

Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen dengan Dimoderasi oleh Faktor Harga dan Variasi Produk Makanan Sehat pada PT Melia Sehat Sejahtera

Analysis of Consumer Satisfaction on Consumer Loyalty Moderated by Price And Product Variety of Products at PT. Melia Sehat Sejahtera

Amrin Mulia Utama Nasution*

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area, Indonesia

Abstrak

Banyak perusahaan penyedia makanan sehat di Indonesia saat ini bersaing dan memiliki banyak produk seperti PT Melia Sehat Sejahtera, Keberhasilan pengembangan produk menjadikan PT Melia Sehat Sejahtera makanan sehat yang terkenal di Indonesia. Banyaknya penghargaan yang diraih oleh perusahaan makanan sehat ini membuat PT Melia Sehat Sejahtera selalu menjadi pilihan berkat tingkat loyalitas konsumennya. Loyalitas konsumen menurut pemahaman perilaku konsisten dengan perilaku pembelian kembali serta ukuran preferensi pelanggan untuk membeli kembali dan kecenderungannya untuk beralih ke produk. Niat pembelian ulang sangat dipengaruhi oleh kepuasan konsumen terhadap suatu produk. Penelitian ini diujikan kepada 125 responden yang kemudian dikumpulkan datanya dan diuji kelayakannya. Setelah uji kelayakan dilakukan uji analisis data menggunakan SEM (regresi) dengan bantuan program SmartPLS. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan sebagai berikut 1) Kuatnya peran kepuasan konsumen (93%) terhadap loyalitas konsumen di PT Melia Sehat Sejahtera, disebabkan karena produk PT Melia Sehat Sejahtera adalah makan sehat yang sangat direkomendasikan dengan pilihan produknya, Produk PT Melia Sehat Sejahtera juga mudah didapat, dengan banyaknya cabang di setiap daerah memudahkan konsumen untuk membeli produk makan sehat PT Melia Sehat Sejahtera. 2) Kepuasan konsumen yang dimoderatori oleh harga produk Makanan Sehat PT Melia Sehat Sejahtera memiliki pengaruh yang relatif kecil (1%) terhadap loyalitas konsumen dan harga juga dapat memainkan peran negatif (-1,3%) secara langsung terhadap loyalitas konsumen. Hal ini dikarenakan harganya yang kompetitif dibandingkan dengan produk sejenis. 3) Peran kepuasan konsumen yang relatif kecil (8%) dimoderatori oleh variasi produk terhadap loyalitas konsumen makanan sehat PT Melia Sehat Sejahtera dan variasi produk dapat berperan langsung terhadap loyalitas konsumen sebesar (5%). Hal ini disebabkan kurangnya variasi rasa produk makanan sehat PT Melia Sehat Sejahtera.

Kata kunci: harga, loyalitas konsumen, kepuasan konsumen, variasi produk

Abstract

Many providers in Indonesia currently have many products such as PT Melia Sehat Sejahtera. The success of product development has made PT Melia Sehat Sejahtera a well-known in Indonesia. The many awards this has won has made PT Melia Sehat Sejahtera always be number one thanks to the level of customer loyalty. Consumer loyalty according to behavioral understanding is consistent with repurchasing behavior as well as a measure of customer preference to repurchase and the tendency to switch to the product. Repurchase intention is strongly influenced by consumer satisfaction with a product. However, there are two studies which state that it has a negative effect on consumer loyalty, so that a moderating variable appears. This research was tested on 133 respondents who then collected the data and tested its feasibility. After the feasibility test, a data analysis test was carried out using SEM (regression) with the help of the SmartPLS program. This study resulted in the following conclusions 1) The strong role of consumer satisfaction (93%) on consumer loyalty at PT Melia Sehat Sejahtera, because PT Melia Sehat Sejahtera is a highly recommended place to eat with its food choices, PT Melia Sehat Sejahtera is also easy to get, with many branches in each region make it easier for consumers to buy PT Melia Sehat Sejahtera products. 2) Consumer satisfaction which is moderated by the price of PT Melia Sehat Sejahtera's products has a relatively small effect (1%) on consumer loyalty and price can also play a direct negative role (-1.3%) on consumer loyalty. This is because the price is competitive compared to similar products. 3) The role of the relatively small level of consumer satisfaction (8%) is moderated by product variations on consumer loyalty at PT Melia Sehat Sejahtera and product variety can play a direct role on consumer loyalty by (5%). This is due to the lack of variety of PT Melia Sehat Sejahtera's products.

Keywords: price; consumer loyalty; level of customer satisfaction; product variety

How to Cite: Nasution, A.M.U. (2023). Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen dengan Dimoderasi oleh Faktor Harga dan Variasi Produk Makanan Sehat pada PT Melia Sehat Sejahtera. *Economics, Business and Management Science Journal*, 3(1) 2023: 61-66,

*E-mail: amrinmuliautama@gmail.com

ISSN 1234-5678 (Online)



PENDAHULUAN

Sejak ada pandemi corona melanda hingga saat ini semua negara di dunia disibukkan dengan berbagai usaha mengatasi pandemi corona ini yang menyebabkan penjualan suatu produk mengalami penurunan. Pandemi corona ini sudah ada di Indonesia sejak Maret 2020. Kondisi tersebut mengarah pada masa revolusi industri 4.0 dimana kini kemajuan teknologi di bidang data dan kemajuan di bidang digital berkembang pesat. Masa revolusi 4.0 bagi perusahaan yang maju dan kompetitif, perusahaan perlu mengubah cara menjual produknya, mempertahankan produknya, menarik konsumen dan berdagang dengan pesaing produk (Tjiptono, 2005 dalam Abi, 2020). Konsumen masa kini membutuhkan makan makanan yang sehat. Makanan sehat yang akhir-akhir ini menjadi favorit mayoritas masyarakat Indonesia adalah makanan yang dianggap higienis, bergizi dan rendah kalori. Perusahaan makanan sehat Indonesia memiliki banyak produk seperti PT Melia Sehat Sejahtera. PT Melia Sehat Sejahtera dengan mengkhususkan produk di kategori makanan sehat dapat bersaing dengan perusahaan makanan sehat lainnya. Perusahaan makanan sehat ini telah menjadi pilihan dari banyak masyarakat Indonesia PT Melia Sehat Sejahtera selalu menjadi pilihan disebabkan oleh konsumen yang selalu melakukan pembelian ulang atau niat berkunjung kembali. Loyalitas konsumen dapat dipahami. Perilaku konsisten dengan pembelian ulang serta ukuran preferensi pelanggan untuk membeli kembali dan kecenderungannya untuk beralih ke produk (Bowen, J.T., & Chen, 2001 dalam artikel Moon, 2020). Niat beli ulang mempengaruhi gambaran keinginan konsumen untuk mengunjungi kembali makanan sehat dan produk yang sama dan merekomendasikannya kepada anggota keluarga serta niat beli ulang sangat dipengaruhi oleh kepuasan konsumen terhadap suatu produk (Moon, 2020).

Kepuasan konsumen yaitu penilaian atau evaluasi setelah membeli suatu produk atau jasa digambarkan sebagai sejauh mana produk yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan konsumen (Oliver, 1980) dalam artikel (Chun & Nyam-Ochir, 2020). Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap niat untuk mengunjungi kembali atau merekomendasikan produk kepada orang lain). Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Soelasih (2017) yang menyatakan bahwa kepuasan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Pradana (2018) menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas. Kesenjangan pada penelitian di atas menunjukkan adanya pengaruh atau peran dari variabel lain selain variabel kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen, yang dapat berupa variabel harga, variasi produk, dan kualitas layanan.

Harga yang ditawarkan oleh PT Melia Sehat Sejahtera sangat terjangkau dibandingkan dengan harga kompetitornya PT Melia Sehat Sejahtera memiliki harga yang sangat sesuai dengan harapan konsumen Harga dapat dipahami bahwa unsur bauran pemasaran yang mempengaruhi besarnya keuntungan atau pangsa pasar yang diperoleh sesuai dengan pendapatan yang diperoleh perusahaan (Swastha & Irawan, 2008) dalam artikel (Lie et al., 2019). Kebijakan penetapan harga harus mempertimbangkan beberapa faktor yang saling menguntungkan karena harga paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen (Lie et al., 2019). Produk PT Melia Sehat Sejahtera Health Food menawarkan variasi produk yang sangat banyak, Variasi produk dapat dipahami sebagai rangkaian produk yang menghasilkan produk dengan ukuran yang berubah-ubah, mengikuti kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai trend yang berlaku, memperkenalkan produk lebih cepat dengan variasi produk, mengurangi ketidakpastian akibat perubahan selera konsumen, dan meningkatkan daya saing. Botti, S. & Iyengar, 2006) dalam artikel tersebut (Tjahjaningsih et al., 2020). Variasi produk dapat dipahami sebagai inovasi proses yang dapat menjelaskan orientasi keunggulan teknik kreatif tertentu yang memiliki keunggulan dalam pengembangan produk, diferensiasi produk, dan proses kreatif yang dapat memicu tercapainya loyalitas (Tjahjaningsih et al., 2020).

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menjelaskan pengaruh langsung kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen, menguji dan menjelaskan pengaruh kepuasan yang dimoderatori oleh harga produk Makanan Sehat PT Melia Sehat Sejahtera terhadap loyalitas konsumen, serta menguji dan menjelaskan pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas

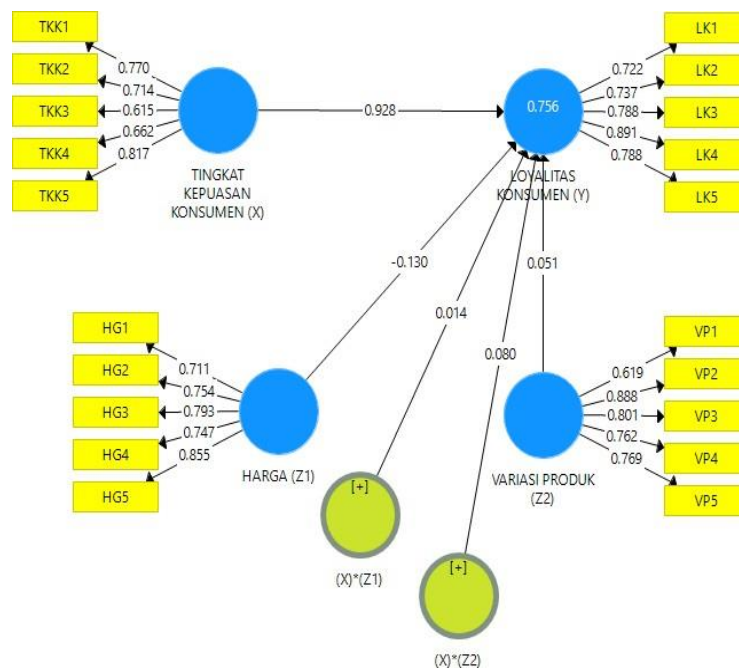


konsumen pengaruh kepuasan yang dimoderatori oleh Variasi Produk. PT Melia Sehat Sejahtera terhadap loyalitas konsumen.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengkonsumsi makanan sehat PT Melia Sehat Sejahtera. Populasi dalam penelitian ini sangat besar dan jumlahnya tidak terbatas, sehingga pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik accidental sampling. Sampel yang diambil berjumlah 125 responden. Penelitian ini mencakup satu variabel bebas yang terdiri dari kepuasan konsumen, loyalitas konsumen sebagai variabel terikat dan harga dan variasi produk sebagai variabel pemoderasi.

Kerangka kerja penelitian ini sebagai berikut



Berdasarkan variabel penelitian dapat dikemukakan Loyalitas Konsumen merupakan perilaku konsisten yang didukung adanya tindakan pembelian ulang serta ukuran dari preferensi pelanggan untuk pembelian kembali dan kecenderungannya untuk beralih ke produk lain (Bowen, J. T., & Chen, 2001) dalam artikel (Moon, 2020) adapun Indikator Loyalitas Konsumen adalah a) Merefereasikan kepada orang lain. b) Melakukan pembelian berulang c) Menunjukkan kekebalan terhadap perhatian dari pesaing

Kepuasan konsumen merupakan sebuah penilaian atau evaluasi setelah pembelian suatu produk atau layanan, digambarkan sebagai sejauh mana produk yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan konsumen (Oliver, 1980) dalam artikel (Chun & Nyam-Ochir, 2020). Indikator kepuasan konsumen adalah a,) Kualitas Produk, b.)Harga, c.)Kualitas jasa, d.) Emotional factor e.) Kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa

Harga merupakan bagian dari unsur bauran pemasaran yang mempengaruhi besar kecilnya keuntungan atau pangsa pasar yang diperoleh sesuai dengan pendapatan yang diperoleh perusahaan (Swastha dan Irawan, 2008) dalam artikel (Lie et al., 2019). Indikaor dari harga adalah a) Keterjangkauan harga, b)Kesesuaian harga dengan kualitas produk, c) Daya saing harga, d) Harga sesuai dengan harapan

Variasi produk merupakan rangkaian produk yang menghasilkan produk dengan perubahan ukuran, mengikuti kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan tren yang berlaku, memperkenalkan produk lebih cepat dengan produk yang beragam, mengurangi ketidakpastian akibat perubahan selera konsumen, dan meningkatkan daya saing (Botti, S. & Iyengar, 2006).

Indikator dari Variasi produk adalah a) Dimensi atau ukuran, b) Tampilan, c) Ketersediaan produk d) Harga

Analisis data dalam karya ilmiah ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis inferensial. Analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini adalah analisis statistik berdasarkan pilihan pernyataan responden dan gambaran kriteria responden yang akan menjadi sampel dalam penelitian ini. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan software SmartPLS 3.3.3. PLS (Partial Least Squares) merupakan salah satu metode penyelesaian software Structural Equation Modeling (SEM) yang dalam hal ini lebih banyak dibandingkan dengan teknik SEM lainnya (Ghozali, 2021). Langkah pertama adalah menguji kelayakan data dengan menggunakan teknik validitas dan reliabilitas (outer model). Langkah kedua adalah menguji analisis data (inner model).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Kelayakan Data

Hasil pengujian menyatakan bahwa nilai validitas setiap item pertanyaan dari variabel kepuasan konsumen (X), loyalitas konsumen (Y), harga (Z1), variasi produk (Z2) memiliki r hitung lebih besar dari r tabel, dimana r tabel sebesar 0,176 dengan $N = 133$ dan taraf signifikansi 5%, semua item pernyataan dinyatakan valid. Nilai Cronbach's alpha pada variabel kepuasan konsumen (X), loyalitas konsumen (Y), harga (Z1), dan variasi produk (Z2) dengan nilai Cronbach's Alpha $> 0,7$ maka instrumen penelitian dikatakan valid

Hasil Analisa SEM (Regresi)

Hasil penelitian pengaruh kepuasan konsumen secara langsung terhadap loyalitas konsumen terhadap makanan sehat PT Melia Sehat Sejahtera, kepuasan konsumen (X) berpengaruh sebesar 93% (0,928) terhadap loyalitas konsumen (Y), hal ini dibuktikan bahwa kepuasan konsumen (X) sangat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y). Kuatnya pengaruh tersebut dikarenakan alasan responden menyatakan bahwa produk PT Melia Sehat Sejahtera mudah didapatkan dengan banyaknya cabang di setiap daerah sehingga memudahkan konsumen untuk membeli produk PT Melia Sehat Sejahtera. Pernyataan tersebut berdasarkan hasil narasi jawaban beberapa responden yang telah setuju untuk mengisi kuesioner penelitian. Hasil penelitian tentang pengaruh kepuasan konsumen yang dimoderatori oleh harga produk Makanan Sehat PT Melia Sehat Sejahtera terhadap loyalitas konsumen, variabel kepuasan konsumen (X) yang dimoderasi oleh variabel harga ($X*Z1$) memiliki berpengaruh sebesar 1% (0,014) tetapi secara langsung variabel harga berpengaruh negatif sebesar -13% (-0,130) terhadap loyalitas konsumen (Y). Rendahnya peran kepuasan konsumen yang dimoderatori oleh harga terhadap loyalitas konsumen disebabkan oleh alasan responden menyatakan harga bersaing, namun ada juga yang lebih murah. Pernyataan tersebut berdasarkan hasil narasi jawaban beberapa responden yang telah setuju untuk mengisi kuesioner penelitian. Hasil penelitian pengaruh kepuasan konsumen yang dimoderatori variasi produk yang ditawarkan oleh PT Melia Sehat Sejahtera terhadap loyalitas konsumen, variabel kepuasan konsumen yang dimoderasi oleh variabel variasi produk ($X*Z2$) memiliki pengaruh sebesar 8% (0,080) tetapi secara langsung variabel variasi produk berpengaruh sebesar 5% (0,051) terhadap loyalitas konsumen (Y). Rendahnya peran kepuasan konsumen yang dimoderatori oleh variasi produk terhadap loyalitas konsumen dikarenakan alasan responden menyatakan masih kurangnya variasi produk. Pernyataan tersebut berdasarkan hasil narasi jawaban beberapa responden yang telah setuju untuk mengisi kuesioner penelitian.

Analisis Kepuasan Konsumen Secara Langsung terhadap Loyalitas Konsumen pada Makanan Sehat PT Melia Sehat Sejahtera

Kepuasan konsumen (X) berpengaruh sebesar 93% (0,928) terhadap loyalitas konsumen (Y), hal ini membuktikan bahwa kepuasan konsumen (X) sangat berperan terhadap loyalitas konsumen (Y). Kuatnya pengaruh tersebut dikarenakan alasan responden yang menyatakan bahwa produk PT Melia Sehat Sejahtera mudah didapatkan dengan banyaknya cabang di setiap

daerah sehingga memudahkan konsumen untuk membeli produk PT Melia Sehat Sejahtera. Pernyataan tersebut berdasarkan hasil narasi jawaban beberapa responden yang telah setuju untuk mengisi kuesioner penelitian. Instrumen yang paling dominan dalam kepuasan pelanggan adalah kemudahan memperoleh produk atau jasa (TKK5). Ini memiliki peran tertinggi dalam mempengaruhi loyalitas konsumen sebesar 0,817.

Uji hipotesis variabel kepuasan konsumen (X) terhadap loyalitas konsumen (Y) memiliki nilai t hitung (13,359) lebih besar dari nilai t tabel (0,176) yang berarti hipotesis pertama (H1) menyatakan bahwa kepuasan konsumen secara langsung terhadap loyalitas konsumen dinyatakan dapat diterima. Dengan hasil penelitian bahwa kepuasan pelanggan akan berpengaruh positif terhadap niat untuk berkunjung kembali dan kemungkinan rekomendasi pelanggan untuk keduanya makanan sehat

Analisis Kepuasan Konsumen dengan Dimoderasi oleh Harga Produk Makanan Sehat PT Melia Sehat Sejahtera terhadap Loyalitas Konsumen

Variabel kepuasan konsumen (X) yang dimoderatori oleh variabel harga ($X*Z1$) berpengaruh sebesar 1% (0,014) tetapi secara langsung variabel harga berpengaruh negatif sebesar -13% (-0,130) terhadap loyalitas konsumen (Y). Rendahnya peran kepuasan konsumen yang dimoderatori oleh harga terhadap loyalitas konsumen disebabkan oleh alasan responden menyatakan harga bersaing, namun ada juga yang lebih murah. Pernyataan tersebut berdasarkan hasil narasi jawaban beberapa responden yang telah setuju untuk mengisi kuesioner penelitian. Instrumen yang paling dominan pada harga (Z1) yaitu harga sesuai harapan (HG5) memiliki peranan paling tinggi dalam mempengaruhi kepuasan konsumen (X) terhadap loyalitas konsumen (Y) sebesar 0,855. Pengujian hipotesis pada variabel kepuasan konsumen (X) terhadap loyalitas konsumen yang dimoderatori oleh harga (Z1) memiliki nilai t hitung (0,196) lebih besar dari nilai t tabel (0,176) yang berarti hipotesis kedua (H2) menyatakan bahwa kepuasan konsumen dimoderasi oleh harga loyalitas konsumen yang dinyatakan dapat diterima. Pada variabel harga (Z1) dalam mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan (X) terhadap variabel loyalitas konsumen (Y) termasuk dalam jenis moderasi semu.

Analisis Kepuasan Konsumen dengan Dimoderasi oleh Variasi Produk yang Ditawarkan Makanan Sehat PT Melia Sehat Sejahtera terhadap Loyalitas Konsumen.

Variabel kepuasan konsumen yang dimoderatori oleh variabel variasi produk ($X*Z2$) berpengaruh sebesar 8% (0,080) tetapi secara langsung variabel variasi produk berpengaruh sebesar 5% (0,051) terhadap loyalitas konsumen (Y). Rendahnya peran kepuasan konsumen yang dimoderatori oleh variasi produk terhadap loyalitas konsumen dikarenakan alasan responden menyatakan masih kurangnya variasi produk. Pernyataan tersebut berdasarkan hasil narasi jawaban beberapa responden yang telah setuju untuk mengisi kuesioner penelitian. Instrumen variasi produk (Z2) yang paling dominan yaitu display (VP2) memiliki peran paling besar dalam mempengaruhi kepuasan konsumen (X) terhadap loyalitas konsumen (Y) sebesar 0,888. Pengujian hipotesis pada variabel kepuasan konsumen (X) terhadap loyalitas konsumen yang dimoderatori oleh harga (Z1) memiliki nilai t hitung (1,027) lebih besar dari nilai t tabel (0,176) yang berarti hipotesis ketiga (H3) menyatakan bahwa kepuasan konsumen dimoderatori oleh variasi produk terhadap loyalitas konsumen dinyatakan dapat diterima. Variabel variasi produk (Z2) dalam mempengaruhi variabel kepuasan konsumen (X) terhadap variabel loyalitas konsumen (Y) termasuk dalam jenis moderasi semu.

SIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan yang dimoderatori oleh harga dan variasi produk secara parsial. Hasil penelitian ini berdasarkan penyebaran kuisisioner dan pengolahan data menggunakan software SmartPLS yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut: 1) Kuatnya peran kepuasan konsumen (93%) terhadap loyalitas konsumen PT Melia Sehat

Sejahtera di kotamadya Medan, karena PT Melia Sehat Sejahtera adalah tempat makan yang sangat direkomendasikan dengan pilihan makanan, PT Melia Sehat Sejahtera juga mudah didapat, dengan banyak cabang di setiap daerah sehingga memudahkan konsumen untuk membeli produk PT Melia Sehat Sejahtera. 2) Kepuasan konsumen yang dimoderatori oleh harga produk Makanan Sehat PT Melia Sehat Sejahtera di kotamadya Medan memiliki pengaruh yang relatif kecil (1%) terhadap loyalitas konsumen dan harga juga dapat berperan negatif (-1,3%) secara langsung terhadap loyalitas konsumen. Hal ini dikarenakan harganya yang kompetitif dibandingkan produk serupa di kotamadya Medan. 3) kepuasan konsumen relatif kecil (8%) yang dimoderatori oleh variasi produk terhadap loyalitas konsumen di makanan sehat PT Melia Sehat Sejahtera dan variasi produk dapat berperan langsung terhadap loyalitas konsumen sebesar (5%). Hal ini dikarenakan masih kurangnya variasi produk pada makanan sehat PT Melia Sehat Sejahtera di kotamadya Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abi, Y. I. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Melia Sehat Sejahtera Di Kota Bengkulu. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(1), 95–107. <https://doi.org/10.33369/insight.15.1.95-107>
- Artiza, D. D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada PDAM Tirta Ratu Samban. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 2(2), 146–155.
- Botti, S. & Iyengar, S. S. (2006). The Dark Side of Choice: When Choice Impairs Social Welfare. *Journal of Public Policy & Marketing*, 25(1), 24–38.
- Bowen, J. T., & Chen, S. L. (2001). The Relationship Between Customer Loyalty and Customer Satisfaction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 1(2), 213–217. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/095961101110395893>
- Chun, S. H., & Nyam-Ochir, A. (2020). The Effects of Fast Food Restaurant Attributes on Customer Satisfaction, Revisit Intention, and Recommendation using DINESERV Scale. *Sustainability (Switzerland)*, 12(18), 1–19. <https://doi.org/10.3390/SU12187435>
- Hasibuan, E. J., Simanjorang, E. F. S., & Helvi, B. (2022). PENGARUH VARIASI PRODUK, HARGA, KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN HOLAT AFIFAH RANTAUPRAPAT KABUPATEN LABUHANBATU. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2), 202–216.
- Junaidi, S., & Dharmmesta, B. S. (2002). Pengaruh ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk, dan kebutuhan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 17(1), 91–104.
- Kumalaningrum, F., & Widajanti, E. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Konsumen CS Kopi Tubruk Surakarta). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 16(2).
- Maharany, R. A., & Santika, I. W. (2019). *Peran Gender Sebagai Variabel Moderasi Dalam Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Moon, Y. Z. dan H. C. (2020). What Drives Customer Satisfaction, Loyalty, and Happiness in Fast-Food Restaurants in China? Perceived Price, Service Quality, Food Quality, Physical Environment Quality, and the Moderating Role of Gender. *Mdpi*, 9(4), 1–16. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/foods9040460>
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17, 460–469. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.2307/3150499>
- Soelasih, Y. (2017). Kepuasan Konsumen Tidak Selalu Membentuk Loyalitas. *Jurnal Manajemen*, 21(3), 363. <https://doi.org/10.24912/jm.v21i3.257>
- Swastha, B. & I. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern (kedua)*. Kemerdekaan.
- Tjahjaningsih, E., Ningsih, D. H. U., & Utomo, A. P. (2020). The Effect of Service Quality and Product Diversity on Customer Loyalty: The Role of Customer Satisfaction and Word of Mouth. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(12), 481–490. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO12.481>
- Woen, N. G., & Santoso, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Normal terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 10(2), 146–163.

