

**Pengaruh Kepercayaan Merek, Desain Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap
Kepuasan Konsumen Pada UD KVN Keripik Tape Bondowoso**

Tri Resa Febrian¹, Budi Santoso², Pawestri Winahyu³
Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Jember
Email: Resafebs@gmail.com, budisantoso@unmuhjember.ac.id,
pawestri@unmuhjember.ac.id

Abstrak

Kompetisi di dunia usaha Indonesia semakin meningkat seiring berjalannya waktu, terutama dalam industri kuliner, di mana setiap usaha dagang yang beroperasi di sektor ini berupaya keras untuk memperluas pangsa pasar dan menarik pelanggan baru. Salah satu jenis usaha yang masih menjadi pusat perhatian semua kalangan yaitu industri kuliner. Hadirnya UD KVN Keripik Tape ini di Kabupaten Bondowoso dimana pada saat ini produk tersebut laris di pasaran, dikarenakan produk baru dan produk tersebut tidak menghilangkan ciri khas rasa dari tape tersebut sehingga membuat keripik tape ini sangat fenomenal di pasaran untuk saat ini. Tujuan studi ini yakni guna menyelidiki serta mengevaluasi dampak dari Pengaruh Kepercayaan Merek, Desain Produk serta Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD KVN Keripik Tape Bondowoso. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Sebanyak 80 responden menjadi sampel pada studi ini. Teknik analisis yang diaplikasikan yakni analisis linier berganda dengan memanfaatkan perangkat lunak SPSS versi 26. Hasil analisis koefisien determinasi memperlihatkan bahwa Desain Produk, Kepercayaan Merek, serta Kualitas Pelayanan secara bersama-sama melimpahkan kontribusi sebesar 67,5% terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji t memperlihatkan bahwa variabel Kepercayaan Merek, Desain Produk, dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan pada Kepuasan Konsumen pada UD KVN Keripik Tape Bondowoso.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Desain Produk, Kepercayaan Merek, Dan Kepuasan Konsumen

Abstract

The business environment in Indonesia is becoming more competitive on a daily basis, particularly in the food industry, because every UD operating in the culinary sector is trying to increase market share and reach new consumers. One type of business that is still the center of attention of all groups is the culinary industry. The presence of UD KVN Tape Chips in Bondowoso Regency where currently this product is selling well on the market, because it is a new product and this product does not lose the characteristic taste of the tape, making this tape chip very phenomenal on the market at the moment. In this study, consumer satisfaction at UD KVN Bondowoso Tape Chips is to be measured and analyzed in relation to the effects of product design, service quality, and brand trust. The research design that is being employed is descriptive quantitative. In this study, 80 responders made up the sample. Using SPSS version 26, multiple linear analysis is the technique that is employed. The coefficient of determination test results indicate that 67.5% of consumer happiness is influenced by brand trust, product design, and service quality. The findings of the t test indicate that at UD KVN Bondowoso Tape Chips, consumer satisfaction is significantly impacted by brand trust, product design, and service quality.

Keywords: Brand trust, product design, consumer satisfaction, and service quality

I. Pendahuluan

Kompetisi dalam dunia bisnis di Indonesia semakin mengalami peningkatan seiring berjalannya waktu, terutama di sektor industri kuliner, karena setiap UMKM yang beroperasi di sektor kuliner berupaya keras untuk memperluas pangsa pasarnya dan menarik pelanggan baru. Salah satu jenis usaha yang masih menjadi pusat perhatian semua kalangan yaitu industri kuliner. Industri kuliner pada era globalisasi banyak melakukan perubahan-perubahan dengan inovasi terbaru dengan mengikuti perkembangan zaman. Dengan demikian, banyak konsumen tertarik dengan banyaknya inovasi atau perubahan dalam industri kuliner. Pada saat ini adalah dimana komoditas hasil pertanian di Kabupaten Bondowoso, Jawa Timur menciptakan sebuah olahan khas yang terbuat dari bahan singkong yang memiliki nama yaitu "TAPE", sehingga tape berfungsi sebagai simbol wilayah untuk Kabupaten Bondowoso. Hadirnya UD KVN Keripik Tape ini di Kabupaten Bondowoso dimana pada saat ini produk tersebut laris di pasaran, dikarenakan produk baru dan produk tersebut tidak menghilangkan ciri khas rasa dari tape tersebut sehingga membuat keripik tape ini sangat fenomenal di pasaran untuk saat ini. Banyak sekali bermunculan keripik-keripik tape lain, sehingga KVN keripik tape melakukan beberapa hal agar para konsumennya tertarik untuk melakukan pembelian. Dimana KVN keripik tape ini adalah Perusahaan pertama yang berhasil menciptakan olahan dari tape yang di modifikasi menjadi sebuah keripik dan mempunyai sebuah label dalam kemasan dan produk tersebut sudah mulai masuk di swalayan seperti Murni Mart, Indomaret dan toko Kelontong. Dimana didalam sebuah perusahaan terutama di industri kuliner juga terdapat suatu kelemahan dan kekurangan salah satu kekurangan dari KVN Keripik Tape memiliki desain produk atau desain kemasan yang sederhana dan kurang lengkap dalam menyajikan informasi seperti nomor pemesanan dan untuk kualitas pelayanan itu sendiri sudah baik akan tetapi pelayanan dalam pemesanan *online* kurang aktif sehingga banyak para *reseller* harus datang langsung ke tempat dan pemesanan melalui nomor telepon cenderung lebih lama mendapatkan respon. Oleh karena itu, peneliti ini fokus pada pengaruh Kepercayaan Merek, Desain Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD KVN Keripik Tape agar UD KVN Keripik Tape dapat lebih mengembangkan lagi produk dan pelayanan dalam memuaskan para konsumen.

II. Metode Penelitian

Studi ini menerapkan metode kuantitatif untuk pengujian hipotesis dengan menggunakan teknik analisis data statistik. Pendekatan penelitian yang diadopsi adalah analisis kuantitatif asosiatif, yang memanfaatkan teknik analisis asosiatif untuk menyelidiki korelasi antara dua variabel ataupun lebih. Strategi penelitian asosiatif digunakan dalam studi ini untuk mengevaluasi dampak variabel X (variabel bebas) terhadap variabel Y. Studi ini dimaksudkan guna menginvestigasi dampak dari Kepercayaan Merek, Desain Produk, serta Kualitas Pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen di UD KVN Keripik Tape Bondowoso. Data yang dipergunakan pada studi ini merupakan kombinasi antara data primer dan sekunder. Data primer akan didapatkan melalui survei mengaplikasikan kuesioner yang berisi serangkaian pernyataan yang akan diisi oleh responden. Variabel yang diteliti meliputi Kepercayaan Merek (X1), Desain Produk (X2), serta Kualitas Pelayanan (X3) sebagai variabel independen, sementara Kepuasan Konsumen (Y) menjadi variabel tergantungan. Studi penelitian ini populasinya adalah konsumen dari UD KVN Keripik Tape di Bondowoso yang sudah pernah membeli produk UD KVN Keripik Tape 3 bulan terakhir. Dengan menerapkan rumus yang dikembangkan oleh Ferdinad, telah dipilih sebanyak 80 responden sebagai sampel penelitian. Metode penghitungan ini memastikan bahwa jumlah responden yang mencukupi untuk memperoleh data yang representatif dan relevan pada studi ini.

Analisis data kuantitatif ataupun statistik digunakan sebagai alat guna menguji validitas hipotesis dalam penelitian ini. Berbagai teknik analisis termasuk uji reliabilitas, validitas, serta asumsi klasik seperti multikolinearitas, heteroskedastisitas, serta normalitas, digunakan untuk memastikan keandalan dan kevalidan data yang dikumpulkan. Selain itu, metode uji t, regresi linier berganda, serta koefisien determinasi juga diterapkan oleh peneliti untuk mengungkapkan hubungan antar variabel dan menganalisis signifikansi statistik dari temuan penelitian. Metode analisis ini menggambarkan kerangka pemikiran yang kokoh bagi peneliti guna lebih mencari tahu serta menginterpretasikan data secara menyeluruh.

III. Hasil Dan Pembahasan

A. Hasil

Sebagai bagian penting dari studi ini, analisis data dilakukan untuk memastikan bahwa data yang terkumpul memiliki validitas dan reliabilitas yang memadai. Selain itu, peneliti juga memeriksa apakah data menunjukkan kehadiran masalah seperti heteroskedastisitas, multikolinearitas, atau distribusi yang tidak normal. Setelah itu, analisis regresi linier berganda dipergunakan guna pengujian hipotesis penelitian, yang direpresentasikan pada rumus “ $Y=a+b_1X_1+b_2X_2+b_3X_3 + \epsilon$ ”. Berikut adalah beberapa hasil yang dihasilkan dari pemeriksaan data primer:

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	14,686	2,764		5,313	,000
	KEPERCAYAAN MEREK	,201	,147	,132	2,372	,003
	DESAIN PRODUK	,542	,129	,451	4,183	,000
	KUALITAS PELAYANAN	,345	,099	,158	2,464	,001

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Tabel 1 menunjukkan hasil analisis menggunakan SPSS, menghasilkan persamaan regresi linier berganda: $Y = 14,686 + 0,201 + 0,542 + 0,345 + \text{error}$. Dari persamaan tersebut, dapat disimpulkan bahwa 1) Kepercayaan Merek (X1) memberikan dampak positif terhadap Kepuasan Konsumen, 2) Variabel Desain Produk (X2) juga memperlihatkan pengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen, dan 3) Variabel Kualitas Pelayanan (X3) juga memberikan dampak positif terhadap Kepuasan Konsumen.

Menurut Ghozali (INDONESIA, 2019), dalam konteks uji t, apabila taraf signifikansi yang diterapkan adalah 5 persen, maka hasil pengujian dianggap tidak signifikan jika probabilitas H2 melebihi 0,05. Sebaliknya, jika probabilitas H2 kurang dari 0,05, maka hasilnya dianggap signifikan secara statistik. Hal ini memperlihatkan bahwa dalam menafsirkan hasil uji t, penting untuk mempertimbangkan tingkat signifikansi yang telah ditetapkan sebelumnya, karena hal ini memengaruhi interpretasi atas kebermaknaan statistik dari temuan penelitian.

Tabel 2. Hasil Uji t

Variabel	t Hitung	Signifikansi	Penjelasan
Kepercayaan Merek (X1)	2,372	0,003	Signifikan
Desain Produk (X2)	4,183	0,000	Signifikan

Kualitas Pelayanan (X3)	2,464	0,001	Signifikan
-------------------------	-------	-------	------------

Berdasarkan informasi yang tercantum dalam tabel 2, terdapat nilai t yang lebih besar daripada nilai t tabel untuk setiap variabel, dan nilai signifikansinya adalah $0,00 < 0,05$. Hal ini menampilkan bahwa variabel Kepercayaan Merek, Desain Produk, serta Kualitas pelayanan memperlihatkan berdampak nyata terhadap tingkat Kepuasan Konsumen. Temuan ini mengindikasikan bahwa elemen-elemen peran tersebut memiliki signifikansi yang besar dalam memengaruhi persepsi serta kepuasan konsumen terhadap produk ataupun pelayanan yang disajikan. Evaluasi statistik ini memberikan dasar yang kuat bagi peneliti untuk menyimpulkan bahwa variabel-variabel tersebut secara efektif berkontribusi terhadap keberhasilan dalam mencapai kepuasan pelanggan.

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,750 ^a	,602	,675	1,434

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN MEREK, DESAIN PRODUK

Dari informasi yang tertera dalam tabel 3, ditemukan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) ialah sebesar 0,675. Ini menunjukkan bahwa sebesar 67,5% dari variasi dalam Kepuasan Konsumen bisa didefinisikan oleh variabel-variabel kepercayaan merek, desain produk, dan kualitas pelayanan yang digunakan dalam analisis regresi. Sementara itu, sebesar 32,5% dari variasi tersebut dapat diatribusikan kepada elemen-elemen lain yang tidak dilibatkan terhadap persamaan regresi. Penemuan ini menggambarkan sejauh mana variabel-variabel yang dipertimbangkan pada studi ini mampu menjelaskan variasi dalam tingkat kepuasan konsumen, serta menyoroti pentingnya faktor-faktor lain yang mungkin berkontribusi pada fenomena tersebut.

B. Pembahasan

Tiga hipotesis yang telah disampaikan pada studi ini telah diuji serta ditemukan hasil yang positif. Analisis menunjukkan penerimaan seluruh hipotesis, yang menandakan bahwa variabel independen, yaitu Kepercayaan Merek, Kualitas Pelayanan, serta Desain Produk, memiliki dampak yang signifikan terhadap variabel dependen, yaitu Kepuasan Konsumen di UD KVN Keripik Tape di Bondowoso. Hal ini menegaskan peran penting variabel-variabel tersebut dalam memengaruhi tingkat kepuasan konsumen dalam konteks penelitian ini.

1. Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa kepercayaan merek memiliki dampak positif serta signifikan pada kepuasan konsumen di UD KVN Keripik Tape di Bondowoso. Penemuan ini menunjukkan bahwa aspek-aspek yang mencakup kepercayaan merek, seperti pemenuhan janji kepada konsumen (*Achieving result*), tindakan yang bersandar pada integritas (*Acting with integrity*), serta kepedulian (*Demonstrate concern*), mendapatkan respon positif dari responden. Dalam analisis, responden cenderung menunjukkan tingkat persetujuan yang tinggi, bahkan memilih jawaban "sangat setuju" terhadap ketiga indikator pernyataan yang diajukan. Hal ini menegaskan pentingnya kepercayaan merek dalam mempengaruhi persepsi dan kepuasan konsumen di tempat usaha tersebut. Hal ini didukung juga dengan studi terdahulu oleh (Ni Made Sakha Dwi Ariesta1, 2022) "Kepercayaan merek memiliki value yang tinggi untuk mendatangkan kembali konsumen yang telah menggunakan jasa sebelumnya". Dan studi yang dilaksanakan oleh (Jamilah serta Habra, 2020) dengan judul "pengaruh kualitas produk dan kepercayaan merek terhadap kepuasan konsumen produk kosmetik emina menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kepercayaan merek

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.”

2. Pengaruh Desain Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menegaskan bahwa desain produk mempunyai pengaruh signifikan serta positif terhadap kepuasan konsumen di UD KVN Keripik Tape di Bondowoso. Temuan ini menunjukkan bahwa aspek-aspek yang mencakup desain produk, seperti model, gaya kemasan produk, dan bentuk kemasan, mendapatkan respons positif dari mayoritas responden. Mereka cenderung menunjukkan kesetujuan terhadap ketiga indikator pernyataan yang diajukan dalam penelitian ini. Penelitian sebelumnya, seperti oleh Nf Mufreni pada tahun 2016, yang menyatakan bahwa desain produk mempunyai berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Selain itu, studi oleh Isfahila, Fatimah, dan Eko S pada tahun 2018 juga menemukan bahwa elemen-elemen kualitas produk, desain, serta harfa secara signifikan memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil studi menegaskan bahwa kualitas layanan memiliki dampak signifikan serta positif pada kepuasan pelanggan di UD KVN Keripik Tape di Bondowoso. Temuan ini mencakup berbagai aspek kualitas pelayanan, seperti pelayanan fisik, kesesuaian dengan harapan pelanggan, responsif dan tepat dalam memberikan layanan, kemampuan untuk membangun kepercayaan, serta penekanan pada perlakuan individual terhadap konsumen. Mayoritas responden dalam penelitian ini menunjukkan kesetujuan terhadap kelima indikator pernyataan yang diajukan. Hasil penelitian sebelumnya sejalan dengan temuan ini, seperti yang dilaksanakan oleh Heni Rohaeni pada tahun 2018, yang menekankan bahwa kualitas pelayanan berarti memenuhi kebutuhan konsumen dengan produk dan layanan unggulan yang sesuai dengan harapan, sehingga dapat memuaskan keinginan konsumen. Selain itu, menurut penelitian Indah tahun 2020, layanan yang baik memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan, dengan koefisien regresi yang mencapai 0,446.

IV. Kesimpulan Serta Saran

A. Kesimpulan

Berikut kesimpulan akhir didasari dari analisis data selama studi:

1. Diketahui Variabel kepercayaan merek menunjukkan pengaruh yang positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UD KVN Keripik Tape Bondowoso. Hasil ini menunjukkan bahwa kepercayaan yang dibangun oleh UD KVN Keripik Tape Bondowoso sudah cukup baik, sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada UD KVN Keripik Tape Bondowoso.
2. Dapat diamati bahwa variabel desain produk mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen di UD KVN Keripik Tape Bondowoso. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin optimal, menarik, dan lengkap desain produk pada UD KVN Keripik Tape Bondowoso, maka semakin puas konsumen akan informasi yang dicantumkan pada desain produk UD KVN Keripik Tape Bondowoso.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan di UD KVN Keripik Tape Bondowoso. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang disediakan, semakin tinggi juga tingkat kepuasan konsumen, maka konsumen akan merasa puas dalam melakukan transaksi pembelian di UD KVN Keripik Tape Bondowoso.

B. Saran

Beberapa rekomendasi yang diajukan mencakup:

1. UD KVN Keripik Tape Bondowoso disarankan untuk lebih memperkuat dan meningkatkan pembangunan kepercayaan merek, yang dapat dicapai melalui peningkatan kualitas produk dan inovasi produk. Hal ini bertujuan agar pelanggan merasa lebih percaya pada barang-barang yang ditawarkan oleh UD KVN Keripik Tape Bondowoso.
2. UD KVN Keripik Tape Bondowoso dalam segi desain produk disarankan lebih optimal, seperti mencantumkan informasi mengenai produk tersebut dan membuat desain produk yang menarik agar konsumen merasa puas akan desain produk yang diberikan oleh UD KVN Keripik Tape Bondowoso.
3. UD KVN Keripik Tape dalam segi kualitas pelayanan disarankan agar lebih optimal lagi berkontibusi dalam pelayanan baik secara tidak langsung ataupun langsung. Seperti memberikan respon lebih cepat dalam memberikan layanan online, sehingga pelanggan akan merasa puas dengan layanan yang dilaksanakan oleh UD KVN Keripik Tape Bondowoso.
4. Peneliti berikutnya dapat memperluas cakupan penelitian ini dengan mengeksplorasi variabel tambahan yang terkait, seperti kepercayaan merek, desain produk, dan kualitas pelayanan. Selain itu, penelitian yang mengadopsi variabel yang serupa namun dilakukan pada objek yang berbeda dapat menambah pandangan yang mendalam serta lebih luas terkait fenomena yang dipelajari.

Daftar Pustaka

- Anggriana, R., Qomariah, N., Santoso, D. B., Universitas, F. E., & Jember, M. (N.D.). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online “Om-Jek” Jember *Effect Of Price, Promotion, Quality Of Service On Customer Satisfaction Service Ojek Online “Om-Jek” Jember* (Vol. 7, Issue 2). Desember Hal.
- Ariyanto, A., Bangun, R., Rifqi, M., Indillah, M., Ferlina, A., Trenggana, M., Sholihah, R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Suryanti Ismail, R., Putra, S., Mulia Utama, A., Syahputra, J., & Budiman, B. (2023). Manajemen Pemasaran. [Www.freepik.com](http://www.freepik.com)
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen: (*Effect Of Service Quality, Product Quality And Price On Consumer Satisfaction*). *Ekomabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1 - 14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.V1i01.2>
- Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, 2(1).
- Azizah Indriyani. (2020). Manajemen Sdm Dalam Upaya Meningkatkan Mutu Dan Kualitas Pelayanan Di Ridwan Institute Cirebon.
- Bagus Handoko. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 18. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis>
- Dani Haris. (2019). Kualitas Dan Desain Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Baju Dagadu Yogyakarta).
- Donni Junni Priansa. (2017). Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta

- Fandiyanto, R., & K. R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang “Kopi Toraja” Di Coffee Josh Situbondo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 7. <https://Ejournal.Upm.Ac.Id/Index.Php/Ecobuss/Article/View/346>
- Febtriko, A., & Puspitasari, I. (2018). Mengukur Kreatifitas Dan Kualitas Pemograman Pada Siswa Smk Kota Pekanbaru Jurusan Teknik Komputer Jaringan Dengan Simulasi Robot. *Rabit: Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Univrab*, 3(1), 1–9. <https://Doi.Org/10.36341/Rabit.V3i1.419>
- Gusviany Ayu Murti. (2018). Analisis Pengaruh Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan.
- Handayani. (2013). Model Howard & Sheth Sebagai Alternatif Memahami Perilaku Konsumen Dalam Manajemen Pemasaran.
- Heni Rohaeni1, N. M. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2. <http://Ejournal.Bsi.Ac.Id/Ejournal/Index.Php/Ecodemica>
- INDONESIA. (2019). Metode Penelitian.
- Isfahila, A., Fatimah, F., & Eko, W. (2018). Pengaruh Harga, Desain, Serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen *The Effect Of Prices, Design, And Product Quality On The Consumer Satisfaction*. In *Pengaruh Harga* (Vol. 8, Issue 2).
- Janita, I., Suharyono, S., & Kusumawati, A. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Mcdonald’s MT. Haryono Malang). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol (Vol. 15, Issue 1)*.
- Kotler, Philip Dan Keller, Kevin Lane. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., & Kevin Lane Keller. *Marketing Management*, 15th Ed. New York: Pearson Education, Inc, 2016
- Kotler, Philip Dan Keller, Kevin Lane. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 15. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management*. Pearson.
- Lindawaty 1, S. 2 Dan M. A. O. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Pt Alfa Scorp Ii Marelan Medan. *Jurnal Bisnis Kolega*, 8.
- Lintang Sanubari, S. Y. Dan H. K. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Asuransi Prudential Di Pt Glory Vision. Vol 2.
- Malayu, Hasibuan. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Edisi Revi)*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Malik Ibrahim1 Dan Sitti Marijam Thawil 2*. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

- Manajemen, P., Ekonomi, F., & Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan, U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kosmetik Emina (Studi Kasus Konsumen Studi Kasus Konsumen Produk Kosmetik Emina Di Desa Tanjung Morawa A Dusun II Kabupaten Deli Serdang) 1 Ratih Siti Jamilah, 2 Muhammad Dani Habra. *Movere Journal*, 4(1), 19–28. [Http://Ojs.Stie-Tdn.Ac.Id/Index.Php/Mv](http://Ojs.Stie-Tdn.Ac.Id/Index.Php/Mv)
- Marhen Saputra1, A. W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Mc Donald.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. 3(2). Www.Investor.Iddi
- Moch Wildan Arifi. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pakaian Wanita *The Executive* Di Surabaya. 2012210131@Students.Perbanas.Ac.Id
- Nainggolan Triapnita Nana, Munandar, Dkk. 2020. Perilaku Konsumen Di Era Digital. [Https://Bit.Ly/3iuobla](https://bit.ly/3iuobla)
- Nf Mufreni, A. (2016). Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan Dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha). *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2), 48–54. [Http://Jurnal.Unsil.Ac.Id/Index.Php/Jem](http://Jurnal.Unsil.Ac.Id/Index.Php/Jem)
- Ni Made Sakha Dwi Ariesta1), N. W. E. M., I. G. A. I. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Pada Pt. Sicepat Ekspres Denpasar. *Junal Emas*, Vol 3.
- Niken Nanincova. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro (Vol. 7, Issue 2).
- Nina Ristia Barus. (2017). Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Upaya.
- Ogy Irvanto Dan Sujana. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8. [Https://Doi.Org/10.37641/Jimkes.V8i2.331](https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.331)
- Purnomo, P., & Palupi, M. S. (2017). Pengembangan Tes Hasil Belajar Matematika Materi Menyelesaikan Masalah.
- Rafidah, D. L. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek, Kualitas Pelayanan Islami Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Outlet Rabbani Di Kota Jambi. 3(2). [Http://E-Journal.Lp2m.Uinjambi.Ac.Id/Ojp/Index.Php/Iltizam](http://E-Journal.Lp2m.Uinjambi.Ac.Id/Ojp/Index.Php/Iltizam)
- Ratih Siti Jamilah, M. D. H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kosmetik Emina. *Movere Journal*, 4(1), 19–28. [Http://Ojs.Stie-Tdn.Ac.Id/Index.Php/Mv](http://Ojs.Stie-Tdn.Ac.Id/Index.Php/Mv)
- Retnawati, H. (2017). Teknik Pengambilan Sampel.
- Riskypuji. (N.D.). Strategi Pengembangan Produk Usaha Tape 77 Di Bondowoso.

- Rozarie, C. V. R. A. De, & Indonesia, Jawa Timur–Negara Kesatuan Republik. (2017). Manajemen Sumber Daya Manusia.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L.L. (2010). Perilaku Konsumen. Jakarta: PT. Indeks.
- Sapti, M. (2019). Metodologi Penelitian. Kemampuan Koneksi Matematis (Tinjauan Terhadap Pendekatan Pembelajaran Savi), 53(9), 1689–1699.
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Vol. 9, Issue 2). Desember Hal.
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” Www.Dawaihati.Com
- Sugiyono. (2018). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. Metode Penelitian, 32–41.
- Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Surti, I., Anggraeni, F. N., & Konsumen, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management And Business*, 3(3), 261–270. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3930684>
- Sunyoto, Danang. 2013. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: *Center Of Academic Publishing Service (APS)*.
- Tatik Suryani, 2013, Perilaku Konsumen Di Era Internet, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Tejantara, A., Gde, T., & Sukawati, R. (2018). Studi Pada Oli Sepeda Motor Merek Eni Di Kota Denpasar. 7(10), 5686–5718. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.V7.I10.P17>
- Wahyu Laksono Nanang Suryadi, A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang. *In Holistic Journal Of Management Research: Vol. I (Issue 1)*.
- Wawan, Subagyo, H., Safitri, Y., Program, D., Manajemen, S., Dewantara, S., Raya, J., & Bojong, P. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Online Busana Muslim Di Industri Nanad Hijab Cibinong Bogor (Vol. 13, Issue 2).
- Wibawanto. (2018). Bab Ii Landasan Teori. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 8–24.