

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA KONSUMEN MUSLIM LE'GITA COFFEE & BRISTO
PEMALANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

TRI ANAGH FIRLI
NIM. 4117166

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2021**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA KONSUMEN MUSLIM LE’GITA COFFEE & BRISTO
PEMALANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

TRI ANAGH FIRLI
NIM. 4117166

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN**

2021

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tri Anagh Firli

NIM : 4117166

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada Konsumen Muslim Le'gita Coffee & Bristo Pernalang.**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 21 September 2021
Yang menyatakan,



Tri Anagh Firli

NIM. 4117166

NOTA PEMBIMBING

Drajat Stiawan, M.Si.

Perum Griya Alya, Wiradesa, Pekalongan

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Tri Anagh Firli

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c/q Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : **Tri Anagh Firli**

NIM : **4117166**

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada Konsumen Muslim Le'gita Coffee & Bristo Pernalang.**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 23 September 2021
Pembimbing,



Drajat Stiawan, M.Si.

NIP. 198301182015031001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Pahlawan No.52 KajenPekalongan,
www.febi.iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam

Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari:

Nama : **Tri Anagh Firlil**

NIM : **4117166**

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Konsumen Muslim Le'gita Coffee & Bristo Pemasang**

Telah diujikan pada Kamis tanggal 21 Oktober 2021 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Dewan Penguji,

Penguji I

Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H

NIP: 197502201999032991

Penguji II

Happy Sista Devy, M.M

NIP: 199310142018012003

Pekalongan, 21 Oktober 2021
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H

NIP: 197502201999032991

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا , إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan” (QS. Al-Insyirah: 5-6)

ABSTRAK

Tri Anagh Firli. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Muslim Le'gita Coffee & Bristo Pemalang.

Dalam dunia bisnis menyoal kualitas tentunya sesuatu yang sangat penting. Mutu atau kualitas produk adalah penentu kepuasan konsumen, setelah membeli ataupun memakai sebuah produk. Selain kualitas produk, salah satu hal yang tidak boleh dilewatkan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan sebuah ukuran mengenai seberapa bagus tingkat pelayanan yang mampu diberikan oleh sebuah perusahaan pada konsumennya. Dalam ajaran Islam pun sudah mengajarkan tentang memberikan layanan dari usaha harus dijalankan dengan baik, baik dalam produk ataupun jasa yang diberikan. Keduanya mempunyai peran penting dalam kepuasan dan loyalitas konsumen.

Jenis penelitian ini adalah *field research* dengan pendekatan penelitian yaitu penelitian kuantitatif. Dimana variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen muslim Le'gita Coffee & Bristo Pemalang. Pengambilan sampel dengan menggunakan rumus Lemeshow dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, dan metode analisis yaitu uji jalur (*path analysis*) dimana variabel kepuasan konsumen sebagai variabel intervening.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh dua persamaan uji jalur. Hasil dari pengujian kedua persamaan yaitu terdapat adanya pengaruh pada antara kedua variabel bebas yaitu kualitas produk dan kualitas konsumen terhadap loyalitas konsumen baik secara langsung ataupun secara tidak langsung melalui kepuasan konsumen..

Kata kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen.

ABSTRACT

Tri Anagh Firli. The Effect of Product Quality and Service Quality on Consumer Loyalty with Satisfaction as an Intervening Variable on Muslim Consumers Le'gita Coffee & Bristo Pematang.

In the business world, quality is certainly something that is very important. Product quality is a determinant of consumer satisfaction, after buying or using a product. Service quality is a measure of how good the level of service that a company can provide to its customers. Even Islamic teachings have taught about providing services from businesses that must be carried out properly, both in the products and services provided. Both have an important role in customer satisfaction and loyalty.

This type of research is field research with a research approach that is quantitative research. Where the variables used in this study are product quality, service quality, customer satisfaction and customer loyalty. The population in this study were Muslim consumers of Le'gita Coffee & Bristo Pematang. Sampling using the Lemeshow formula with a total sample of 100 respondents. Sources of data in this study are primary data and secondary data. The data collection method used is a questionnaire, and the analysis method is path analysis where the variable of consumer satisfaction is the intervening variable.

Based on the results of the study, two path test equations were obtained. The results of the equation shows that product quality and service quality have a direct influence on loyalty and also an indirect effect through satisfaction as an intervening variable.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Consumer Satisfaction and Consumer Loyalty.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta karunia-Nya kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh Kualitas Prodk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada Konsumen Muslim Le'gita Coffee & Bristo Pematang.

Dengan selesainya penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini jauh dari kesempurnaan dan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., rektor IAIN Pematang, yang telah memberikan kesempatan menempuh pendidikan di IAIN Pematang.
2. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, SH., M.H, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah menyetujui penelitian.
3. Bapak M. Aris Safii M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pematang
4. Bapak H. Ali Amin Isfandiar, M.Ag selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA)
5. Bapak Drajat Stiawan, M.Si. selaku pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Keluarga besar Le'gita Coffee& Bristo Pematang yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian ini.
7. Konsumen Le;gita Coffee & Bristo Pematang yang sudah berkenan membantu keberlangsungan penelitian ini.
8. Keluarga tercinta Bapak Slamet Sain dan Ibu Sutarti yang telah memberikan dukungan, semangat, motivasi dan do'a kepada penulis serta kedua kakak Dwi Untoro dan Slamet Budiawan yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat.

9. Keluarga besar IPPNU Ulujami, PMII Rayon Ekonomi Bisnis Islam, HMJ Ekonomi Syariah, DEMA FEBI yang telah memberikan banyak pengalaman dan ilmu yang berharga, sebagai tempat menempa diri.
10. Keluarga besar TK Muslimat NU Pamutih tempat menemukan jiwa dan titik nyaman.
11. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah 2017 khususnya Ekos D 2016. Kelas unik dan asik yang telah memberikan kenangan tak terlupakan.
12. Dan untuk diriku sendiri, terimakasih sudah berusaha dan berjuang hingga titik ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya bagi pihak lain yang memerlukan.

Wassalamualaikum, Wr. Wb.

Pekalongan, 17 April 2020
Penulis



Tri Anagh Firli
NIM. 4117166

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
PEDOMAN TRANLITERASI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	14
BAB II KERANGKA TEORI.....	16
A. Landasan Teori.....	16
1. Kualitas Produk	16
2. Kualitas Pelayanan	20
3. Kepuasan Konsumen.....	24
4. Loyalitas Kosumen.....	26
5. Konsumen Muslim	29
B. Telaah Pustaka	32
C. Kerangka Berpikir.....	38
D. Hipotesis.....	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
A. Jenis Penelitian.....	44
B. Pendekatan Penelitian	44
C. Setting Penelitian	45
D. Populasi dan Sampel	45
E. Variabel Penelitian.....	46
F. Sumber Data.....	48
G. Teknik Pengumpulan Data.....	49

H. Metode Analisis Data.....	49
a. Uji Instrumen Penelitian.....	49
b. Uji Asumsi Klasik	50
c. Analisis Jalur	52
d. Uji Hipotesis.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
A. Deskripsi Data.....	56
B. Analisis Data	62
1. Hasil Uji Instrumen	62
2. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	66
3. Hasil Uji Hipotesis	75
4. Analisis Path.....	80
C. Pembahasan.....	90
BAB V PENUTUP.....	96
A. Kesimpulan	96
B. Keterbatasan Penelitian.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	98
 LAMPIRAN	
1. Lampiran 1.....	I
2. Lampiran 2	VII
3. Lampiran 3	XVI
4. Lampiran 4	XVII
5. Lampiran 5	XVIII
6. Lampiran 6.....	XIX
7. Lampiran 7.....	XXI
8. Lampiran 8.....	XXIII
9. Lampiran 9.....	XXIV

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Rumah Makan/Restoran Menurut Kabupaten Kota Di Provinsi Jawa Tengah.....	8
Tabel 1.2	Menu Di Le'gita Coffee & Bristo Pematang.....	10
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1	Definisi Operasional.....	47
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	58
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	59
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	60
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Berkunjung.....	62
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	63
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	64
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen.....	64
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Loyalitas Konsumen.....	65
Tabel 4.12	Hasil Uji Reabilitas Instrument.....	66
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas One Sample Kolmogorov Smirnov Test.....	67
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan I.....	69
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan II.....	69
Tabel 4.16	Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan I.....	72
Tabel 4.17	Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan II.....	72
Tabel 4.18	Hasil Uji Linearitas Kualitas Produk Dan Loyalitas Konsumen....	73
Tabel 4.19	Hasil Uji Linearitas Kualitas Pelayanan Dan Loyalitas Konsumen.	74
Table 4.20	Hasil Uji Linearitas Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen.....	74
Table 4.21	Hasil Uji T Persamaan I.....	76
Table 4.22	Hasil Uji T Persamaan Ii.....	77
Table 4.23	Hasil Uji Hipotesisi.....	78

Table 4.23	Hasil Uji Simultan	79
Table 4.25	Hasil Uji Koefisien Determinasi	80
Table 4.26	Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan I.....	81
Table 4.27	Hasil Analisis Jalur Persamaan I.....	81
Table 4.28	Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan II	83
Table 4.29	Hasil Analisis Jalur Persamaan II.....	84
Table 4.30	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Grafik P-Plot Uji Normalitas Persamaan I.....	68
Gambar 4.2	Grafik P-Plot Uji Normalitas Persamaan II.....	68
Gambar 4.3	Grafik Scatterplot Persamaan I.....	71
Gambar 4.4	Grafik Scatterplot Persamaan II.....	71
Gambar 4.5	Gambar Hasil Memasukkan Beta.....	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	I
Lampiran 2	Tabulasi Hasil Penelitian	VII
Lampiran 3	Hasil Output SPSS Analysis Path	XVI
Lampiran 4	Surat Permohonan Izin Penelitian.....	XVII
Lampiran 5	Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian	XVIII
Lampiran 6	t Tabel.....	XIX
Lampiran 7	r Tabel	XXI
Lampiran 8	Dokumentasi Penelitian	XXIII
Lampiran 9	Daftar Riwayat Hidup	XXIV

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dan perubahan zaman ikut serta mengubah gaya hidup masyarakat. Persaingan pasar baik domestik atau internasionalpun menjadi sangat ketat. Hal ini dikarenakan adanya banyak kompetitor yang menjalankan usaha pada bidang produk ataupun jasa yang sama. Salah satu bisnis yang selalu ramai peminat adalah bisnis makanan. Makanan adalah salah satu kebutuhan harian, namun akhir-akhir ini zaman semakin mengubah kebiasaan kegiatan mengkonsumsi makanan ataupun minuman yang semula merupakan kebutuhan juga menjadi sebuah gaya hidup. Untuk mencapai tujuan agar perusahaan semakin maju dan berkembang, maka perlu adanya penguasaan pasar. Inti dari penguasaan pasar adalah bagaimana kita dapat menguasai benak konsumen. Seringkali yang dimaksudkan positioning adalah posisi produk dipasaran, namun sebenarnya yang selain itu juga harus diperhatikan adalah posisi produk dalam benak masyarakat (Thoriq, 2007)

Adanya eskalasi kesejahteraan dan perubahan gaya hidup khalayak ramai berdampak pada pemenuhan kebutuhan refreshing. Berkunjung ke *coffee shop* atau *cafe* kini sudah menjadi kebiasaan dan gaya hidup baru bukan hanya untuk kalangan remaja namun juga orang tua. Mereka cenderung menjadikan *coffee shop* sebagai tempat berkumpul, apalagi sekarang gerai-gerai kopi atau *coffee shop* mengalami perluasan fungsi.

Bukan hanya menyuguhkan kopi sebagai kebutuhan namun juga menambahkan fungsi sebagai penunjang kegiatan kerja, menghabiskan waktu, dan tempat untuk mencari pengakuan diri dengan berbagai produk yang disuguhkan. Gerai coffe shop juga mulai menyuguhkan berbagai macam varian produk bukan hanya berfokus pada produk yang berbau kopi saja. Hal ini bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar. Usaha yang sedang menjamur ini mulai mempromosikan berbagai inovasi untuk mengambil hati para konsumen dan sanggup bersaing.

Bisnis cafe ataupun restoran merupakan salah satu bisnis yang menarik, tentunya jenis produk ataupun jasa yang ditawarkanpun harus memiliki kelebihan. Di kabupaten Pematang, cafe sudah menyebar dimana-mana, dari pusat kota, hingga kedesa-desa. Hal ini menimbulkan semakin ketatnya persaingan bisnis sejenis seperti bisnis cafe ini. Setiap perusahaan saling berpacu agar bisa menggaet lebih banyak pembeli. Café harus mampu mempertahankan mutu produk dan menciptakan keunggulan ataupun membuat inovasi. Harapannya hal tersebut dapat meningkatkan permintaan dan penjualan, sehingga perusahaan akan mendapatkan banyak konsumen. Konsep pemasaran menyatakan bahwa untuk mencapai tujuan dari perusahaan, maka harus diketahui kebutuhan para konsumen. Perusahaan akan lebih mudah untuk memuaskan konsumen jika mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen (Rosnaini,2017)

Peran manajemen pemasaran dalam hal ini bukan hanya sekedar memasarkan produk dan mencari pelanggan baru, namun juga bagaimana caranya membuat pelanggan tersebut menjadi loyal pada perusahaan. Konsumen yang loyal akan memberikan rekomendasi produk ataupun perusahaan yang bersangkutan pada orang lain, hal ini adalah salah satu perilaku pelanggan yang loyal. Untuk menciptakan pembeli yang loyal, salah satu kuncinya adalah terpenuhinya kepuasan konsumen (Inka, 2014).

Kepuasan adalah tanggapan dari pembeli atau konsumen. Kepuasan merupakan penilaian dari konsumen yang menyatakan mengenai produk yang disuguhkan ataupun layanan yang ada yang dirasa telah memenuhi kebutuhan atau manfaatnya dimana penilaian tentang pemenuhan kebutuhan ini bisa lebih ataupun kurang (Deny, 2013). Tidak semua konsumen memiliki nilai yang sama. Biasanya konsumen membandingkan mutu yang disuguhkan dan yang diharapkan olehnya. Diduga kepuasan pelanggan terjadi karena adanya kualitas produk (Risky, 2018). Beberapa hal yang dipentingkan dalam mencapai sebuah kepuasan pada konsumen muslim diantaranya adalah kehalalan produk, baik secara dzatnya ataupun cara memperolehnya. Dalam Islam ada tiga hukum yang berlaku dalam konsumsi, yaitu halal, mubah, haram, makruh dan boleh.

Dalam dunia bisnis menyoal kualitas tentunya sesuatu yang sangat penting. Kualitas mulai dicap sebagai "*harga yang harus dibayar*" oleh perusahaan supaya tetap bisa bertahan dengan usahanya. Mutu atau kualitas produk adalah penentu kepuasan konsumen, setelah membeli ataupun

memakai sebuah produk. Product adalah suatu hal yang ditawarkan oleh perusahaan dengan harapan dapat dikonsumsi, digunakan, ataupun dibeli oleh konsumen dalam rangka pemenuhan kebutuhan. Jika kualitas produk yang disajikan baik maka kebutuhan dan kemauan konsumen pada suatu produk dapat terpenuhi dengan baik. Dengan kata lain, jika mutu dari suatu barang yang dirasakan oleh konsumen lebih tinggi dari ekspektasi, maka kualitas produk yang dipresepsikan akan memuaskan (Deny, 2013) Kualitas produk merupakan senjata yang sangat mematikan untuk menyingkirkan kompetitor, hanya perusahaan yang mampu menyajikan kualitas produk paling baik dengan jangka waktu yang lama yang mampu tumbuh menjadi perusahaan yang lebih berhasil dan memenangkan persaingan.

Indonesia adalah negara dengan jumlah mayoritas muslim terbesar di dunia, dengan presentase lebih dari 80% dari total jumlah penduduk. Sesuai dengan ajaran syariah Islam, konsumen muslim memiliki kriteria dalam memilih produknya, diantaranya adalah produk-produk yang akan dikonsumsi diharuskan halal. Isu tentang kehalalan makan menjadi salah satu isu yang sensitive bagi masyarakat Indonesia, menjadikan pemerintah memiliki tanggungjawab dalam melindungi masyarakat, dalam hal ini adalah konsumen dari kehalalan produk yang dipasarkan, diperjual belikan. Para produsen yang memiliki bisnis pun dituntut memiliki tanggungjawab atas produk yang diperjualbelikan agar memenuhi standard yang ada. BPOM memberikan asumsi tentang halal tidaknya sebuah

produk, hal ini didasarkan pada kandungan yang ada dalam produk tersebut (Mukhtar, 2016). Syarat-syarat dikatakan halal sebuah produk/makanan diantaranya tidak mengandung babi dan khamr (alcohol), hewan yang disembelih sesuai syariah Islam, tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti darah, bangkai, kotoran, dan sejenisnya, serta penggunaan fasilitas yang sesuai dengan syariat, misalnya menurut syariat Islam penggunaan fasilitas untuk produk halal dan tidak halal secara bergantian tidak diperbolehkan. Seperti yang tersurat dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 114-115:

تَعْبُدُونِي يَا هُكُنْتُمْ أَنَا اللَّهُ نَعْمَتًا شَكَرُوا وَاطِيبًا حَلَالًا اللَّهُ رَزَقَكُمْ مِمَّا فَكَلُوا
فَمِنَ الْبَهَائِمِ غَيْرِ أَهْلُ مَا الْخِنْزِيرُ وَلَحْمُ الدِّمَائِمِيَّةِ عَلَيْكُمْ حَرَمًا مِمَّا
رَحِمَ غَفُورٌ لَّهِ فَالْعَادِيُونَ لَا بَأْسَ عَلَيْهِمْ إِذَا ضَظُرُوا

Artinya:

“Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu benar-benar hanya menyembah kepada-Nya. Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan atasmu bangkai, darah, daging babi, dan (hewan) yang disembelih dengan (menyebut nama) selain Allah, tetapi barangsiapa terpaksa (memakannya) bukan karena menginginkannya dan tidak pula melampaui batas, maka sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.” (115) – (Q.S An-Nahl: 114-115)

Selain kualitas produk, salah satu hal yang tidak boleh dilewatkan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan sebuah ukuran mengenai seberapa bagus tingkat pelayanan yang mampu diberikan oleh sebuah perusahaan pada konsumennya. Penilaian tersebut dibandingkan dengan ekspektasi konsumen, apakah bisa memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan, dan harapan konsumen atau tidak. Perusahaan harus memberikan pelayanan yang maksimal, untuk memuaskan

konsumen. Baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada penyedia pelayanan dalam memenuhi harapan konsumennya secara konsisten (Irfina,2015).

Dalam ajaran Islampun sudah mengajarkan tentang memberikan layanan dari usaha harus dijalankan dengan baik, baik dalam produk ataupun jasa yang diberikan. Jangan memberikan yang sesuatu yang bersifat buruk atau tidak berkualitas. Hal tersebut tersurat dalam Al-Qur'an surat Al-baqarah/2:267, seperti sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ
الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ
وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya:

”Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.” (Q.S. Al Baqarah(2),267).

Pada ayat tersebut dijelaskan mengenai ajaran Islam untuk memberikan pelayanan yang maksimal, baik dalam produk ataupun jasa yang disediakan oleh perusahaan. Pentingnya hal ini disebabkan karena pelayanan bukan hanya sebatas melayani konsumen. Namun ada beberapa aspek di dalamnya. Pelayanan berarti mengerti, memahami, dan merasakan hingga menyampaikan isi ataupun rasa dari produk ataupun

jasa dari sebuah perusahaan hingga ke hati konsumen sehingga, produk memiliki tempat di hati konsumen. Transaksi yang dilakukan juga harus berdasarkan dengan keridhoan antara dua belah pihak, hal ini adalah salah satu standard dari kualitas transaksi dalam Islam. Asas saling ridho antara penjual dan pembeli. Pemberian pelayanan yang berkualitas dan sesuai dengan syariat Islam dapat menjadikan konsumen puas, pada khususnya konsumen Muslim.

Buruknya pelayanan dan karakter bisnis para pengusaha dapat dikatakan menentukan kehidupan perusahaan. Dalam pasar global yang hiperkompetitif, tidak ada satupun bisnis yang bisa bertahan lama tanpa adanya pelanggan yang puas dan loyal (Fandy Tjiptono,2007). Sukses atau gagalnya hal tersebut ditentukan oleh kualitas yang disuguhkan. Seperti yang disampaikan Allah SWT. dalam Al Quran Surah Ali Imron(3):159:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ
حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ
عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya:

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka.Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu.karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah.Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.” (Q.S. Ali Imron(3):159).

Ayat tersebut menjelaskan, bahwa setiap insandiajarkanagar memiliki perilaku lemah lembut hal tersebut dikarekana supaya orang lain merasakan kenyamanan jika berada disampingnya. Jika dalam bisnis tidak mampu memberikan kelemahan lembutan, kenyamanan dan rasa aman, maka konsumen akan merasa tidak diperlakukan dengan baik. Tidak menutup kemungkinan bahwa konsumen akan berpaling ke perusahaan lain. Pelaku bisnis selain harus bersikap lemah lembut, namun juga harus menghindari sikap keras hati dan melapangkan dada untuk menjadi seorang pemaaf.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah, menunjukkan mengenai data jumlah rumah makan/restoran menurut kabupaten kota di provinsi Jawa Tengah, menunjukkan data dikabupaten Pemalang dan kabupaten sebagai berikut:

Tabel 1.1
JUMLAH RUMAH MAKAN/RESTORAN MENURUT
KABUPATEN KOTA DI PROVINSI JAWA TENGAH

Kabupaten	Tahun							
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Kab. Pemalang	33	28	28	28	28	71	71	56

Sumber:Jateng.bps.go.id

Dari data pada tabel 1.1 Tentang data jumlah rumah makan/restoran menurut pemerintah, menunjukkan adanya peningkatan dan penurunan pada jumlah rumah makan/restoran. Hal ini dapat ditafsirkan bahwa semakin meningkatnya jumlah restoran/cafe/rumah makan akan meningkatkan persaingan antar perusahaan. Seberapa mampu perusahaan

mempertahanan eksistensinya, mempertahankan dan menaraaik konsumen baru.

Le'gita Coffe & Bristo Pernalang adalah salah satu bisnis kopi yang menyediakan berbagai fasilitas yang akan membuat nyaman para pengunjung. Le'gita Coffe & Bristo Pernalang melayani konsumen untuk makan ditempat dengan menyediakan beberapa tempat duduk yang nyaman dengan pilihan *indoor* dan *outdoor*, konsumen bisa sesuka hati memilih tempat duduk yang diinginkan. Biasanya pemesanan dilakukan saat pertama kali masuk ke dalam café, karyawan akan menawarkan berbagai macam pilihan menu, sedangkan untuk pembayarannya bisa dilakukan diakhir kunjungan. Di dalam café juga terdapat pelayanan pemesanan, semisal dirasa konsumen memerlukan atau hendak memesan menu lagi.

Le'gita Coffe & Bristo Pernalang juga dilengkapi hiburan berupa suguhan *acoustic band*. Penyediaan fasilitas lain juga semakin menambah kenyamanan para pengunjung, berupa toilet dan tempat ibadah serta layanan wifi. Dengan semakin canggihnya teknologi Le'gita Coffee & Bristo Pernalang juga mengikuti perkembangannya, di antaranya seperti menyediakan layanan melalui Grabfood dan Gofood, ini dilakukan untuk memanjakan konsumen dan memberikan pelayanan yang maksimal untuk siapa saja dan dimana saja.

Le'gita Coffee & Bristo Pernalang adalah *coffee shop* pertama yang ada di Pernalang. Le'gita Coffee & Bristo Pernalang berdiri sejak tahun

2013. Cafe ini beralamat di ruko Grand Comal Residence Blok AE No 12A – 12B, dikecamatan Comal. Le’gita Coffee & Bristo Pematang buka sejak pukul 11.00 – 23.00. Café ini menyuguhkan berbagai macam menu, mulai dari indonesian food, western food, hingga Snack. Tidak hanya itu, selain ada coffee, Le’gita Coffee & Bristo Pematang juga menyuguhkan varian lain seperti modernish coffee, signature coffee, juice, kopi susu, hingga teh dan menu-menu lainnya. Dengan total lebih dari 100 menu yang ditawarkan membuat Le’gita Coffee & Bristo Pematang seperti yang disebutkan dalam table dibawah ini:

Tabel 1.2
Menu di Le’gita Coffee & Bristo Pematang

Menu	Total Item	Menu	Total Item
Indonesian Food	10 item menu	Basic Coffeee	8 item menu
Asian Food	12 item menu	Manual Brew	6 item menu
Western Food	8 item menu	Kopi Susu Jaman Now	3 item menu
Hot Plate	3 item menu	Ice Coffee	4 item menu
Snack	6 item menu	Flavored Latte	3 item menu
Rice Bowl	5 item menu	Modernish Coffee	4 item menu
Toast Series & Sweets	8 item menu	Signature Coffee	4 item menu
Kids Menu	4 item menu	Frappe	6 item menu
Mocktaik	7 item menu	Non Coffee	9 item menu
Tea	8 item menu	Smoothies & Juices	7 item menu

Ramadhan Special Drink	4 item menu		Menu Bukber	2 item menu
------------------------	-------------	--	-------------	-------------

Sumber: @legitacoffeee (le'gita-coffee& bristo-)

Dengan disuguhkannya berbagai macam pilihan menu, diharapkan akan mampu menarik banyak konsumen untuk berkunjung dan mempertahankan konsumen lama. Hal ini membuat ketertarikan peneliti pada Le'gita Coffee & Bristo Pemalang ini yang berdiri sejak 7 tahun yang lalu tetap bisa mempertahankan eksistensinya.

Disamping sebagai tempat untuk menghabiskan waktu, nongkrong bersama teman, keluarga, atau memenuhi kebutuhan perut, Le'gita Coffee & Bristo Pemalang juga bisa membantu customer yang akan menyelenggarakan berbagai macam event. Le'gita Coffee & Bristo Pemalang menyuguhkan berbagai fasilitas untuk perayaan event seperti Birthday Party, acara komunitas, acara organisasi, bahkan acara sekolah seperti pelepasan kelulusan siswa pun bisa dilakukan di sini. Riset ini dilakukan untuk mencari tahu sejauh mana pengaruh yang diberikan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen muslim, dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel**

Intervening Pada Konsumen Muslim Le'gita Coffee & Bristo Pemalang'.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan pada latar belakang, maka peneliti mendapatkan beberapa pertanyaan yang menyangkut dalam koridor penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim Le'gita Coffee & Bristo Pemalang?
2. Apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim Le'gita Coffee & Bristo Pemalang?
3. Apakah kepuasan konsumen memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen muslim Le'gita Coffee & Bristo Pemalang?
4. Apakah kualitas produk memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen muslim Le'gita Coffee & Bristo Pemalang?
5. Apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas knsumen muslim Le'gita Coffee & Bristo Pemalang?
6. Apakah kualitas produk memiliki pengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada konsumen muslim Le'gita Coffee & Bristo Pemalang?
7. Apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada konsumen muslim Le'gita Coffee & Bristo Pemalang?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan yang hendak dicapai, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim Le'gita Coffee & Bristo Pematang.
 2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim Le'gita Coffee & Bristo Pematang.
 3. Untuk mengetahui apakah kepuasan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pada konsumen muslim Le'gita Coffee & Bristo Pematang.
 4. Untuk mengetahui apakah kualitas produk memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen muslim Le'gita Coffee & Bristo Pematang.
 5. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas knsumen muslim Le'gita Coffee & Bristo Pematang?
 6. Untuk mengetahui apakah kualitas produk memiliki pengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada konsumen muslim Le'gita Coffee & Bristo Pematang.
- Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada konsumen muslim Le'gita Coffee & Bristo Pematang.

D. Manfaat Penelitian

Berikut merupakan beberapa manfaat adanya penelitian ini:

1. Secara Teoritis

Hasil dari riset ini diharapkan dapat memberkan pandangan dan sumbangan pemikiran serta bahan rujukan bagi peneliti lainnya. Disamping itu diharapkan dengan adanya riset ini dapat memudahkan peneliti selanjutnya dapal rangka menentukan langkah-langkah tepat guna untuk mengupayakan peningkatan jumlah penjualan dengan memperhatikan berbagai macam faktor. Selain itu dapat digunakan untuk menambah pengetahuan mengenai pengaruh yang diberikan dari kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel intervening baik dalam satu objek ataupun objek lainnya.

2. Secara Praktis

a. Bagi penulis

Harapannya penelitian ini dapat memberikan pemahaman lebih bagi penulis mengenai komponen-komponen yang memberikan dampak terhadap loyalitas, kualitas baik pelayanan ataupun produk dan juga kepuasan khususnya pada Le'gita Coffee & Bristo Pernalang.

b. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para akademisi dengan menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

c. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat yang masih kekurangan pengetahuan mengenai kualitas produk dan pelayanan serta kepuasan dan loyalitas konsumen, diharapkan penelitian ini dapat membantu, khususnya dalam melihat peluang bisnis.

d. Bagi Le'gita Coffee & Bristo Pernalang

Dalam penelitian ini mencakup beberapa faktor yaitu mengenai loyalitas konsumen, harapannya bisa dijadikan bahan evaluasi bagi perusahaan, peningkatan mutu baik dari segi pelayanan ataupun inovasi produk, juga dalam berbagai faktor lainnya guna mempertahankan dan meningkatkan jumlah konsumen.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen muslim Le'gita Coffee & Bristo Pematang.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen muslim Le'gita Coffee & Bristo Pematang.
3. Kepuasan konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen muslim Le'gita Coffee & Bristo Pematang.
4. Kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen muslim Le'gita Coffee & Bristo Pematang.
5. Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen muslim Le'gita Coffee & Bristo Pematang.
6. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai variabel intervening.
7. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai variabel intervening.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dikerjakan dan dilakukan sesuai dengan pedoman ilmiah, akan tetapi peneliti menemukan keterbatasan dalam penelitian ini. Penelitian ini hanya meneliti variabel kualitas produk,

kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen, padahal masih terdapat banyak variabel atau komponen lain yang dapat ikut serta memberikan pengaruh pada loyalitas konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nanan H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Cv Pustaka Setia.
- Anwar, Saifudin. (1999). *Metode Penelitian*. Yogyakarta : pustaka pelajar offset.
- Ananda, Risky. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Bengkel Sisam Pematangsiantar. *Jurnal SULTANIST*, (6) 1.
- Arshitasari, Nela. (2016). Pengaruh Label Halal dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Toko Roti Polaris Kedungwuni. *Skripsi*, Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan. Pekalongan
- Badroen, Faisal. (2006). *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Basith, Abdul, Srikandi Kumadji dan Kadarisman Hidayat. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan De'Pans Pancake And Waffle Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, (11) 1, 1-8.
- Chasanah, Uswatun. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan pada Cafe Waroeng Pisa Purwokerto, Banyumas. *Skripsi*, Ekonomi Syariah IAIN Purwokerto. Purwokerto.
- Daga, Rosnaini. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Sulawesi Selatan: GlobalRCI.
- Darmawan, Deni. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ekasari, Ratna. (2018). Pengaruh Lokasi, Inovasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Kebun Coklat Cafe & Resto Di Balongbendo Kabupaten Sidoarjo. *Ecopreneur*, (1) 1, 25-29.
- Febri, Endra. (2017). *Pedoman Metodologi Penelitian (Statistika Praktis)*. Sidoarjo: Zifatama Jawara.
- Gulla, Rendy, Sem George Oroh dan Ferdy Roring. (2015). Analisis Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn. *Jurnal Emba*. (3) 1, 1313-1322.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25*, Edisi 9. Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Harianto, David dan Hartono Subagio. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Dan Atmosfer Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Konsumen Kedai Deja- Vu Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, (1) 1, 1-8.
- Hamzah, Yaksan, & Hamzah Hafied. (2014) *Etika Bisnis Islam*. Makasar:Kretakupa Print.
- Indrasari, Methiana. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya:UnitomoPress.
- Irawan, Deny dan Edwin Japariato. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, (1) 2, 1-8.
- Iriyanti, Emik, Nurul Qomariah Dan Akhmad Suharto.(2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Depot Mie Pangsit Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, (2) 1, 1-15.
- Kirom, Bahrul. (2015). *Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Edisi Revisi*. Bandung:Pustaka Reka Cipta.
- Kotler, Philip. (1988). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian Jilid 2* (Jaka Wasana, Penerjemah). Jakarta:Penerbit Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat.(2014).*Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta:Salemba Empat.
- Muis,Saludin.(2011). *Menciptakan Kuailtas Produk Kelas Dunia*. Yogyakarta:Graha Ilmu.
- Nasution, S. (2009). *Metode Research Penelitian Ilmiah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nurhani, Siti. (2012). *Metodelogi Penelitian Praktis*. Pekalongan : UNIKAL PRES.
- Ofaela, Hana dan sasi Agustin (2016) Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Kerhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi.*Jurnal Ilmu Dan Riset Managemen*, (5) 1.
- Priscilia. (2018).Pengaruh Produk dan Label Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim pada Bakso Granat Mas Azis Palembang. *Skripsi*, Ekonomi IslamUniversitas Raden Fatah. Palembang.
- Priyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo:Zifatama Publishing.

- Runtunuwu, Johanes Gerardo, Sem Oroh dan Rita Taroreh. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado. *Jurnal EMBA*, (2) 3, 1803-1813.
- Saebani Muh. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Batik Danar Hadi Surakarta, *JURNAL JKB*, (18) 10.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. (2017). *Metode penelitian untuk Bisnis*, Jakarta : Salemba Empat.
- Semiring, Inka Janita, Suharyono Andriani, Kusumawati. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Mcdonald's Mt.Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, (15) 1, 1-10.
- Shartyjarini, Shary, riza firdaus dan rusniati, Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Wawasan Manajemen*. (4) 1.
- Siregar, Sofyan. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan Spss*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: pustakabarupress.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Pemasaran Jasa*. Sleman: Bayumedia Publishing.
- Umar, Husein. (2000). *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Putra Utama.
- W, Gulo. (2002). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Wahyudi, Setyo Tri. (2016). *Konsep dan Penerapan Ekonometrika Menggunakan E-views*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.