebesar $0,009 < 0,05$ dan nilai Odds rasio sebesar 4,454. Sehingga dapat dinyatakan bahwa ada Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kedai Pak Miko Kediri.

Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kedai Pak Miko Kediri

Tabel 7 Hasil analisis data menggunakan uji regresi logistik tentang Pengaruh harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kedai Pak Miko Kediri

Harga	Loyalitas Pelanggan				Total	Nilai sig.	Exp(B)/ Odds Ratio
	Tidak Loyal		Loyal				
	N	%	N	%			
Tidak Terjangkau	18	18.8	18	18.8	36	0,001	5,947
Terjangkau	14	14.6	46	47.9	60		
Total	32	33.3	64	66.7	96		

Berdasarkan tabel 7 tentang hasil analisis data menggunakan uji regresi logistik tentang Pengaruh harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kedai Pak Miko Kediri diketahui nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai Odds ratio sebesar 5,947. Sehingga dapat dinyatakan bahwa ada Pengaruh harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kedai Pak Miko Kediri.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kedai Pak Miko Kediri.

Berdasarkan hasil analisis menggunakan uji regresi logistik tentang pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kedai Pak Miko Kediri diketahui nilai signifikansi sebesar $0,010 < 0,05$ dan nilai Odds ratio sebesar 4,416. Sehingga dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kedai Pak Miko Kediri.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa ada pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Semakin tinggi kualitas produk maka loyalitas pelanggan atau kepuasan pelanggan akan meningkat. Terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Semakin tinggi kualitas produk maka akan semakin tinggi pula loyalitas pelanggan. (Handayani, 2024). Hasil penelitian yang sejalan juga dinyatakan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Santi, 2024). Kemudian penelitian lain yang mendukung penelitian ini dilakukan oleh Vildayanti, R. A., & Saputra, F. (2025) menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil penelitian ini juga menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Salsabila Nur Azizah, & Natal Indra, 2024).

Menurut asumsi peneliti ada pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas produk yang ditawarkan di Kedai Pak Miko Kediri terbukti mampu meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal tersebut juga ditunjukkan oleh hasil penelitian yang menyatakan bahwa sebagian besar responden menyatakan Kualitas Produk dalam kategori baik yaitu sebanyak 70 orang (72.9%). Menurut asumsi peneliti kualitas produk yang baik merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan peluang konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Semakin baik kualitas produk maka akan semakin tinggi peluang konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Pembelian ulang merupakan salah satu bentuk loyalitas pelanggan yang dapat meningkatkan penjualan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kedai Pak Miko Kediri.

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan uji regresi logistik tentang pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kedai Pak Miko Kediri diketahui nilai signifikansi sebesar $0,010 < 0,05$ dan nilai Odds ratio sebesar 4,416. Sehingga dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kedai Pak Miko Kediri.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Santi,N.M.R.U (2024) yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian Vildayanti, R. A., & Saputra, F. (2025) juga menunjukkan hasil yang sama bahwa Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Penelitian Shevchenko, R., Kosasih, H., & Lisa. (2024) juga memiliki hasil yang sama yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PO Trijaya. Hasil penelitian ini juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan(Felicia, 2024)

Menurut asumsi peneliti ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan di Kedai Pak Miko Kediri terbukti mampu meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal tersebut juga ditunjukkan oleh hasil penelitian yang menyatakan bahwa sebagian besar responden menyatakan kualitas pelayanan di Kedai Pak Miko Kediri dalam kategori baik yaitu sebanyak 63 orang (65.6%). Pelayanan yang baik terhadap pelanggan akan meningkatkan peluang konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Kualitas pelayanan harus menjadi perhatian apabila ingin meningkatkan jumlah penjualan. Kualitas pelayanan terbukti meningkatkan loyalitas pelanggan. Seiring meningkatkan loyalitas akan meningkatkan pula tingkat penjualan, begitu juga sebaliknya apabila kualitas pelayanan menurun maka akan menurunkan loyalitas pelanggan dan pada akhirnya akan berakibat menurunnya tingkat penjualan.

Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kedai Pak Miko Kediri.

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan uji regresi losgistik tentang Pengaruh harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kedai Pak Miko Kediri diketahui nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai Odds rasio sebesar 5,947. Sehingga dapat dinyatakan bahwa ada Pengaruh harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kedai Pak Miko Kediri.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Vildayanti, R. A., & Saputra, F. (2025) bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Penelitian lain yang juga sejalan menyatakan bahwa ada pengaruh positif harga terhadap loyalitas konsumen (Ainun, N, 2023). Hasil penelitian yang juga sejalan menyatakan ada pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan (Aslamiyah, T.,2024). Penelitian yang juga mendukung juga menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan pada harga terhadap loyalitas pelanggan di usaha Wakhid Pentol. Harga yang terjangkau akan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Konsumen akan melakukan pembelian ulang jika harga yg ditetapkan terjangkau. (Rosyidi,2023). Kemudian menurut Sari (2023) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan analisis diketahui Menurut asumsi peneliti harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Kedai Pak Miko Kediri. Pendapat tersebut juga didukung oleh hasil penelitian yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa harga dalam kategori terjangkau yaitu sebanyak 60 orang (62.5%). Harga yang terjangkau akan meningkatkan peluang konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Keterjangkauan harga

akan dapat secara langsung memberikan kontribusi dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan. Menurut asumsi peneliti penetapan harga akan menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Loyalitas konsumen meningkat apabila dalam melakukan pembelian akan merasakan manfaat produk sama dengan atau lebih besar dengan besarnya uang yang dikeluarkan.

KESIMPULAN

Kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kedai Pak Miko Kediri. Meningkatkan kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga yang terjangkau dapat meningkatkan Loyalitas Pelanggan.

PENELITIAN LANJUTAN

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan penting bagi Kedai Pak Miko Kediri agar tetap mempertahankan kualitas produk, harga yang terjangkau dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan penjualan. Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dan pertimbangan bagi peneliti berikutnya agar lebih kritis dalam memecahkan masalah sehingga dapat menghasilkan temuan yang lebih komprehensif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terbitnya artikel ini tidak lepas dari kontribusi berbagai pihak, untuk itu ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada rekan-rekan yang telah meluangkan waktu dan berkontribusi baik berupa kritik dan saran yang membangun yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas penelitian. Semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu memberikan Rahmat dan petunjuk bagi kita semua. Amin.

DAFTAR PUSTAKA

- Adimah, N., Nasution, M. I., & Oktriawan, W. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Muttaqien*, 3(2), 177-194.
- Ainun, N., & Waruwu, K. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Kosmetik Merek Emina Di Jihan Shop Binjai. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 94-109. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i1.766>
- Aslamiyah, T., & Sanita Putra, A. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran A&W Galuh Mas Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(20), 883-890. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14490845>
- Fandy, Tjiptono. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : Andi
- Fandy Tjiptono. (2018). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*, 1st ed.; Yogyakarta: CV Andi, 467

- Felicia, Nagjudin, Yuliana, & Hutabarat, F. A. M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(3), 654-659. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i3.1045>
- Handayani, D. R., & Dewi, L. A. P. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan GTP Coffee Di Kabupaten Bandung. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(3), 1519-1526. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i3.2486>
- Hidayat, R. R., & Rayuwanto, R. (2022). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Keizai*, 3(2), 3826-3833. <https://doi.org/10.56589/keizai.v3i2.292>
- Kotler, P., & Armstrong, G (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education.
- Pahmi, S. E. (2024). Kualitas produk dan harga mempengaruhi minat beli masyarakat. Nas Media Pustaka.
- Rosyidi, M. A. Z., Muhtarom, A., & Khitam, M. C. (2023). Analisis Harga, Cita Rasa, Lokasi, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian Pada Usaha Wakhid Pentol. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 16(1), 115-130. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v16i1.300>
- Santi, N. M. R. U., Semara, I. M. T., & Parwati, K. S. M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 3(9), 1620-1634. <https://doi.org/10.22334/paris.v3i9.884>
- Shevchenko, R., Kosasih, H., & Lisa. (2024). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada PO Trijaya. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(3), 687-695. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i3.1044>
- Salsabila Nur Azizah, & Natal Indra. (2024). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan di Shopee . *MASMAN Master Manajemen*, 2(3), 35-46. <https://doi.org/10.59603/masman.v2i3.436>
- Sari, D. I. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan McDonald's Jakarta Timur. *Jurnal EMT KITA*, 7(4), 896-905. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i4.1501>
- Sisno Riyoko.(2020).*Dasar-Dasar Pemasaran*, Cetakan 1;Yogyakarta: Markumi, , 67.
- Vildayanti, R. A., & Saputra, F. F. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pengguna Provider Internet Kartu XL Wilayah Tangerang Selatan). *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 21(2), 254-259. <https://doi.org/10.31967/relasi.v21i2.927>