

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Nagasyndo Berkat Tritunggal

Ida Bagus Alit Ksama Putra¹, Muhammad Refki Novesar², Putri Dwi Novrina³,
Florentina Blandina Parapaga⁴, I Putu Ajie Windu Kertayoga⁵, Iuh Sri Kasih⁶,
Gunardi⁷

¹Universitas Pertamina

²Institut Seni Indonesia Padangpanjang

³STIE Pembangunan Tanjungpinang

⁴Universitas Musamus

⁵Politeknik Negeri Lampung

⁶STIE Satya Dharma

⁷Politeknik Pajajaran

¹Idabagusalit94@gmail.com, ²refki.novesar@isi-padangpanjang.ac.id,

³pdnovrina13@gmail.com, ⁴flopaga@unmus.ac.id, ⁵Ajiewindu@polinela.ac.id,

⁶sriksasih71@gmail.com, ⁷goenhadis@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di PT. Nagasyndo Berkat Tritunggal. Metode Deskriptif Kuantitatif dengan bantuan analisa statistika digunakan dalam penelitian ini, dan menunjukkan bahwa ada hubungan yang cukup kuat dan positif antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen, dan juga diketahui bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk memiliki pengaruh kuat terhadap kepuasan konsumen yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan, dengan keakuratan 0,680 pada korelasi kuat, oleh karena itu, hipotesis penelitian ini diterima. Agar konsumen selalu mendapatkan produk berkualitas yang sesuai dengan harapan, maka pengawasan terhadap kualitas hendaknya senantiasa ditingkatkan dan dijaga dengan baik, sehingga selalu terwujud kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Produk; Kepuasan konsumen; Konsumen

Abstract

The purpose of this study was to determine the relationship and influence of product quality on customer satisfaction at PT. Nagasyndo Blessings of the Trinity. The Quantitative Descriptive Method with the help of statistical analysis is used in this study and shows that there is a fairly strong and positive relationship between product quality and customer satisfaction, and it is also known that product quality has a significant influence on customer satisfaction. Product quality has a strong influence on consumer satisfaction, which shows a positive and significant effect with an accuracy of 0.680 on a strong correlation; therefore, the research hypothesis is accepted. In order for consumers to always get quality products that meet expectations, quality control should always be improved and maintained properly so that consumer satisfaction is always realized.

Keywords: Product Quality; Product; Consumer Satisfaction; Consumer.

Diterima;; Direvisi;; Disetujui:

PENDAHULUAN

Untuk tetap kompetitif di era global saat ini, perusahaan harus selalu berkinerja tinggi dan mampu menyesuaikan diri dengan berbagai perubahan. Industri tekstil dan produk tekstil (TPT) yang menjadi sektor unggulan tercatat telah hampir 100 tahun, memberikan nilai tambah yang signifikan bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sektor ini, pada tahun 2021 mengalami pertumbuhan investasi sebesar 6,5 trilyun rupiah, 2,4

Putra, Ida Bagus Alit Ksama. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Nagasyndo Berkat Tritunggal. *Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi Kewirausahaan Vol*

How to cite: 14(4):Halaman

E-ISSN:

Published by:

trilyun rupiah pada tahun 2022. Selain itu, kontribusi ekspor industri TPT terhadap total PDB industri pengolahan nonmigas pada triwulan pertama 2022 sebesar 6,33%. Tingginya persaingan mengharuskan perusahaan meningkatkan kreativitas dan inovasi dan melakukan pengembangan bisnis sehingga meraih keunggulan bersaing (*competitive advantage*), karena inovasi-inovasi dan berbagai temuan baru lahir dari pemikiran-pemikiran yang kreatif (Nabila et al., 2023).

Produk adalah barang yang dijual di pasar untuk dilihat, digunakan, dimiliki, atau dikonsumsi untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan (Nuryanti et al., 2023). Hampir semua yang termasuk dalam proses produksi adalah benda nyata yang dapat dirasakan, diraba, dan dilihat. Singkatnya, produk adalah semua barang yang dapat memenuhi kebutuhan manusia. Namun, kualitas, juga dikenal sebagai mutu, adalah tingkat kualitas sesuatu (Nur et al., 2023). Dalam bidang bisnis, rekayasa, dan manufaktur, istilah ini banyak digunakan untuk konsep dan teknik seperti *Six Sigma*, *Total Quality Management*, dan *Kaizen*. Konsumen akan mencari produk berkualitas tinggi untuk memenuhi kebutuhannya. Konsumen semakin berhati-hati saat memilih dan menilai produk, terutama di pasar global saat ini. Konsumen harus mempertimbangkan kualitas produk saat memilih produk untuk memenuhi kebutuhannya (Lina, 2022).

Dengan persaingan yang semakin kompetitif, setiap bisnis harus senantiasa mengedepankan kebutuhan dan keinginan konsumen dan berusaha memenuhi harapan konsumen lebih baik dari apa yang dilakukan oleh pesaing-pesaingnya, sehingga konsumen akan selalu setia pada produk yang ditawarkan. Kepuasan konsumen adalah ketika seorang konsumen merasa puas ketika mereka menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Kepuasan konsumen adalah ketika seorang konsumen merasa puas sehingga mereka ingin kembali bertransaksi dengan perusahaan yang mereka sukai sebelumnya.

PT Nagasyndo menghadapi persaingan pasar dengan menggunakan sistem *make to order*. Ini adalah jenis bisnis yang membuat produk hanya sesuai pesanan konsumen. Tingkat persediaan bergantung pada waktu respons permintaan konsumen dan tingkat variabilitas. PT. Nagasyndo Berkat Tritunggal berfokus pada produk berkualitas tinggi, unik, dan universal, selain juga selalu memperhatikan mutu dan pengiriman yang tepat waktu. PT. Nagasyndo Berkat Tritunggal memproduksi kain berkualitas tinggi dengan desain terbaik untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Perusahaan ini telah banyak digunakan oleh perusahaan garmen di Indonesia. Perusahaan juga dapat membuat desain baru dan warna baru untuk memenuhi *trend* dunia tekstil. Peralatan yang sesuai dengan kemampuan mesin dan keperluan produksi harus digunakan untuk mendukung pertumbuhan industri tekstil yang menghasilkan kain berkualitas tinggi untuk memenuhi kebutuhan konsumen. (Lbn. Raja* et al., 2023) (Kristiawan et al., 2021)

Salah satu pendekatan PT. Nagasyndo Berkat Tritunggal untuk menangani kondisi ekonomi modern yang sangat tidak menentu, terutama di era pasar bebas dan globalisasi saat ini dimana persaingan bergerak sangat pesat terutama didorong oleh perkembangan kemajuan teknologi informasi serta arus informasi yang begitu cepat sehingga konsumen semakin jeli dan kritis dalam memilih produk-produk yang ada, adalah dengan terus melakukan perbaikan kualitas produk dan melakukan control secara ketat terhadap produk, menyesuaikan dengan perubahan pasar yang semakin cepat dan dinamis. Industri tekstil adalah salah satu yang mengalami penurunan penjualan. Dewasa ini, banyak produk yang serupa dari pesaing berkembang seiring waktu dan menawarkan harga yang cukup rendah sehingga mempengaruhi minat beli konsumen. PT. Nagasyndo Berkat Tritunggal harus meningkatkan *image* atau citra perusahaan secara keseluruhan agar dapat bertahan hidup, dan mutu, kualitas produk, dan pengiriman yang tepat menjadi faktor yang sangat penting untuk menjaga kepercayaan konsumen. Kepuasan konsumen adalah hal yang paling

berharga bagi perusahaan, jadi sangat penting bagi perusahaan untuk meningkatkan citra tersebut. Atensi konsumen terhadap suatu produk sangat bergantung pada persepsi kualitas produk tersebut, karenanya perusahaan harus membuat produk dengan kualitas yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Untuk menghasilkan produk yang baik, diperlukan kondisi bahan baku yang baik, mesin yang baik, dan penanganan kerusakan yang cepat, tepat, dan akurat. Kondisi mesin yang baik dapat mengurangi cacat pada kain dan menjamin proses produksi berjalan lancar sehingga pengiriman tidak tertunda. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di PT Nagasyndo Berkat Tritunggal.

Kepuasan konsumen muncul dari ekspektasi kinerja dalam memenuhi kebutuhan kepuasan pelanggan, jika mereka merasakan puas maka itu hasil dari harapan kinerja yang sesuai, jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan lebih puas dan kepuasan konsumen dapat diukur, sehingga perusahaan memiliki kemampuan untuk melihat tingkat kepuasan konsumen dengan strategi yang berupaya menciptakan kepuasan konsumen dalam teori kepuasan terdapat 2 model yaitu kepuasan fungsional dan kepuasan psikologis dimana kepuasan fungsional terjadi ketika produk sesuai dengan harapan, sedangkan kepuasan psikologis dirasakan dalam bentuk tidak berwujud tetapi dapat merasakan kepuasan.

Judith & Kincaid dalam (Syaifudin, 2022) menyatakan bahwa loyalitas konsumen didasarkan pada membangun dan mengelola hubungan yang erat dengan konsumen dan memberikan pengalaman positif kepada konsumen. Konsumen yang loyal akan membeli produk atau jasa suatu perusahaan secara terus menerus. Namun, jika perusahaan berhenti memberikan pengalaman positif, baik berwujud maupun tidak berwujud, kepada konsumen, loyalitas mereka akan meningkat hilang dan tidak akan kembali. Zabeen dalam (Syaifudin, 2022) menyatakan bahwa loyalitas konsumen adalah konsumen perilaku yang digambarkan sebagai pola pembelian yang positif dalam jangka waktu yang lama (diukur dengan pembelian kembali rata-rata, frekuensi pembelian, pembagian dompet, atau indikator lainnya) dan didorong oleh sikap positif terhadap perusahaan dan produk/layanan (Meini & Istikharoh, 2022).

Kepuasan adalah cara agar pelanggan tidak kecewa dan dapat membeli kembali produk yang kita pasarkan. Dalam hal ini, perusahaan harus dapat mengenali, memenuhi, dan memberikan pelayanan yang berkualitas dan memuaskan kebutuhan pelanggan dengan baik, yang merupakan strategi perusahaan untuk meningkatkan penjualan. (Purba & Veranita, 2021)

Tjiptono, (2015) dalam (Veranita & Hatimatunnisani, 2021) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai konsep penting dalam berbagai wacana dan diskusi bisnis dan manajemen, karena konsekuensi dari kepuasan pelanggan sangat penting untuk bisnis, pemerintah, dan konsumen. Bagi pelaku bisnis, kepuasan dipandang sebagai sebuah dimensi dari kinerja pasar. Peningkatan kepuasan pelanggan memiliki potensi untuk mengarah pada jangka panjang dan pertumbuhan penjualan jangka pendek, serta pangsa pasar sebagai hasil dari pembelian berulang. Kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dilaksanakan (berupa produk maupun jasa) (Hardini & Pratiwi, 2022). Unsur penting dalam kualitas meliputi: konsumen harus merupakan prioritas utama organisasi, apalagi yang membeli atau menggunakan jasa perusahaan berkali-kali (konsumen loyal/penting). Kepuasan konsumen harus dijamin dengan disajikan atau dihasilkannya produk berkualitas tinggi dengan perbaikan terus menerus.

Hasil penelitian Zamzami (2022) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan persepsi harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen terhadap produk SomeThinc. Selain itu, variabel kualitas produk dan persepsi harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada produk SomeThinc. Hasil tersebut juga

didukung dengan temuan Hoe & Mansori (2018) yang menunjukkan bahwa kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan dan kepuasan yang lebih tinggi mengarah pada loyalitas pelanggan yang lebih tinggi dalam industri teknik di Malaysia. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di PT. Nagasyndo Berkat Tritunggal.

METODE PENELITIAN

Studi ini menerapkan pendekatan deskriptif kuantitatif. Variabel independen (X) adalah kualitas produk, dan variabel dependen (Y) adalah kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Data primer berasal dari studi lapangan (*field research*), yang melibatkan observasi, survei, dan penyebaran kuesioner. Sementara itu, data sekunder berasal dari penelitian kepustakaan, yang meliputi berbagai laporan, jurnal, dan literatur ilmiah. Penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dan kuesioner untuk mengumpulkan data.

Teknik *purposive sampling* digunakan untuk mengambil sampel berdasarkan persyaratan tertentu (Octaviani & Komalasari, 2017). Sampel dalam penelitian ini harus telah membeli dan menggunakan produk PT. Nagasyndo Berkat dalam setahun terakhir. Konsumen PT Nagasyndo Berkat Tritunggal di wilayah Kota Bandung, yang berjumlah 30 orang, dipilih untuk penelitian ini. Teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas dan reliabilitas instrumen. Teknik analisis data melalui beberapa tahapan, seperti skala likert, analisis deskriptif dan analisis inferensial (Uji Normalitas, Analisis Kolerasi *Pearson Product Moment*, Analisis Koefisien Determinasi dan Analisis Regresi Linier Sederhana)

Dalam pengujian hipotesis, karena hanya ada satu variabel bebas yang mempengaruhi satu variabel terikat, pembuktian hipotesis dilakukan dengan menggunakan metode analisis uji F. Nilai Sig. F dibandingkan dengan α (0,05) adalah kriteria yang digunakan. Apabila nilai Sig. F < α maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, begitupun sebaliknya (Mariansyah & Syarif, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

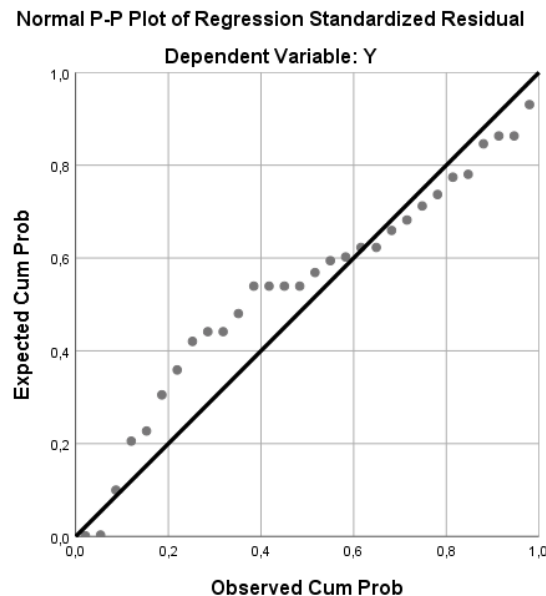
Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai r tabel untuk jumlah sample 30 adalah 0,361 dengan signifikansi 5%, yang berarti bahwa semua nilai r hitung untuk masing-masing pertanyaan yang berkaitan dengan variabel lebih besar dari 0,361, atau bahwa pertanyaan itu sendiri valid.

Secara keseluruhan, uji reliabilitas variabel menunjukkan bahwa semua item pertanyaan yang diajukan adalah konsisten dan dapat diandalkan. Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa angka cronbach's alpha adalah 0,977, yang berarti angka tersebut lebih besar dari nilai cronbach's alpha 0,361.

Uji Normalitas

Pengujian data yang dikenal sebagai uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah suatu variabel dependen yang terdiri dari butir-butir pernyataan memiliki distribusi normal. Jika penyebaran data mengikuti garis diagonal dari kiri bawah ke kanan atas, data tersebut dianggap memiliki penyebaran atau distribusi normal. Penulis melakukan uji normalitas menggunakan program SPSS. Hasil pengolahan data statistik ditunjukkan pada grafik P-Plot berikut.



Gambar 1 Uji Normalitas

Menurut Gambar 1, penyebaran data mengikuti arah garis diagonal dan berada di sekitarnya. Ini menunjukkan bahwa persyaratan normalitas dapat terpenuhi.

Analisa Koefisien Korelasi Dan Koefisien Determinasi

Peneliti menggunakan program SPSS untuk melakukan analisis korelasi untuk menentukan apakah ada atau tidaknya hubungan antara variabel kualitas produk (X) dan variabel kepuasan konsumen (Y). Hasil analisis korelasi product moment berikut menunjukkan tingkat hubungan antara kualitas produk dan kepuasan konsumen:

Tabel 1. Hasil Analisis Korelasi Produk Moment Correlations

		X	Y
X	Pearson Correlation	1	.781**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	30	30
Y	Pearson Correlation	.781**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	30	30

** . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel korelasi person *product moment* di atas, diperoleh nilai R sebesar 0,781, yang menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas produk dan kepuasan konsumen sangat berkorelasi. Nilai korelasi menunjukkan bahwa hubungan ini searah, yang berarti bahwa kepuasan konsumen akan meningkat jika kualitas produk meningkat dan sebaliknya. Ada hubungan yang signifikan antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan jika angka probabilitas (Sig) lebih kecil dari 0,05.

Uji Determinasi

Untuk menentukan besarnya persentase (%) pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di PT. Nagasyndo Berkat Tritunggal, pengujian determinasi (R-Square) digunakan. Sebagai contoh, koefisien determinasi dihitung dengan SPSS:

Ida Bagus Alit Ksama Putra, Muhammad Refki Novesar, Putri Dwi Novrina, Florentina Blandina Parapaga, I Putu Ajie Windu Kertayoga, luh Sri Kasih, Gunardi

Tabel 2. Korelasi Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.781 ^a	.680	.712	1.19114

- a. Predictors: (Constant), X
- b. Dependent Variable: Y

Hasil perhitungan di atas menunjukkan bahwa nilai R₂ (R Square) dari tabel Model Summary adalah 0,680 atau = 68 persen dari Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen, yang menunjukkan bahwa 68 persen dari kepuasan konsumen dipengaruhi oleh Kualitas Produk, dan 32 persen sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Nilai R = 0,781 (positif) mendekati nilai R = +1, yang menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara variabel dependent (Kualitas Produk) dan variabel *independent* (Kepuasan konsumen).

Analisis Regresi Linier Sederhana

Efek perubahan pada kualitas produk terhadap kepuasan konsumen PT. Nagasyndo Berkat Tritunggal diukur dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana.

Tabel 3. Analisis Regresi Linier Sederhana

Model		Coefficient ^a			t	Sig
		Unstandarized Coefficient B	Std. Error	Standarized Coefficient Beta		
		1	(Constant)	2.064		
	x	.575	.053	.781	7.361	.000

- a. Dependent Variable: Y

Dari tabel diatas, persamaan garis regresi yang didapat menggunakan metode kuadrat terkecil adalah :

$$Y = 2,064 + 0,575X \quad (1)$$

Dimana Y = Kualitas Produk dan X = Kepuasan Konsumen

Konstanta sebesar 2,064 artinya jika Kualitas Produk (X) nilainya 0, maka Kepuasan Konsumen (Y) nilainya adalah 2,054 dengan arah hubungan positif. Sedangkan koefisien regresi variabel (X) dinaikan satu kali, maka variabel Y (Kepuasan Konsumen) akan mengalami kenaikan sebesar 0,575. Sebaliknya, Jika Kualitas Produk satu kali, maka Kepuasan Konsumen pun akan mengalami penurunan sebesar 0,575.

Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 4. Tabel Statistika

N	5%	10 %
N	5%	10 %
1	12,7062	6,3137
2	4,3026	2,9199
27	2,05183	1,70329
28	2,04841	1,70113
29	2,0452	1,69913
30	2,04227	1,69726

Untuk mengevaluasi validitas hipotesis, uji t digunakan untuk menentukan signifikansi pengaruh antara variabel Independen dan variabel Dependen. Hasil perhitungan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan SPSS adalah sebagai berikut: Ho diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan Ha diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$.

Tabel 5. Uji T

Model		Coefficient ^a			t	Sig
		Unstandarized Coefficient	Standarized Coefficient			
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.064	1.676		1.495	.0261
	x	.575	.053	.781	7.361	.000

b. Dependent Variable: Y

Nilai t_{hitung} sebesar 2,064 ditemukan dari perhitungan di atas, dan berdasarkan tabel distribusi t_{tabel} sebesar 2,051, dapat disimpulkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} 2,051, yang menunjukkan bahwa Ho ditolak. Oleh karena itu, ada pengaruh yang signifikan positif antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan di PT. Nagasyndo Berkat Tritunggal Bandung. Oleh karena itu, hipotesisnya adalah bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Nagasyndo Berkat Tritunggal.

Berdasarkan hasil penelitian maka hipotesis diterima, menunjukkan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Zamzami (2022) yang menunjukkan bahwa kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan. Ketika seorang pelanggan merasa puas ketika mereka menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan, maka akan mengarah pada loyalitas pelanggan yang lebih tinggi.

KESIMPULAN

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa sebagian besar orang yang menjawab mengatakan bahwa produk yang diproduksi dan dipasarkan oleh PT Nagasyndo berkualitas baik. Mereka juga mengatakan bahwa mereka cukup puas saat menggunakan produk tersebut. Kualitas produk yang ditawarkan oleh perusahaan selalu mengedepankan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas produk sesuai dengan *Standar Operasional Prosedur* (SOP) dan lolos *Quality Control* (QC), sehingga produk yang telah sampai ke tangan konsumen merupakan kualitas terbaik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki hubungan yang kuat dan positif dengan kepuasan konsumen sebesar 0,680. Selain itu, ditemukan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 78,1%.

BIBLIOGRAFI

- Hardini, R., & Pratiwi, Y. (2022). The Effect of Product Quality, Brand Image, and Social Media Influencers on the Purchase Decision of Scarlett Whitening Products on Social Media Instagram in DKI Jakarta. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(2), 11869–11878.
- Hoe, L. C., & Mansori, S. (2018). The effects of product quality on customer satisfaction and loyalty: Evidence from Malaysian engineering industry. *International Journal of*

- Industrial Marketing*, 3(1), 20.
- Kristiawan, Y., Hartoyo, H., & Suharjo, B. (2021). Customer Satisfaction: Service Quality or Product Quality (Case Study at Fast Food Restaurant in Jabodetabek). *Binus Business Review*, 12(2), 165–176. <https://doi.org/10.21512/bbr.v12i2.6672>
- Lbn. Raja*, E. A., Maharani, M., & Raja, J. G. L. (2023). The Effect of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction. *Riwayat: Educational Journal of History and Humanities*, 6(2), 494–499. <https://doi.org/10.24815/jr.v6i2.30545>
- Lina, R. (2022). Improving Product Quality and Satisfaction as Fundamental Strategies in Strengthening Customer Loyalty. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 2(1), 19–26. <https://doi.org/10.37481/jmeh.v2i1.245>
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen cafe kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134–146.
- Meini, Z., & Istikharoh, I. (2022). Mekanisme Corporate Governance Terhadap Manajemen Laba. *AkunNas*, 19(1), 28–42.
- Nabila, N. A., Putra, S. S., & Digidowiseiso, K. D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Nu Greantea. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 6(2), 2759–2766.
- Nur, M., Indriyanto, E., Digidowiseiso, K., & Hashim, H. A. (2023). The Implementation of Green Accounting in Indonesia: A Bibliometric Analysis. *INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMICS, MANAGEMENT, BUSINESS, AND SOCIAL SCIENCE (IJEMBS)*, 3(2), 470–480.
- Nuryanti, A. F., Putra, S. S., & Digidowiseiso, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Word Of Mouth Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Tas Texas Collection Ditoko Texas Collection Jakarta Timur. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 6(2), 2749–2758.
- Octaviani, S., & Komalasari, D. (2017). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, dan Solvabilitas Terhadap Harga Saham. *JAK (Jurnal Akuntansi) Kajian Ilmiah Akuntansi*, 4(1).
- Purba, M., & Veranita, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Scarves and Pashmina Alisha Fancy Shop). *Jurnal Co Management*, 4(1), 632–640. <https://doi.org/10.32670/comanagement.v4i1.582>
- Syaifudin, A. (2022). Analisis Strategi Untuk Pengembangan Usaha Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Gresik Jawa Timur. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 10(1), 41–46. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v10i1.919>
- Veranita, M., & Hatimatunnisani, H. (2021). Kualitas Pelayanan Publik Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan PT PLN (PERSERO) Rayon Bandung Selatan. *Jurnal E-Bis (Ekonomi -Bisnis) Politeknik Dharma Patria*, 5(1), 249–259.
- Zamzami, B. (2022). the Effect of Product Quality and Price Perception on Customer Satisfaction on Somethinc Products. *International Journal Management and Economic*, 1(2), 54–61. <https://doi.org/https://doi.org/10.56127/jaemb.v1i2.239>



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License
