

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK,
INOVASI PRODUK, DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN**

(Studi kasus *sound system Riesta Production* Kediri)



SKRIPSI

Diajukan Kepada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Alma Ata Untuk

Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Strata Satu (S1)

Disusun oleh:

Moh Faza Najmudin

202400160

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ALMA ATA
YOGYAKARTA**

2024

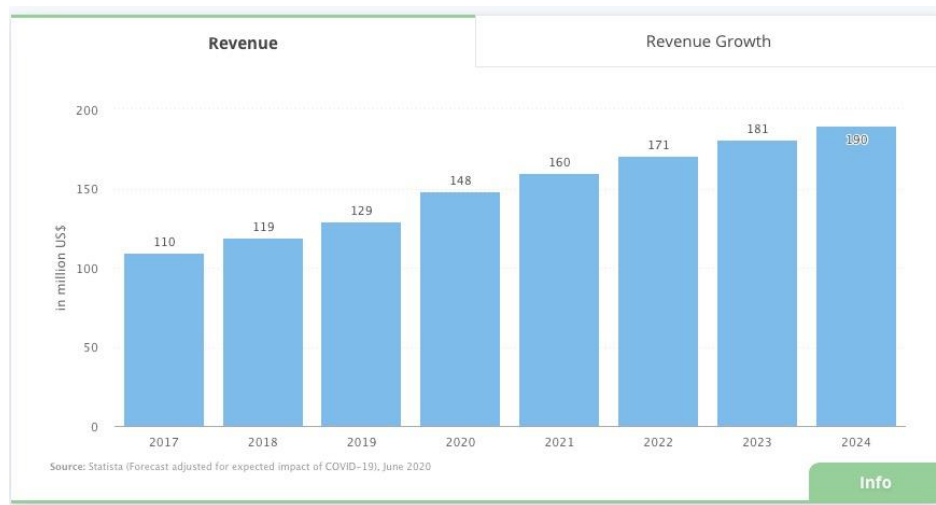
BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini, musik sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat (Andry & Tjee, 2019). Beberapa hal memengaruhi fenomena ini, seperti kemajuan teknologi yang memungkinkan akses ke berbagai jenis musik melalui platform digital dan meningkatnya jumlah acara musik dan festival yang diadakan di berbagai tempat. Perkembangan teknologi khususnya digitalisasi distribusi musik adalah pendorong utama dari transformasi besar yang terjadi dalam industri musik selama tiga dekade terakhir (Ruddin et al., 2022).

Fenomena ini meningkatkan jumlah musisi dan acara musik serta permintaan layanan pendukung seperti persewaan *sound system*. Musik adalah jenis seni yang membahas dan menetapkan berbagai suara dalam berbagai pola yang dapat dipahami dan dimengerti oleh manusia. Karena itu, ada peluang bisnis untuk bekerja sebagai penyedia layanan penyewaan *sound system* (Dewi & Mulyadi, 2023).

Gambar 1. 1 Data Pendapatan Industri Musik Indonesia



Sumber dari: Bisnis Tekno 2024

Industri persewaan *sound system* Indonesia telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Bisnis penyewaan alat pesta dari waktu ke waktu terus berkembang karena permintaan terhadap penyewaan alat pesta semakin meningkat (Hakim et al., 2023). Kebutuhan akan layanan ini meningkat dari acara besar seperti konser musik dan acara korporat hingga acara kecil seperti pesta pernikahan, ulang tahun, dan acara keluarga. Kondisi ini memberikan peluang besar bagi para bisnis yang bergerak di bidang ini untuk berkembang. Di zaman sekarang, masyarakat sangat membutuhkan hiburan. Membuat acara atau acara memerlukan *sound system*, panggung, dan tenda yang baik, jadi bisnis *sound system* memiliki prospek yang bagus (Dewi et al., 2022). Namun, seiring dengan munculnya lebih banyak penyedia layanan persewaan *sound system*, persaingan pun meningkat. Dalam persaingan ini suatu usaha atau bisnis harus memiliki sumber daya yang tangguh (Fajrin & Susanto, 2020).

Kediri merupakan salah satu daerah yang mengalami peningkatan penikmat musik dengan signifikan. Banyak musisi saat ini berasal dari Kediri dimana mereka juga turut mengadakan konser musik di kota asal mereka tersebut. Kediri, juga telah melahirkan banyak nama populer, terutama di era modern ini (Zulmi, 2023). Maraknya konser musik di Kediri menjadikan peluang jasa persewaan *sound system* untuk berkembang secara signifikan. Layanan persewaan *sound system* sangat penting untuk berbagai acara, termasuk konser musik (Susanta, 2024). Perkembangan ini juga meningkat seiring dengan persaingan bisnis di bidang yang sama. Dengan deregulasi dan industrialisasi pasar, kebanyakan perusahaan dalam berbagai industri dihadapkan pada kondisi persaingan terbuka yang mendorong mereka untuk saling bersaing (Hakim, 2020). Jasa sewa *sound system* dituntut untuk melakukan berbagai strategi bisnis untuk mempertahankan eksistensi mereka. Persaingan bisnis sebagai pendorong fundamental bagi produktivitas dan pertumbuhan *output* (Darmawan et al., 2022).

Penelitian ini menyangkut fenomena maraknya konser musik di Kediri, dimana hal ini berdampak pada perkembangan serta persaingan jasa persewaan *sound system*. Untuk dapat bersaing dan bertahan, persewaan *sound system* harus memprioritaskan kualitas baik dari segi pelayanan maupun produk guna meningkatkan kepuasan pelanggan, salah satunya dengan menyediakan produk atau pelayanan berkualitas tinggi yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi juga loyalitas pelanggan (Mahira et al., 2021). Dengan membangun hubungan yang baik dengan pelanggan dan mengutamakan kualitas, persewaan *sound system* dapat menumbuhkan

loyalitas pelanggan, mendapatkan keuntungan dari lebih banyak produk dan pelayanan yang dapat mereka beli.

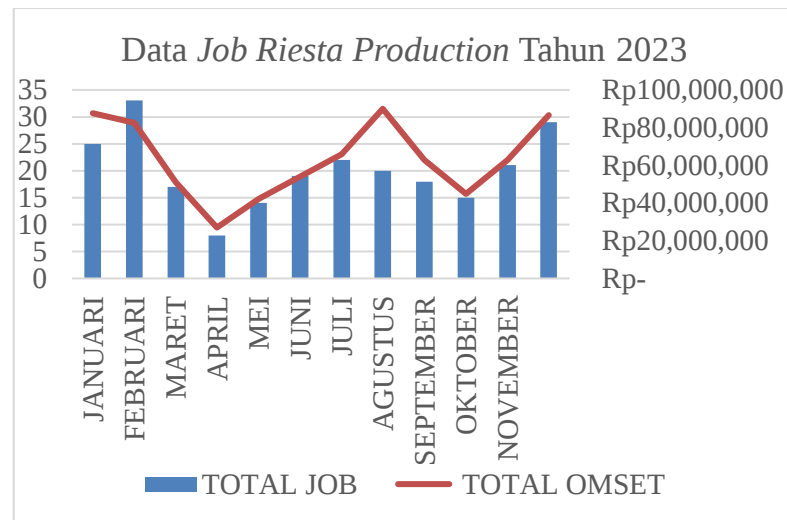
Ketika kualitas pelayanan dan produk tercapai, hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi lebih baik, memberikan dasar yang baik untuk pembelian ulang dan menghasilkan rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan (Herawati & Sulistyowati, 2020). *Electronic Word of Mouth* memengaruhi loyalitas pelanggan (Harahap et al., 2023). Semakin tinggi tingkat kualitas perusahaan terhadap produk, semakin besar loyalitas pelanggan terhadap produk tersebut (Gultom et al., 202). Persewaan *sound system* merupakan salah satu jenis usaha yang dituntut untuk bersaing meraih minat pelanggan ditengah maraknya perusahaan yang menawarkan hal serupa. Salah satu bentuk persaingan berupa peningkatan kualitas pelayanan serta produk untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kualitas pelayanan yang baik telah diterapkan oleh salah satu perusahaan persewaan *sound system* di Kediri yaitu *RIESTA Production*. Contoh dari kualitas layanan yang diberikan berupa adanya rencana kontingensi dalam produk jasa mereka. Perencanaan kontingensi, yang juga dikenal sebagai "Rencana B," adalah strategi alternatif yang disiapkan untuk menghadapi kegagalan atau hambatan pada rencana utama akibat faktor eksternal (Supriadi et al., 2024). Pembuatan rencana kontingensi juga merupakan aspek penting dari strategi pengendalian risiko (Agil et al., 2023). Salah satu rencana kontingensi yang diterapkan oleh *RIESTA Production* adalah dengan menyiapkan genset sebagai alternatif apabila terdapat kesalahan teknis selama acara berlangsung. Strategi ini juga menjadikan

Production sebagai salah satu merek yang utama dalam hal pelayanan konsumen. Penelitian ini akan memfokuskan pada perkembangan serta persaingan jasa sewa *sound system RIESTA Production*. Perusahaan yang menyediakan produk atau jasa berkualitas diharapkan dapat memenuhi harapan pelanggan, memberikan nilai maksimal, dan menciptakan kepuasan lebih dibandingkan kompetitor (Yunandi, 2017).

RIESTA Production merupakan salah satu perusahaan jasa dengan format penyewaan *sound system* yang berlokasi di Kediri. Ketatnya persaingan bisnis di bidang *sound system* menuntut *RIESTA Production* melakukan berbagai strategi bisnis salah satunya dengan meningkatkan loyalitas dari konsumen. Dengan menggunakan strategi yang efektif perusahaan bisa memaksimalkan pencapaian keuntungan baik profit maupun non profit secara maksimal dan bisa menghadapi persaingan yang ada (Nofiani & Mursid, 2021). Untuk tetap bertahan dalam persaingan yang semakin ketat di industri musik, perusahaan harus mampu membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Oleh karena itu, untuk memenangkan persaingan bisnis yang semakin kompetitif di dunia usaha saat ini, sangat penting untuk mencapai tingkat loyalitas pelanggan yang efektif (Rohana, 2020).

Gambar 1. 2 Data job Riesta Production 2023



Sumber dari : Data primer job Riesta Production 2023

Penelitian sebelumnya menemukan bahwa kualitas pelayanan menunjukkan pengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dikarenakan kualitas pelayanan tidak bisa berdiri sendiri dan harus dibarengi dengan hal lain untuk dapat menimbulkan loyalitas pelanggan (Pradana, 2018). Penelitian lain mengemukakan hasil bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ini berarti bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan (Fauzi & Mandala, 2019).

Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, akan tetapi perusahaan harus tetap memperhatikan kualitas produk mereka (Chinna et al., 2022). Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan dari kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan (Sandi et al., 2023). Inovasi produk tidak memiliki dampak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, namun perusahaan tetap diharapkan untuk terus berinovasi mengembangkan produknya

(Ambitan et al., 2021). Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara inovasi produk terhadap loyalitas konsumen (Dachi, 2020).

Citra perusahaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Prastiwi & Rivai, 2022). Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Putra, 2021). Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa temuan penelitian tidak konsisten, yang menyebabkan gap penelitian. Penelitian ini menggunakan dasar *Evidance gap* merupakan sebuah gap penelitian dengan perbedaan antara hasil penelitian sebelumnya.

Faktor utama yang memengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan, kualitas produk, inovasi serta citra dari perusahaan itu sendiri. Loyalitas pelanggan akan meningkat jika kualitas produk dan pelayanan terhadap konsumen ditingkatkan oleh suatu perusahaan (Novia et al., 2021). Inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dikarenakan adanya diversifikasi yang sesuai menyebabkan ketertarikan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk (Fadhli et al., 2021). Citra perusahaan dan kualitas memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan loyalitas pelanggan (Sapitri et al., 2020). Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengevaluasi sejauh mana kualitas pelayanan, kualitas produk, inovasi produk, serta citra perusahaan dapat membentuk loyalitas pelanggan *sound system RUESTA Production*. Berdasarkan uraian latar belakang di atas penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK, DAN CITRA PERUSAHAAN**

TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi kasus *sound system RUESTA Production Kediri*)”

B. Identifikasi Masalah

Saat ini banyak anak muda di Kediri yang menggemari musik serta meluangkan waktu, tenaga serta uang untuk berbagai event musik itu sendiri. Hal ini menjadikan peluang bagi promotor untuk mengadakan berbagai event musik dimana *sound system* merupakan salah satu item utama yang dibutuhkan. Maraknya persaingan sewa *sound system* seiring dengan permintaan di pasaran. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti strategi persaingan tersebut yang dilakukan oleh *RUESTA Production*.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang dijadikan bahan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan *Sound System RUESTA Production*?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan *Sound System RUESTA Production*?
3. Apakah inovasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan *Sound System RUESTA Production*?

4. Apakah citra perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan *Sound System Riesta Production*?

D. Tujuan Penelitian

- a. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan *Sound System Riesta Production*. Dengan fokus pada hubungan antara kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan pelanggan, penelitian ini akan mengungkap sejauh mana keduanya mempengaruhi loyalitas pelanggan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan tentang pentingnya kualitas pelayanan dalam strategi pemasaran perusahaan.
- b. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan *Sound System Riesta Production*. Fokus penelitian adalah untuk melihat apakah inovasi produk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang berujung pada loyalitas. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai peran inovasi dalam memperkuat hubungan antara perusahaan dan pelanggan.
- c. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap loyalitas pelanggan di perusahaan *Sound System Riesta Production*. Fokus utama adalah untuk mengukur dampak positif dari inovasi produk terhadap kepuasan dan komitmen

pelanggan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang pentingnya inovasi dalam memperkuat loyalitas pelanggan.

- d. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan *RIESTA Production*. Fokus utama adalah untuk mengetahui sejauh mana citra positif perusahaan mempengaruhi kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan untuk meningkatkan strategi pemasaran dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

E. Manfaat Penelitian

- A. Penelitian ini bertujuan untuk memperluas wawasan penulis tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di usaha *Sound System RIESTA Production*. Penulis berharap dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan kualitas layanan perusahaan tersebut. Selain itu, penelitian ini juga memperkaya pengetahuan penulis dalam manajemen pemasaran dan penerapan *relationship marketing*.
- B. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pembaca sebagai bahan pustaka dan informasi tambahan untuk penelitian yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya kajian akademik di bidang manajemen pemasaran.

Selain itu, temuan ini dapat digunakan sebagai dasar untuk penelitian serupa di masa depan.

- C. Penelitian ini memberikan wawasan bagi pengusaha tentang faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Hasil penelitian dapat dijadikan acuan untuk merumuskan strategi pemasaran yang efektif. Dengan demikian, pengusaha dapat memperkuat hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan keberhasilan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32–39.
<http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Agil, M., Kh, U., & Hasbullah, A. W. (2023).
<https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/muraqobah/> 156. 03, 156–175.
- Alfinianto, A., & Nurhasanah, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan di Pt Dayacipta Kemasind. *Jurnal Ekonomi Akuntansi, Manajemen*, 2(2), 91–107.
- Alfiyah, H., & Komariah, N. S. (2021). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan di PT Autoplastik Indonesia Karawang Timur. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(1), 50. <https://doi.org/10.31599/jmu.v3i1.866>
- Ambitan, I., Wenas, S. R., & Samady, L. R. (2021). Pengaruh Citra Merek, Inovasi Produk Dan Periklanan Terhadap Loyalitas Indomie Di Manado Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA*, 9(4), 1343–1352. file:///D:/SKRIPSI/Jurnal jurnal oye/37472-79663-1-SM (1).pdf
- Anderson, J., & Hidayah, N. (2023). Pengaruh Kreativitas Produk, Inovasi Produk, dan Kualitas Produk terhadap Kinerja UKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(1), 185–194. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i1.22566>
- Andry, J. F., & Tjee, C. (2019). Analisis Minat Mahasiswa Mendengarkan Aplikasi Musik Berbayar Dan Unduhan Musik Gratis. *JBASE - Journal of Business and Audit Information Systems*, 2(2), 9–15. <https://doi.org/10.30813/jbase.v2i2.1727>
- Anggraini, & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94.
<https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado the Influence of Brand Image, Promotion and Service Quality on Consumer Purchase Decisions on Tokopedia E-Commerce in Manado. 663 *Jurnal EMBA*, 9(2), 663–674.
- Arianto, N., & Ad Difa, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada PT Ndexindo Mandiri Indonesia. *ECo-Buss*, 5(2), 508–518. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i2.459>
- Bali. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.7>
- Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 226–233. <https://doi.org/10.25134/equi.v19i02.4531>
- 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.
- Chinna, D. F. G., Soegoto, A. S., & Djemly, W. (2022). Analisis Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk

- Wardah Kosmetik Di Kota Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 295.
<https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.40909>
- Dachi, A. (2020). Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan : Studi Pengguna Mobil Toyota Calya di Kota Bogor dan Bekasi. *JSHP : Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 4(2), 120–129.
<https://doi.org/10.32487/jshp.v4i2.843>
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*, 1(1), 15–30.
<https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/2>
- Darmawan, D., Fuady, A. H. R., Mardikaningsih, R., & Retnowati, E. (2022). Tiga Pilar Sukses: Perilaku Kewirausahaan, Etika Bisnis, dan Modal Sosial Untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 3(5), 185–192. <https://doi.org/10.47065/tin.v3i5.4112>
- Dewi, K. S., Lete, M. F., Yasa, G. P., & ... (2022). Pelatihan Manajemen Usaha Dalam Rangka Meningkatkan Pengetahuan Karyawan Umkm Demores Rumah Musik. ... *Cendekia: Jurnal ...*, 1(1), 81–85.
<https://jurnal.arkainstitute.co.id/index.php/ruang-cendekia/article/view/34%0Ahttps://jurnal.arkainstitute.co.id/index.php/ruang-cendekia/article/download/34/20>
- Dewi, & Mulyadi. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada Plat Form Shopee. *Madani: Jurnal Ilmiah ...*, 1(5), 852–857.
<https://jurnal.penerbitdaarulhuda.my.id/index.php/MAJIM/article/view/281%0Ahttps://jurnal.penerbitdaarulhuda.my.id/index.php/MAJIM/article/download/281/308>
- Dharma, R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, DanKepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt.Padang Tour Wisata Pulau Padang. *Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi*, 6(2), 349–359.
- Disastra, D., Novita, D., & Jaelani. (2022). PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK (Studi Pada Pengguna Sepeda Motor di Bandar Lampung). *Strategy Management Accounting through Research and Technology*, 2(1), 55–66.
<http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/smart/issue/archive>
- Fadhli, K., Kosmari, M., Rahmatika, A., & Ismail, A. N. (2021). Pengaruh Pelayanan Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan CV Afco Group Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(3), 855–863.
- Fajrin, S. F., & Susanto. (2020). *KEBERHASILAN USAHA KAMILA GROUP KELURAHAN BANJARWARU DESA SARIMULYO KECAMATAN NGAWEN KABUPATEN BLORA DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA*. 13(3), 23–40.
- Fakhri, R. (2022). Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Buku Fadira Pekanbaru. *Jurnal Eko Dan Bisnis (Riau Economics and Business Review)*, 13(3), 290–298.
- Farida, B. S., & Mahfud, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Nasabah Dengan Religious Behavior Sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus Pada Produk Tabungan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Wonosobo). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(2), 348–356.

- Fatmariyah, F., Ritonga, I., Latifah, L., & AS, F. (2021). Praktek Relationship Marketing dalam Menciptakan Loyalitas pada Perbankan Syariah Indonesia :Systematic Literature Review. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 8(2), 14–26. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v8i2.12912>
- Fauzi, M. R., & Mandala, K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6741. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p18>
- Fauzi, Setyawan, I., Rahma, S. A., Harnanti, N., Linda, A., & Opusunggu, S. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *PORTOFOLIO: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 219–227. <http://jurnalprisanicendekia.com/index.php/portofolio/article/view/91>
- Fillayata, E. V., & Mukaram. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Road Café Steak & Pasta Bandung). *Industrial Research Workshop and National Seminar*, 7–8, 969–976. https://scholar.google.co.id/citations?user=PVAadCwAAAAJ&hl=id#d=gs_md_cita-d&u=%2Fcitations%3Fview_op%3Dview_citation%26hl%3Did%26user%3DPVAadCwAAAAJ%26citation_for_view%3DPVAadCwAAAAJ%3ATQgYirikUcIC%26tzm%3D-420
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan*, 3(2), 273–282. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>
- 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. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2912>
- Hair, J., Hult, T., Ringle, C., Sarstedt, M., Danks, N., & Ray, S. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R. In *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal* (Vol. 30, Issue 1). <https://doi.org/10.1080/10705511.2022.2108813>
- Hakim, A. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Bisnis Pemain Dan Pecinta Sepak Bola). *JIP: Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(7), 5–24.
- Hakim, Prasetyo, A. B., & Eridani, D. (2023). Penerapan Data Mining Dengan Algoritma K-Means Clustering Penyewaan Alat-Alat Event Pada Studi Kasus Cv. Dipo Rental Creativindo Implementation of Data Mining Using the K-Means Clustering Event Rental Algorithm in a Case Study of Cv. Dipo Rental Creativin. *Jurnal Teknik Komputer*, 1(4), 148–155. <https://doi.org/10.14710/jtk.v1i4.37011>
- Hamzah, F., & Ariesta, F. (2022). Pengaruh Kualitas Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kuswini Catering Bandung. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(1), 26–35. <https://doi.org/10.51977/jsm.v4i1.694>
- Harahap, R. S., Masruroh, D., & Wibisono, D. (2023). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Kasus Pada Konsumen Wanita Monokrom Store Yogyakarta). *Citizen : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 3(2), 112–128.

- <https://doi.org/10.53866/jimi.v3i2.283>
- Hardiyanti, R., & Nefianto, T. (2023). Pengaruh Minat, Harga, Promosi, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen dengan Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Socia Logica*, 2(2), 1–16.
- Harini, S., Silaningsih, E., & Eka, M. (2022). Pengaruh orientasi pasar, kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 6(1), 2579–9312. <https://republika.co.id>
- Herawati, N., & Sulistyowati, M. (2020). Strategi Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Melalui Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Pada Pelanggan Smartphone Samsung. *ProBank : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan*, 5(2), 214–226. <https://doi.org/10.36587/probank.v5i2.727>
- Huda, O. K., & Nugroho, A. T. (2020). (The Influence of Word of Mouth and Brand Image on Oppo Smartphone Customer Loyalty is Mediated Brand Trust). *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(02), 141.
- Kamal, A. H., & Wulandari, S. (2018). PENGARUH LOKASI, PELAYANAN, DAN PROSEDUR PENCAIRAN PEMBIAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN ANGGOTA KOPERASI MENGAMBIL PEMBIAYAAN (Studi Kasus Koperasi Simpan Pinjam Syariah (KSP-S) KUM3 Al Istiqomah). *Jurnal IQTISAD*, 5, 99–124.
- Mahira, Prasetyo, H., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Melisa, P., L. Mandey, S., & Hasan Jan, A. (2020). Analisis Pengaruh Promosi, Inovasi Produk Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Perceived Value (Studi Kasus Pada Milenial Yang Menggunakan Maskapai Garuda Indonesia). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 7(3), 379–392. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v7i3.31515>
- Nainggolan, H., & Dewantara, R. (2023). Dampak Promosi Online Serta Mutu Layanan Pengiriman Kepada Loyalitas Konsumen Terhadap Aplikasi Grab. *Journal of Computer Science and Information Technology*, 1(1), 44–58. <https://doi.org/10.59407/jcsit.v1i1.335>
- Nofiani, P. W., & Mursid, M. C. (2021). Pentingnya Perilaku Organisasi dan Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Era Digital. *Jurnal Logistik Bisnis*, 11(2), 71–77. <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/logistik/index>
- Normasari, S., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2019). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Datsun Nissan Martadinata). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 1. <https://doi.org/10.35797/jab.8.2.2019.23508.1-9>
- Novia, M. A., Semmaila, B., & Imaduddin. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Dimensi*, 10(1), 178–196. <https://doi.org/10.33373/dms.v10i1.2986>
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188.

- <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Prabowo, R. E., Indriyaningrum, K., & Setyani, A. D. (2020). PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAH RAGA MEREK ADIDAS (Studi di Kota Semarang). *Solusi*, 18(4). <https://doi.org/10.26623/slsi.v18i4.2846>
- Pradana, F. (2018). Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah Pt Fac Sekuritas Indonesia Di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(2), 193–212. <https://doi.org/10.18196/mb.9262>
- Prastiwi, E. S., & Rivai, A. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 244–256. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1556>
- Pratiwi, N. K. S., Suartina, I. W., & Sugianingrat, I. A. P. W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Bauran Pemasaran Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Mcdonald's Di Kota Denpasar. *Widya Amrita*, 1(1), 94–114. <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1152>
- Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.461>
- Rahmawaty, A. (2020). Asy-Syir'ah Model Shariah Relationship Marketing dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas pada Lembaga Keuangan Mikro Syari'ah. *Jurnal Ilmu Syari'ah Dan Hukum*, 49(2). <http://www.google.com./accessed>
- Rakhmalina, I., & Marsih, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Jne Cabang Sekayu. *Jurnal Manajemen Kompeten*, 4(2), 101. <https://doi.org/10.51877/mnjm.v4i2.209>
- Ridwan, Lewangka, O., & Mappatempo, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Pengalaman Pembelian Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Pada Produk Elektronik di Shopee Kota Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 181–188.
- Rizki, P. A., & Prabowo, B. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Indomie Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1543–1553. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.1023>
- Rohana, T. (2020). Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 28–32. <https://www.journals.stimsukmamedan.ac.id/index.php/ilman/article/view/55>
- Ruddin, I., Santoso, H., & Indrajit, R. E. (2022). Digitalisasi Musik Industri: Bagaimana Teknologi Informasi Mempengaruhi Industri Musik di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 2(01), 124–136. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v2i01.1395>
- Sandi, K., Hasibuan, R. R., & Ulya, W. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Riset Di Business Center Purbalingga 3. *DFAME Digital Financial Accounting Management Economics Journal*, 1(1), 6–12. <https://doi.org/10.61434/dfame.v1i1.7>
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*,

- 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Sapitri, E., Hayani, I., Kunci, K., Merek, C., Produk, K., Pelanggan, K., & Pelanggan, L. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Minyak Telon Cussons Baby di DKI Jakarta). *J. Mandiri*, 4(2), 231–240. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i2.144>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach, 6th Edition*.
- Setiawan, O., Simorangkir, E. S., Astri, D., & Purwati, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Relationship Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk di PT Asaba Pekanbaru. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 1(1), 64–77. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Sinurat, E. S. M., Lumanauw, B., & Roring, F. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Suzuki Ertiga. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2230–2239.
- Sukresna, I. M. (2024). Penerapan Relationship Marketing Dalam Saluran Distribusi. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, 1(2), 31–39.
- Supriadi, F., Irawan, S., & Supraptika, H. (2024). *Neraca Neraca*. 1192, 1–6.
- Susanta, D. (2024). *Apa Itu Persewaan Sound System?* Semua Jasa. Apa Itu Persewaan Sound System?
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 113–123. <https://doi.org/10.46806/jm.v9i2.663>
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>
- Wibisono, D., Wibowo, A., Wahyu Wibowo, F., Istiqomah Sujono, R., & Khasanah, U. (2023). the Effect of Relationship Quality on Continuity in the Use of Sharia M Banking: the Role of Access Convenience, Service Quality and Structure Assurance. *Journal of Economic Studies*, 7, 1–22. <http://http://dx.doi.org/10.30983/es.v7i2.7265>
- Wibowo, F. W., & Sujono, R. I. (2020). Marketing Mix Dan Tingkat Margin Dalam Pengambilan Keputusan Pembiayaan Pada Nasabah Bank Syariah. *El Dinar*, 8(1), 37. <https://doi.org/10.18860/ed.v8i1.7431>
- Yanto, E., Herman Pengaruh Promosi dan Citra Merek, H., Yanto, E., & Herman, H. (2020). Pengaruh Promosi Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt. Tiga Benua. *Jurnal Emba Ekonomi Manajemen*, 8(3), 103–112.
- Zulmi, N. (2023). *Ada Happy Asmara, 5 Penyanyi Asal Kediri yang Sukses Mencuri Perhatian*. FIMELA. <https://www.fimela.com/entertainment/read/5343415/ada-happy-asmara-5-penyanyi-asal-kediri-yang-sukses-mencuri-perhatian?page=6>