

## PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BROWNIES KUKUS LUMER “COCOA DELIGHT HOMEMADE BINTAN”

Rabii'atul Adawiyah<sup>1</sup>, Indah Agustia Ningsih<sup>2</sup>, Nurfadillatul Hasannah Putri<sup>3</sup>,  
Halya Sri Yanti<sup>4</sup>, Nadia Oktaviani<sup>5</sup>, Helena Triyana<sup>6</sup>, Putri Patricia<sup>7</sup>  
[rabiiatul.adwyh.2404@gmail.com](mailto:rabiiatul.adwyh.2404@gmail.com)<sup>1</sup>, [agustiindah13@gmail.com](mailto:agustiindah13@gmail.com)<sup>2</sup>, [nurfadhillahp9@gmail.com](mailto:nurfadhillahp9@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[halyasriyanti25@gmail.com](mailto:halyasriyanti25@gmail.com)<sup>4</sup>, [nanadiaoktaaa@gmail.com](mailto:nanadiaoktaaa@gmail.com)<sup>5</sup>, [helenatriana82@gmail.com](mailto:helenatriana82@gmail.com)<sup>6</sup>,  
[patriciaputri77@gmail.com](mailto:patriciaputri77@gmail.com)<sup>7</sup>

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Sultan Abdurrahman

### ABSTRAK

Perkembangan usaha kuliner skala kecil dan menengah menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya berfokus pada penjualan, tetapi juga pada upaya menjaga kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah kualitas produk. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Brownies Kukus Lumer Cocoa Delight Homemade. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif. Variabel kualitas produk sebagai variabel independen dan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen dioperasionalkan melalui beberapa indikator yang diukur menggunakan skala Likert. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar kepada konsumen Cocoa Delight Homemade dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, di mana peningkatan kualitas produk mampu meningkatkan tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen. Temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas produk memiliki peran strategis dalam menciptakan pengalaman konsumsi yang positif. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya bagi pelaku usaha kuliner untuk menjaga konsistensi dan meningkatkan kualitas produk sebagai upaya mempertahankan kepuasan dan loyalitas konsumen. Orisinalitas penelitian ini terletak pada penggunaan pendekatan kuantitatif untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada usaha kuliner homemade.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen.

### ABSTRACT

*The development of small and medium-scale culinary businesses requires entrepreneurs not only to focus on increasing sales but also on maintaining consumer satisfaction. Consumer satisfaction is influenced by various factors, one of which is product quality. This study aims to analyze the effect of product quality on consumer satisfaction of Cocoa Delight Homemade Steamed Brownies. This research employs a quantitative approach with an associative research design. Product quality is treated as the independent variable, while consumer satisfaction is the dependent variable, both of which are operationalized through several indicators measured using a Likert scale. Data were collected through questionnaires distributed to consumers of Cocoa Delight Homemade and analyzed using simple linear regression analysis. The results indicate that product quality has a positive effect on consumer satisfaction, meaning that improvements in product quality lead to higher levels of consumer satisfaction. These findings suggest that product quality plays a strategic role in creating positive consumption experiences. The implication of this study is that culinary business owners should maintain consistency and continuously improve product quality as an effort to sustain consumer satisfaction and loyalty. The originality of this research lies in the use of a quantitative approach to empirically examine the effect of product quality on consumer satisfaction in a homemade culinary business context.*

**Keywords:** Product Quality, Consumer Satisfaction.

## PENDAHULUAN

Di Perkembangan usaha kuliner di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan, khususnya pada sektor usaha kecil dan menengah (UKM). Persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya berfokus pada peningkatan penjualan, tetapi juga pada upaya mempertahankan kepuasan konsumen. Kepuasan Konsumen didefinisikan sebagai perasaan puas atau tidak puas seseorang atas hasil perbandingan antara harapan dan perilakunya serta bagaimana mereka percaya produk untuk melakukan (hasil) dengan ekspektasi mereka (Farizky et al., 2022 dalam Indra & Amanada 2024). Kepuasan konsumen menjadi faktor penting karena berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha, loyalitas konsumen, serta potensi rekomendasi dari mulut ke mulut. Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai kepuasan konsumen pada produk brownies masih didominasi oleh pendekatan deskriptif yang belum menguji pengaruh variabel secara kuantitatif. Selain itu, penelitian sebelumnya belum memfokuskan kualitas produk sebagai variabel independen utama serta dilakukan pada objek usaha yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada usaha Brownies Kukus Lumer Cocoa Delight Homemade secara kuantitatif, sehingga diharapkan mampu memberikan hasil yang lebih terukur dan aplikatif.. Untuk memahami fenomena tersebut secara komprehensif, diperlukan pendekatan penelitian yang tepat. Menurut Salim dkk. (2021), metode penelitian kualitatif dan kuantitatif dapat digunakan secara sistematis untuk menggambarkan fenomena serta menguji hubungan antarvariabel berdasarkan data empiris. Pendekatan kuantitatif memungkinkan peneliti untuk mengukur pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen secara objektif melalui analisis statistik.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Brownies Kukus Lumer Cocoa Delight Homemade. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian kepuasan konsumen serta memberikan implikasi praktis bagi pelaku usaha kuliner dalam meningkatkan kualitas produk guna mempertahankan kepuasan konsumen.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menguji besarnya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen melalui analisis. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli dan mengonsumsi produk brownies lumer “Cocoa Delight Homemade”. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari kuisioner yang diisi konsumen dan data sekunder yang diperoleh dari jurnal penelitian sebelumnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Data Deskriptif

**Tabel 1. Data Deskriptif**

| Variabel             | Jumlah | Persen |
|----------------------|--------|--------|
| <i>Jenis Kelamin</i> |        |        |
| - Perempuan          | 44     | 73,3   |
| - Laki-Laki          | 16     | 26,7   |
| <i>Usia</i>          |        |        |
| - 13 Hingga 15 Tahun | 7      | 11,7   |

|                      |    |      |
|----------------------|----|------|
| - 16 Hingga 20 Tahun | 19 | 31,7 |
| - 21 Hingga 25 Tahun | 34 | 56,7 |
| <i>Pekerjaan</i>     |    |      |
| - Siswa              | 10 | 16,7 |
| - Mahasiswa          | 35 | 58,3 |
| - IRT                | 8  | 13,3 |
| - Lainnya            | 9  | 15   |

*Sumber: Data hasil kuesioner yang diolah peneliti, 2025*

Tabel 1 menunjukkan data responden yaitu konsumen Brownies Kukus Lumer “Cocoa Delight” yang menjadi sampel penelitian sebanyak 60 orang.

#### Uji Validitas

**Tabel 2. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X)**

| Item | R Hitung | R Tabel | Keterangan |
|------|----------|---------|------------|
| X1   | 0,539    | 0,2542  | Valid      |
| X2   | 0,583    | 0,2542  | Valid      |
| X3   | 0,690    | 0,2542  | Valid      |
| X4   | 0,658    | 0,2542  | Valid      |
| X5   | 0,733    | 0,2542  | Valid      |
| X6   | 0,687    | 0,2542  | Valid      |
| X7   | 0,764    | 0,2542  | Valid      |

*Sumber: Hasil Pengolahan peneliti, 2025*

Table 2 menunjukkan hasil uji validitas pada variabel kualitas produk dinyatakan valid, karena nilai R hitung lebih besar dari 0,2542.

**Tabel 3. Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)**

| Item | R Hitung | R Tabel | Keterangan |
|------|----------|---------|------------|
| Y1   | 0,736    | 0,2542  | Valid      |
| Y2   | 0,793    | 0,2542  | Valid      |
| Y3   | 0,712    | 0,2542  | Valid      |
| Y4   | 0,779    | 0,2542  | Valid      |
| Y5   | 0,696    | 0,2542  | Valid      |
| Y6   | 0,811    | 0,2542  | Valid      |
| Y7   | 0,788    | 0,2542  | Valid      |

*Sumber: Hasil Pengolahan peneliti, 2025*

Table 3 menunjukkan hasil dari uji validitas pada variable kepuasan konsumen di nyatakan valid, karena memiliki nilai R hitung lebih dari 0,2542.

#### Uji Reliabilitas

**Tabel 4. Uji Reliabilitas Variabel X dan Y**

| Varibel           | N of Items | Croanbach's Alpha | R Tabel | Keterangan |
|-------------------|------------|-------------------|---------|------------|
| Kualitas Produk   | 7          | 0,799             | 0,6     | Reliabel   |
| Kepuasan Konsumen | 7          | 0,875             | 0,6     | Reliabel   |

*Sumber: Hasil Pengolahan peneliti, 2025*

Hasil dari uji reliabilitas pada tabel 4 menunjukkan bahwa variable kualitas produk dan kepuasan konsumen memiliki nilai Croanbach's Alpha lebih dari nilai R table 0,6 maka pada penelitian ini dinyatakan reliabel

## Uji Normalitas

**Tabel 5. Uji Normalitas**

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

|                                                |                                |                    | Unstandardized Residual |
|------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------|-------------------------|
| <b>N</b>                                       |                                |                    | <b>60</b>               |
| <b>Normal Parameters<sup>a,b</sup></b>         | <b>Mean</b>                    |                    | <b>.0000000</b>         |
|                                                | <b>Std. Deviation</b>          |                    | <b>3.05889178</b>       |
| <b>Most Extreme Differences</b>                | <b>Absolute</b>                |                    | <b>.071</b>             |
|                                                | <b>Positive</b>                |                    | <b>.070</b>             |
|                                                | <b>Negative</b>                |                    | <b>-.071</b>            |
| <b>Test Statistic</b>                          |                                |                    | <b>.071</b>             |
| <b>Asymp. Sig. (2-tailed)<sup>c</sup></b>      |                                |                    | <b>.200<sup>d</sup></b> |
| <b>Monte Carlo Sig. (2-tailed)<sup>e</sup></b> | <b>Sig.</b>                    |                    | <b>.640</b>             |
|                                                | <b>99% Confidence Interval</b> | <b>Lower Bound</b> | <b>.627</b>             |
|                                                |                                | <b>Upper Bound</b> | <b>.652</b>             |

## Uji Multikolineritas

**Tabel 6. Uji Multikolineritas**

### Coefficients<sup>a</sup>

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig.  | Collinearity Statistics |       |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|-------------------------|-------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |       | Tolerance               | VIF   |
| 1     | (Constant) | 6.611                       | 3.325      |                           | 1.988 | .051  |                         |       |
|       | KP         | .777                        | .114       | .665                      | 6.783 | <.001 | 1.000                   | 1.000 |

a. Dependent Variable: KK

Ket. Jika nilai tolerance >0,10 dan VIF < 10,00 Maka tidak terjadi gejala multikolineritas

## Uji Heterokedastisitas

**Tabel 7. Uji Heterokedastisitas**

### Coefficients<sup>a</sup>

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig.  |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |        |       |
| 1     | (Constant) | 6.127                       | 1.724      |                           | 3.555  | <.001 |
|       | KK         | -.130                       | .059       | -.278                     | -2.202 | .032  |

a. Dependent Variable: ABS\_RES

## Uji Regresi

**Tabel 8. Uji t**

### Coefficients<sup>a</sup>

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig.  |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |       |
| 1     | (Constant) | 6.611                       | 3.325      |                           | 1.988 | .051  |
|       | KP         | .777                        | .114       | .665                      | 6.783 | <.001 |

a. Dependent Variable: KK

**Tabel 9. Koefisien Determinasi**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .665 <sup>a</sup> | .442     | .433              | 3.085                      |

a. Predictors: (Constant), KP

Diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0,433 maka berkesimpulan bahwa sumbangan pengaruh Variabel Independen terhadap Variabel Dependen secara simultan (bersama-sama) sebesar.

### **Pembahasan**

Berdasarkan hasil analisis data, karakteristik responden menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan dengan rentang usia dominan 21–25 tahun serta sebagian besar berstatus mahasiswa. Komposisi responden tersebut mengindikasikan bahwa produk Brownies Kukus Lumer Cocoa Delight Homemade memiliki daya tarik yang kuat pada segmen usia muda, khususnya kalangan mahasiswa. Hal ini relevan dengan karakteristik produk dessert yang umumnya dikonsumsi sebagai camilan modern, di mana konsumen muda cenderung memperhatikan aspek rasa, tekstur, dan tampilan produk. Selain itu, kelompok usia ini dikenal memiliki tingkat ekspektasi yang relatif tinggi dan bersifat kritis dalam menilai pengalaman konsumsi, sehingga persepsi terhadap kualitas produk sangat berpengaruh terhadap kepuasan yang dirasakan. Kelayakan instrumen penelitian ditunjukkan melalui hasil uji validitas dan reliabilitas. Seluruh item pernyataan pada variabel kualitas produk dan kepuasan konsumen memiliki nilai korelasi yang melampaui batas minimum, sehingga dapat dinyatakan valid dan mampu merepresentasikan konstruk yang diukur. Selain itu, nilai Cronbach's Alpha pada kedua variabel menunjukkan tingkat reliabilitas yang baik, yang mengindikasikan konsistensi jawaban responden dalam mengisi kuesioner. Dengan demikian, instrumen penelitian yang digunakan dapat dipercaya dan layak digunakan sebagai dasar analisis lebih lanjut.

Selanjutnya, hasil pengujian asumsi klasik menunjukkan bahwa data penelitian memenuhi sebagian besar asumsi yang dipersyaratkan dalam analisis regresi. Uji normalitas menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, sehingga model regresi dapat digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel. Hasil uji multikolinearitas juga menunjukkan tidak adanya gejala multikolinearitas, yang berarti variabel kualitas produk tidak saling berkorelasi secara berlebihan dan berdiri sebagai konstruk independen dalam menjelaskan kepuasan konsumen.

Sementara itu, uji heteroskedastisitas menunjukkan adanya indikasi ketidakhomogenan varians residual. Kondisi ini mencerminkan adanya variasi persepsi konsumen terhadap tingkat kepuasan, yang merupakan hal wajar dalam penelitian perilaku konsumen mengingat perbedaan preferensi dan pengalaman individu. Meskipun demikian, model regresi tetap dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antara kualitas produk dan kepuasan konsumen secara substantif, sehingga hasil analisis tetap memiliki makna empiris. Secara keseluruhan, hasil pengujian menunjukkan bahwa data penelitian telah memenuhi syarat kelayakan analisis dan memberikan gambaran yang komprehensif mengenai karakteristik responden, keandalan instrumen, serta kelayakan model dalam menjelaskan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

### **Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Artinya, semakin baik kualitas produk yang dirasakan konsumen baik dari aspek rasa, tekstur, kemasan, maupun konsistensi penyajian, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan. Temuan ini menegaskan bahwa

kualitas produk merupakan faktor utama dalam membentuk pengalaman konsumsi yang memuaskan. Besarnya kontribusi kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat pada Tabel 9, di mana nilai Adjusted R Square sebesar 0,433. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk mampu menjelaskan 43,3% variasi kepuasan konsumen, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian, seperti harga, pelayanan, citra merek, maupun pengalaman emosional konsumen. Angka ini tergolong moderat dan menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki peran strategis dalam menciptakan kepuasan, meskipun bukan satu-satunya faktor penentu.

#### **Keterkaitan Penelitian Terdahulu**

Hasil penelitian ini mendukung temuan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kualitas produk merupakan faktor penting dalam membentuk kepuasan konsumen. Penelitian oleh Ayuni Lutfiah Aini (2023) menunjukkan bahwa aspek kualitas produk, seperti rasa, tekstur, kemasan, dan kesesuaian harga, berkontribusi terhadap tingkat kepuasan konsumen pada produk brownies best seller. Temuan tersebut sejalan dengan hasil penelitian ini yang membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Cocoa Delight Homemade.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada pendekatan analisis yang digunakan. Penelitian sebelumnya menggunakan metode deskriptif untuk menggambarkan tingkat kepuasan konsumen, sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis statistik untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen secara empiris. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperkuat hasil penelitian terdahulu, tetapi juga memberikan kontribusi berupa bukti kuantitatif mengenai hubungan antara kualitas produk dan kepuasan konsumen pada usaha kuliner berskala homemade.

#### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Brownies Kukus Lumer Cocoa Delight Homemade. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang dirasakan konsumen, baik dari segi rasa, tekstur, kemasan, maupun konsistensi produk, maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Kualitas produk terbukti menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman konsumsi yang menyenangkan dan berkontribusi secara nyata terhadap kepuasan konsumen.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk mampu menjelaskan sebesar 43,3% variasi kepuasan konsumen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Hal tersebut mengindikasikan bahwa meskipun kualitas produk berperan strategis, pelaku usaha juga perlu memperhatikan faktor pendukung lainnya untuk meningkatkan kepuasan konsumen secara menyeluruh. Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi bagi pelaku usaha Brownies Kukus Lumer Cocoa Delight Homemade untuk terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk sebagai upaya mempertahankan kepuasan konsumen dan daya saing usaha di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah sampel dan variabel yang diteliti, sehingga hasil penelitian belum sepenuhnya merepresentasikan seluruh faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti harga, kualitas pelayanan, dan citra merek serta menggunakan jumlah responden yang lebih luas agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ade Siantry, Dhian Tyas Untari, & Andrian Andrian. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Karoseri PT. Adhikarisma Pratama. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 3(1), 211–222. <https://doi.org/10.30640/digital.v3i1.2202>
- Aditya Wardhana. (t.t.). CONSUMER BEHAVIOR IN THE DIGITAL ERA 4.0 – EDISI INDONESIA. EUREKA MEDIA AKSARA, AGUSTUS 2024 ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH NO. 225/JTE/2021. [https://www.researchgate.net/publication/383464524\\_PENGANTAR\\_PERILAKU\\_KONSUMEN](https://www.researchgate.net/publication/383464524_PENGANTAR_PERILAKU_KONSUMEN)
- Anggraini, F., & 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>
- Dr. Azharsyah Ibrahim, SE.Ak., M.S.O.M. (t.t.). METODOLOGI PENELITIAN EKONOMI DAN BISNIS ISLAM. Ar-Raniry Press. <https://books.google.co.id/books?id=RmuHEAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Husnul Khotimah & Doddi Prastuti, SE, MBA. (t.t.). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi kasus pelanggan shopee di PT. Biro klasifikasi Indonesia Jakarta Utara). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. [http://repository.stei.ac.id/2528/1/21150000136\\_Artikel%20Indonesia\\_2020..pdf](http://repository.stei.ac.id/2528/1/21150000136_Artikel%20Indonesia_2020..pdf)
- Indra. (2022). Analisis Kualitas Produk Di Bisa Group (SUSHI TEI) Medan. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 1(2), 246–255. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i2.589>
- Marco Po & Tongam Sirait. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Usaha Amplang MVM Kota Makassar. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 5(2), 615–633. <https://doi.org/10.55606/jimek.v5i2.6388>
- Maryati & M.Khoiri. (t.t.). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOKO ONLINE TIME UNIVERSE STUDIO. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 11 No. 1 Juli 2022, Vol. 11. [file:///C:/Users/ACER-/Downloads/admin,+66.+Maryati%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/ACER-/Downloads/admin,+66.+Maryati%20(1).pdf)
- Prof. Dr. Ir. Mohammad Nor Salim, SE. MM, Prof. Dr. Ir. Darwati Susilastuti, MM, Dr. (Can) Hendra Soemanto BSc., IE, MM, & Meita Novia, ST., MM. (t.t.). METODE PENELITIAN KUALITATIF DAN KUANTITATIF Dilengkapi Langkah Analisa Dengan Program Eviews. AZZIA Karya Bersama. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=9EefEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP2&dq=Salim\(2021\),+metode+penelitian+kualitatif+dan+kuantitatif+&ots=9qXuV1tzy1&sig=Eh2f\\_9Ra-SX4hdUPqcwnfYa0do&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=9EefEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP2&dq=Salim(2021),+metode+penelitian+kualitatif+dan+kuantitatif+&ots=9qXuV1tzy1&sig=Eh2f_9Ra-SX4hdUPqcwnfYa0do&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Putri Amanda & Natal Indra. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada MIXUE Ice Cream & Tea. *PPIMAN Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(3), 217–226. <https://doi.org/10.59603/ppiman.v2i3.451>
- Satria Tirtayasa, Anggita Putri Lubis, & Hazmanan Khair. (t.t.). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, Vol 5, (1). <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2956961%5C&val=26355%5C&title=Keputusan>
- Wanda Intan Aghitsni & Nur Busyra. (t.t.). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KENDARAAN BERMOTOR DI KOTABOGOR. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, Vol. 6. [file:///C:/Users/ACER-/Downloads/2271-Article%20Text-6954-1-10-20220925%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/ACER-/Downloads/2271-Article%20Text-6954-1-10-20220925%20(1).pdf)
- Yulita Tri Arini, Kumara Adji Kusuma, & Misti Hariasih. (t.t.). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN

TERHADAP KEPUASANPELANGGAN PADA INDOMARET FRESHRAYAJATI  
SIDOARJO. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi), Vol. 9 No. 1, 2025,  
1160.