

**TINGKAT PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DIMEDIASI KEPUASAN PELANGGAN SOP
SAUDARA TAMALANREA MAKASSAR**

***THE LEVEL OF INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND PRODUCT QUALITY ON
CUSTOMER LOYALTY MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION AT SOP SAUDARA
TAMALANREA MAKASSAR***

¹✉ **Reka Ruslan**

Prodi Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Buana Makassar
rekharuslan95@gmail.com

²**Moch. Givan Andra Pratama**

Prodi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Buana Makassar
mochgivanandrapratama@gmail.com

³**Andi Mappellawa**

Prodi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Buana Makassar
wawaandiwawa@gmail.com

⁴**Hamri**

Prodi Kewirausahaan Institut Teknologi dan Bisnis Arungpalakka Bone
puanghamri69@gmail.com

⁵**Rifqah Ramdhana Jufri**

Prodi Ilmu Administrasi Negara Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Abdul Haris Makassar
rifqahramdhana18@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan SOP Saudara Tamalanrea Makassar. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Pengumpulan data yang digunakan melalui penyebaran kuesioner berjumlah 100 responden dengan menggunakan purposive sampling. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Partial Least Square (PLS) dengan menggunakan instrumen pendukung yaitu software SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, dan SOP Saudara Tamalanrea

ABSTRACT

This study aims to analyze and determine the effect of service quality and product quality on customer loyalty, mediated by customer satisfaction at the SOP of Saudara Tamalanrea Makassar. This study employed a quantitative approach. Data collection involved distributing questionnaires to 100 respondents using purposive sampling. The data analysis technique used in this study was Partial Least Squares (PLS) with SmartPLS software as a supporting instrument. The results of this study indicate that service quality and product quality significantly influence customer loyalty. Customer satisfaction significantly influences customer loyalty. Service quality and product quality significantly influence customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, and SOP Saudara Tamalanrea



PENDAHULUAN

Di era revolusi industri sekarang ini, perkembangan ekonomi di bidang Food & Beverages di negara Indonesia berkembang dengan sangat pesat. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya usaha Rumah Makan baru yang bermunculan di berbagai daerah, mulai dari kota besar hingga wilayah pelosok. Kota Makassar menjadi salah satu contoh kota yang memiliki usaha di bidang makanan yang cukup banyak dan jenis bahan dasar yang ditawarkan hampir seluruhnya sama. Salah satunya yang banyak digunakan dan menjadi trend saat ini yaitu olahan berbahan dasar daging sapi atau jeroan sapi, serai, daun jeruk dan bumbu rempah (pala, cengkeh, dan kayu manis). Sering kali dijumpai SOP Saudara dengan berbagai macam level racikan dan kuahnya gurih, beraroma kuat, dan seringkali menggunakan kacang tanah sangrai atau sangrai halus, serta disajikan dengan bihun, perkedel kentang, telur rebus dan paru yang membuat konsumen pecinta SOP Saudara memiliki daya tertarik untuk mencobanya. SOP Saudara merupakan bahan dasar makanan yang mudah di olah, sehingga banyak digemari oleh berbagai kalangan. Salah satu olahan SOP Saudara di Makassar yang menyajikan cita rasa aroma dengan tingkatan level kentalnya dan kuahnya yang gurih tertentu yaitu SOP Saudara Tamalanrea.

SOP Saudara Tamalanrea merupakan salah satu rumah makan yang menawarkan menu andalannya yaitu SOP Saudara yang kental dan kuahnya yang gurih dengan tingkat kepedasan yang dapat disesuaikan dan menjual produk lainnya seperti: daging dan berbagai macam daging yang digoreng atau paru goreng. SOP Saaudara sangat populer di semua kalangan khususnya remaja yang menyebabkan antrean panjang. SOP Saudara memiliki cabang yang tersebar di Indonesia yaitu di Jakarta, Yogyakarta, Mamuju, Solo, Palu, Kendari, Manado, Gorontalo, Kalimantan, Medan dan banyak kota lainnya. Salah satu cabang yang berada di Kota Makassar yaitu SOP Saudara Cabang Tamalanrea. Berdasarkan hasil observasi di SOP Saudara Cabang Tamalanrea Kota Makassar, terlihat bahwa jumlah pembeli yang berkunjung setiap hari cukup tinggi.

Dari data yang di dapat peneliti menunjukkan jumlah pengunjung pada bulan Januari 2026 yang terbagi dalam empat minggu. Pada minggu pertama, jumlah pengunjung mencapai 1.679 orang, angka yang cukup tinggi. Namun, pada minggu kedua, terjadi penurunan menjadi 1.527 pengunjung, yang kemudian sedikit menurun lagi pada minggu ketiga dengan jumlah 1.485 pengunjung. Di minggu keempat, jumlah pengunjung meningkat tajam menjadi 1.927 orang, menjadikannya minggu dengan jumlah pengunjung tertinggi sepanjang bulan tersebut. Secara keseluruhan, data ini memperlihatkan fluktuasi jumlah pengunjung dengan puncak tertinggi pada minggu terakhir. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhi yaitu seperti kualitas produk yang disajikan dan layanan yang menyenangkan di SOP Saudara Cabang Tamalanrea Makassar pada setiap harinya.

Kualitas pelayanan adalah ukuran yang menunjukkan seberapa baik layanan yang diberikan dapat memenuhi atau sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Tjiptono, 2019). Jika pelayanan yang diterima konsumen sesuai dengan harapan mereka, tentu akan muncul rasa puas, dan perusahaan akan memiliki keunggulan dibandingkan pesaing. Bisnis yang memprioritaskan kualitas layanan yang baik akan berdampak positif pada minat beli user atau konsumen. Menurut (Kotler dan Keller, 2019) kualitas produk adalah suatu kemampuan produk dalam melakukan

fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Kualitas produk menjadi faktor penting yang berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, memenuhi harapan dan keinginan konsumen, serta menunjukkan sejauh mana produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.

Menurut (Kotler dan Keller 2019) loyalitas pelanggan merupakan komitmen yang mendalam untuk terus membeli atau mendukung produk atau jasa yang disukai di masa depan, meskipun ada faktor-faktor situasional dan strategi pemasaran yang bisa membuat pelanggan beralih. Loyalitas pelanggan yang mendorong perilaku untuk membeli produk atau jasa dari suatu perusahaan, yang mencakup aspek emosional. Hal ini terutama terlihat pada konsumen yang melakukan pembelian secara teratur dan berulang dengan tingkat konsistensi yang tinggi. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan (Kotler dan Keller, 2019). Perusahaan tetap dan perlu menjaga hubungan baik dengan konsumen yang puas, sementara untuk konsumen yang tidak puas, perlu diidentifikasi penyebab ketidakpuasannya tersebut dan berusaha untuk menarik kembali minat mereka. Hal ini dapat dijadikan dasar untuk mengembangkan strategi dalam menarik minat konsumen terhadap makanan dan minuman di SOP Saudara Tamalanrea Makassar.

Penelitian Andjarwati (2021) yang membuktikan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, serta harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas dan kepuasan pelanggan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Zulkarnain, (2020) menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan dan produk yang diberikan, semakin tinggi kepuasan pelanggan yang berujung pada loyalitas.

Maka berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan SOP Saudara Tamalanrea Makassar." Berdasarkan penjabaran dan penjelasan latar belakang di atas, maka dapat disimpulkan pokok permasalahannya adalah: a) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan SOP Saudara Tamalanrea?; b) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan SOP Saudara Tamalanrea?; c) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan SOP Saudara Tamalanrea?; d) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan SOP Saudara Tamalanrea?; e) Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan SOP Saudara Tamalanrea?; f) Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan SOP Saudara Tamalanrea?; g) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan SOP Saudara Tamalanrea?. Adapun tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk menganalisa dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan SOP Saudara Tamalanrea; 2) Untuk menganalisa dan mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan SOP Saudara Tamalanrea; 3) Untuk menganalisa dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan SOP Saudara Tamalanrea; 4) Untuk menganalisa dan mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan SOP Saudara Tamalanrea; 5) Untuk

menganalisa dan mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas langgan SOP Saudara Tamalanrea; 6) Untuk menganalisa dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan SOP Saudara Tamalanrea; dan 7) Untuk menganalisa dan mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan SOP Saudara Tamalanrea.

Menurut (Tjiptono, 2019) kualitas pelayanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta menyampaikan layanan dengan tepat, sehingga dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Sementara itu, kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai fokus pada pemenuhan kebutuhan dan persyaratan pelanggan, serta ketepatan waktu dalam memenuhi harapan mereka.

Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk menghasilkan kinerja atau hasil yang sesuai, bahkan melampaui, harapan dan keinginan pelanggan (Kotler dan Keller, 2019). Menurut Tjiptono (2019) kualitas produk didefinisikan sebagai performa atau gambaran langsung dari suatu produk. Kualitas ini mencakup aspek seperti keandalan, kemudahan penggunaan, estetika, dan berbagai karakteristik lain yang secara langsung memengaruhi persepsi konsumen terhadap produk tersebut.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul setelah pelanggan membandingkan persepsi atau kesan mereka terhadap kinerja suatu produk dengan harapan-harapan yang mereka miliki Menurut (Sopiah, 2020). Sedangkan menurut (Lupiyoadi, 2021) kepuasan adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja jasa yang diterima dengan yang diharapkan.

Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang kuat dari pelanggan untuk terus membeli atau mendukung produk atau jasa tertentu yang mereka sukai di masa depan, meskipun ada situasi atau upaya pemasaran dari pesaing yang dapat mendorong mereka untuk beralih. (Kotler & Keller, 2019). Menurut (Griffin, 2020), loyalitas lebih mengacu pada perilaku nyata dari pelanggan, di mana mereka secara konsisten melakukan pembelian terhadap barang atau jasa dari perusahaan tertentu yang telah mereka pilih.

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian

Jenis Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang menggunakan metode analisis berdasarkan data yang diperoleh dan memenuhi persyaratan sebagai data dengan menggunakan alat analisis. Metode kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, dengan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian. Analisis data dalam metode ini bersifat statistik, bertujuan untuk menguji hipotesis-hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya. Menurut (Sugiyono, 2019) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Populasi ini menjadi fokus penelitian. untuk kemudian ditarik kesimpulan. Informasi yang dievaluasi oleh penelitian berasal dari kuesioner yang diberikan kepada responden yang menurut peneliti memenuhi syarat untuk dijadikan sampel dari populasi penelitian.

2. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut (Sugiyono, 2019), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik tertentu yang dimiliki oleh suatu populasi. Dalam penelitian ini, untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan, digunakan rumus Lemeshow, karena populasi yang diteliti tidak diketahui secara pasti. Rumus Lemeshow digunakan untuk menentukan ukuran sampel dalam kasus populasi tak terhingga atau tidak diketahui, dengan rumus berikut:

$$n = Z^2 \times p (1 - p) d^2$$

$$n = (1,96)^2 \times 0,5 (1 - 0,5) (0,10)^2$$

$$n = 96,4$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

Z : Skor pada kepercayaan 95% = 1,96

p : Maksimal estimasi = 50% = 0.5

d : alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus Lemeshow, jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden, yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden untuk mempermudah proses penelitian dan meningkatkan keakuratan hasil.

3. Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Jenis data dalam penelitian ini meliputi opini, sikap, pengalaman, atau karakteristik individu maupun kelompok yang menjadi subjek penelitian atau responden. Data ini digunakan untuk memahami perspektif dan perilaku responden sesuai dengan fokus penelitian. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari responden tanpa perantara. Data dikumpulkan melalui kuesioner online menggunakan Google Form yang ditujukan kepada pelanggan SOP Saudara Cabang Tamalanrea Makassar. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data yang relevan dengan tujuan penelitian. Pada kuesioner ini, responden diminta untuk mengisi dan menjawab pertanyaan yang telah disediakan sesuai dengan pilihan yang tersedia. Skala instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert.

4. Variabel dan Definisi Operasional Variabel Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini yaitu Kualitas Layanan dan Kualitas Produk sebagai variabel eksogen, Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi, dan Loyalitas Pelanggan sebagai variabel endogen.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis adalah proses pengolahan data yang dikumpulkan untuk membuktikan hipotesis penelitian. Dalam penelitian ini, digunakan teknik kuantitatif, di mana perhitungan statistik digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis. Data dianalisis menggunakan aplikasi statistik PLS Partial Least Squares (PLS), yang menghasilkan hasil yang lebih valid tanpa mengubah sampel dari populasi (Jogiyanto, 2021).

a. Model Pengukuran (Outer Model)

Model pengukuran (outer model) menunjukkan hubungan antara indikator dan variabel laten, dengan tujuan menilai sejauh mana indikator merepresentasikan variabel tersebut. Uji outer model dilakukan menggunakan prosedur PLS Algorithm,

yang mencakup uji validitas untuk memastikan ketepatan indikator, serta uji reliabilitas untuk menilai konsistensi pengukuran.

b. Uji Validitas

Menurut (Jogiyanto, 2021), uji validitas bertujuan untuk menunjukkan kemampuan keseluruhan suatu instrumen dan memastikan bahwa indikator-indikator yang diukur valid atau tidak. Dalam metode analisis, terdapat 3 (tiga) jenis pengujian yang digunakan, yaitu validasi konvergen, validitas diskriminan, dan Average Variance Extracted (AVE).

c. Uji Validitas Konvergen

Uji Validasi konvergen merupakan hubungan antara indikator dengan variabel lainnya. Ukuran refleksi individual dikatakan tinggi apabila berkorelasi lebih dari 0,70 lebih dari 0,70 dengan konstruk yang diukur. Namun demikian pada riset tahap pengembangan skala, loading 0,50 sampai 0,60 masih dapat diterima (Latan, 2022).

d. Validasi Diskriminan

Menurut (Jogiyanto, 2021), validitas diskriminan dinyatakan valid jika nilai cross loading suatu indikator terhadap variabel latennya lebih tinggi daripada terhadap variabel laten lain, dengan nilai ideal $>0,7$. Jika nilainya $<0,7$, maka indikator dianggap tidak valid. Tujuan dari uji ini adalah memastikan bahwa indikator lebih merepresentasikan variabel yang diukur dibandingkan variabel lainnya.

e. Average Variance Extracted (AVE)

Average Variance Extracted (AVE) digunakan untuk mendukung uji validitas diskriminan. Uji ini dianggap valid jika nilai AVE $> 0,5$, yang menunjukkan bahwa indikator mampu menjelaskan lebih dari setengah varians konstruk yang diukurnya.

f. Uji Reliabilitas

Menurut (Jogiyanto, 2021), uji reliabilitas bertujuan menilai konsistensi internal alat ukur, yang mencerminkan tingkat akurasi dan ketepatan dalam mengukur variabel. Dalam analisis Partial Least Squares (PLS), reliabilitas diuji melalui dua metode utama: Cronbach's Alpha dan Composite Reliability.

g. Cronbach's Alpha

Cronbach's Alpha digunakan untuk mengukur konsistensi internal sebagai batas bawah reliabilitas suatu konstruk. Instrumen dianggap reliabel jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$.

h. Composite Reliability

Composite Reliability mengukur konsistensi internal suatu konstruk secara lebih akurat. Instrumen dianggap reliabel jika nilai Composite Reliability $> 0,7$.

i. Model Struktural (Inner Model)

Model struktural, atau disebut juga inner model, bertujuan untuk memprediksi hubungan sebab akibat antara variabel laten. Model ini menggambarkan bagaimana variabel laten saling berkaitan berdasarkan teori yang mendasari. Hubungan tersebut dikatakan positif jika nilai original sample >0 dikatakan negatif jika nilai original < 0 .

j. Pengujian Model Struktural

Pengujian model struktural menggunakan original sample untuk mengukur pengaruh langsung antar variabel eksogen, intervening, dan endogen. Nilai original sample menunjukkan arah hubungan, apakah positif (peningkatan satu variabel

diikuti oleh peningkatan lainnya) atau negatif (hubungan berlawanan), sehingga membantu memahami pola hubungan kausal dalam penelitian.

k. Pengujian Model Struktural Pengaruh Langsung

Pengujian ini menggunakan original sample sebagai dasar untuk mengukur pengaruh langsung antara variabel eksogen dan variabel intervening terhadap variabel endogen, sehingga dapat diidentifikasi adanya pengaruh positif atau negatif.

l. Pengujian Model Struktural Pengaruh Tidak Langsung

Pengujian ini menggunakan original sample untuk melihat pengaruh langsung variabel eksogen dan intervening terhadap variabel endogen. Arah pengaruh ditentukan dari tanda koefisien pada model struktural, apakah positif atau negatif.

m. Uji R-Square

Uji R-Square digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel eksogen terhadap variabel intervening dan endogen. Nilai R-Square $\geq 0,25$ menunjukkan pengaruh lemah, $\geq 0,5$ moderat, dan $\geq 0,75$ kuat. Uji ini menunjukkan sejauh mana variabel eksogen mampu menjelaskan variasi pada variabel endogen.

n. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis bertujuan mengetahui signifikansi hubungan antar variabel, baik langsung maupun tidak langsung, dengan menggunakan p-value sebagai acuan. Hubungan dianggap signifikan jika p-value $\leq 0,05$, dan tidak signifikan jika p-value $> 0,05$. Uji ini membantu menentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak secara statistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Model Pengukuran (Outer Model)

Validitas konvergen dapat dikatakan terpenuhi apabila terdapat hubungan yang kuat antara variabel laten dan indikatornya sesuai dengan persyaratan yang ditetapkan. Nilai outer loading memiliki nilai $>0,70$ artinya indikator yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi validitas konvergen.

Tabel 1: Outer Loading

Indikator	Kualitas Pelayanan (KP)	Kualitas Produk (KPr)	Kepuasan Pelanggan (KPL)	Loyalitas Pelanggan (LP)	Keterangan
KP1	0.817				Valid
KP2	0.855				Valid
KP3	0.770				Valid
KP4	0.787				Valid
KP5	0.746				Valid
KPr1		0.703			Valid
KPr2		0.792			Valid
KPr3		0.752			Valid
KPr4		0.748			Valid
KPr5		0.840			Valid
KPL1			0.763		Valid
KPL2			0.835		Valid
KPL3			0.865		Valid
LP1				0.837	Valid
LP2				0.846	Valid
LP3				0.840	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2026



Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan menggunakan SmartPLS, indikator-indikator yang tercantum dalam tabel di atas, yaitu Kualitas Pelayanan (KP), Kualitas Produk (KPr), Kepuasan. Pelanggan (KPL), dan Loyalitas Pelanggan (LP), seluruhnya telah memenuhi syarat Loading Factor $\geq 0,7$. Dengan demikian, data dalam penelitian ini dapat dikatakan valid karena indikator-indikator tersebut mampu merepresentasikan variabel laten yang diukur dengan baik.

Uji Validitas Diskriminan

Pengujian validitas diskriminan dalam penelitian ini dilakukan dengan dua metode, yaitu melalui cross loading. Dalam perhitungan cross loading menggunakan SmartPLS, setiap indikator pada variabel yang digunakan harus memiliki nilai $\geq 0,7$. Hasil pengujian dapat ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 2: Cross Loading

Indikator	Kualitas Pelayanan (KP)	Kualitas Produk (KPr)	Kepuasan Pelanggan (KPL)	Loyalitas Pelanggan (LP)	Keterangan
KP1	0.817	0.522	0.566	0.500	Valid
KP2	0.855	0.574	0.591	0.636	Valid
KP3	0.770	0.458	0.507	0.504	Valid
KP4	0.787	0.521	0.553	0.512	Valid
KP5	0.746	0.479	0.586	0.546	Valid
KPr1	0.564	0.494	0.703	0.453	Valid
KPr2	0.594	0.572	0.792	0.635	Valid
KPr3	0.524	0.385	0.752	0.614	Valid
KPr4	0.439	0.366	0.748	0.440	Valid
KPr5	0.566	0.562	0.840	0.577	Valid
KPL1	0.464	0.504	0.534	0.763	Valid
KPL2	0.530	0.536	0.572	0.835	Valid
KPL3	0.666	0.648	0.654	0.865	Valid
LP1	0.539	0.837	0.489	0.542	Valid
LP2	0.573	0.846	0.527	0.537	Valid
LP3	0.515	0.840	0.566	0.654	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa setiap indikator pada variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan variabel lainnya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa indikator yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi kriteria validitas diskriminan dengan baik.

Average Variance Extracted (AVE)

Metode Average Variance Extracted (AVE) digunakan untuk menilai validitas diskriminan pada setiap konstruk laten. Suatu konstruk dinyatakan sepenuhnya valid jika telah melewati pengujian AVE. Kriteria validitas ditentukan berdasarkan nilai AVE yang harus mencapai $\geq 0,5$. Berikut adalah hasil pengujian menggunakan software SmartPLS.

Tabel 3: Hasil Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0.634	Valid
Kualitas Produk	0.591	Valid
Kepuasan Pelanggan	0.707	Valid
Loyalitas Pelanggan	0.676	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Dari tabel di atas nilai AVE untuk masing-masing variabel, yaitu Kualitas Pelayanan (KP), Kualitas Produk (KPr), Loyalitas Pelanggan (LP) dan Kepuasan

Pelanggan (KPL), menunjukkan hasil sebesar $\geq 0,5$. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh variabel yang diuji memenuhi kriteria validitas diskriminan.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Dalam SmartPLS, reliabilitas suatu konstruk dengan indikator refleksif dapat diukur dengan menghitung nilai Composite Reliability dan Cronbach Alpha.

Composite Reliability

Jika nilai Composite Reliability $\geq 0,7$, maka konstruk tersebut dianggap reliabel. Berikut adalah hasil pengujian reliabilitas menggunakan software SmartPLS.

Tabel 4: Hasil Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0.896	Valid
Kualitas Produk	0.878	Valid
Kepuasan Pelanggan	0.879	Valid
Loyalitas Pelanggan	0.862	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan tabel di atas setiap variabel, yaitu Kualitas Pelayanan (KP), Kualitas Produk (KPr), Loyalitas Pelanggan (LP), dan Kepuasan Pelanggan (KPL) memiliki nilai Composite Reliability $\geq 0,7$, yang menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut reliabel. Hasil pengujian Composite Reliability yang telah dilakukan perlu didukung dengan pengujian Cronbach Alpha untuk memastikan apakah variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya reliabel.

Cronbach Alpha

Kriteria nilai Cronbach Alpha yang dianggap reliabel adalah $\geq 0,6$. Jika nilai Cronbach Alpha $< 0,6$, maka variabel tersebut dinyatakan tidak reliabel. Composite Reliability dan Cronbach Alpha merupakan dua pengujian yang saling berkaitan dan tidak terpisahkan, khususnya dalam pengujian reliabilitas pada metode analisis data PLS. Berikut adalah hasil pengujian menggunakan software SmartPLS.

Tabel 5: Hasil Cronbach Alpha

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0.855	Valid
Kualitas Produk	0.827	Valid
Kepuasan Pelanggan	0.793	Valid
Loyalitas Pelanggan	0.761	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan tabel di atas hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel, karena memenuhi syarat teknik uji dengan nilai Cronbach's Alpha dalam rentang $0,50 < \alpha < 0,70$. Dengan demikian, variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat konsistensi internal yang cukup baik dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

2. Model Pengukuran (Inner Model)

Pengujian Model Struktural Pengaruh Langsung

Pengujian model ini dilakukan untuk mengukur pengaruh langsung antara dua variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen, tanpa melibatkan variabel intervening. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antar variabel. Berikut adalah hasil pengujian menggunakan software SmartPLS.

Tabel 6: Hasil Original Sample

Hubungan Antar Variabel	Original Sample (O)	Keterangan
Kualitas Pelayanan → Loyalitas Pelanggan	0.222	Positif
Kualitas Produk → Kepuasan Pelanggan	0.349	Positif
Kualitas Produk → Loyalitas Pelanggan	0.359	Positif
Kepuasan Pelanggan → Loyalitas Pelanggan	0.321	Positif

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa arah hubungan antar variabel pada Inner Model dapat dijelaskan sebagai berikut: a) Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai pengaruh langsung sebesar 0,398. Hal ini memiliki arti bahwa jika Kualitas Pelayanan mengalami peningkatan, maka Kepuasan Pelanggan juga akan meningkat; b) Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan dengan nilai pengaruh langsung sebesar 0,222. Hal ini memiliki arti bahwa jika Kualitas Pelayanan mengalami peningkatan, maka Loyalitas Pelanggan juga akan meningkat; c) Kualitas Produk memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai pengaruh langsung sebesar 0,349. Hal ini memiliki arti bahwa jika Kualitas Produk mengalami peningkatan, maka Kepuasan Pelanggan juga akan meningkat; d) Kualitas Produk memiliki pengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan dengan nilai pengaruh langsung sebesar 0,359. Hal ini memiliki arti bahwa jika Kualitas Produk mengalami peningkatan, maka Loyalitas Pelanggan juga akan meningkat; dan e) Kepuasan Pelanggan mempunyai pengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan dengan besaran nilai pengaruh langsung sebesar 0,321. Hal ini memiliki arti bahwa jika Kepuasan Pelanggan mengalami peningkatan, maka Loyalitas Pelanggan juga akan meningkat.

Pengujian Model Struktural Pengaruh Tidak Langsung

Tabel 8: Hasil Original Sample

Hubungan Tidak Langsung	Original Sample (O)	Keterangan
Kualitas Pelayanan → Kepuasan Pelanggan → Loyalitas Pelanggan	0.128	Positif
Kualitas Produk → Kepuasan Pelanggan → Loyalitas Pelanggan	0.112	Positif

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa besaran nilai pengaruh tidak langsung antar variabel dalam model multijalur dapat disimpulkan sebagai berikut: a) Hubungan pertama menunjukkan adanya pengaruh positif antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan, dengan nilai pengaruh tidak langsung sebesar 0,128. Hal ini berarti bahwa jika Kualitas Pelayanan mengalami peningkatan, maka berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan; atau b) Hubungan kedua menunjukkan adanya pengaruh positif antara Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan, dengan nilai pengaruh tidak langsung sebesar 0,112. Hal ini berarti bahwa jika Kualitas Produk mengalami peningkatan, maka berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan.

Tabel 10: Hasil P-Value

Hubungan Antar Variabel	T Statistics (O/STDEV)	P-Value	Keterangan
Kualitas Pelayanan → Kepuasan Pelanggan	3.649	0.000	Signifikan
Kualitas Pelayanan → Loyalitas Pelanggan	3.353	0.001	Signifikan
Kualitas Produk → Kepuasan Pelanggan	2.441	0.015	Signifikan
Kualitas Produk → Loyalitas Pelanggan	2.184	0.029	Signifikan
Kualitas Pelayanan → Kepuasan Pelanggan → Loyalitas Pelanggan	2.441	0.015	Signifikan
Kualitas Produk → Kepuasan Pelanggan → Loyalitas Pelanggan	2.184	0.029	Signifikan

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, seluruh hubungan antar variabel dalam penelitian ini terbukti signifikan. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (p-value 0,000; t-statistic 3.649), dan terhadap loyalitas pelanggan (p-value 0,011; t-statistic 2.535). Kualitas produk juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (p-value 0,002; t-statistic 3.082) serta terhadap loyalitas pelanggan (p-value 0,000; t-statistic 3.799). Selain itu, kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (p-value 0,001; t-statistic 3.353). Pengaruh tidak langsung juga terbukti signifikan, yaitu kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan (p-value 0,015; t-statistic 2.441), dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan (p-value 0,029; t-statistic 2.184). Seluruh hasil menunjukkan bahwa masing-masing hipotesis (H1–H7) diterima karena memiliki nilai $p < 0,05$ dan t-statistic $> 1,96$.

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (KP) Terhadap Kepuasan Pelanggan (KPL)

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan SOP Saudara Tamalanrea. Hal ini dibuktikan dengan nilai p-value sebesar 0,000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 ($0 \leq 0,05$). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan SOP Saudara Tamalanrea. Hal ini terjadi karena kualitas pelayanan dapat menciptakan kepuasan pelanggan SOP Saudara Tamalanrea dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik dengan menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan serta memastikan kesiapan karyawan dalam merespons keluhan pelanggan. Ketika pelanggan merasakan pelayanan yang optimal, tingkat kepuasan mereka akan meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu, seperti yang dilakukan oleh (Adyana, 2019) serta penelitian (Mahira, 2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan (KP) Terhadap Loyalitas Pelanggan (LP)

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan SOP Saudara Tamalanrea. Hal

ini dibuktikan dengan nilai p-value sebesar 0,011, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 ($0 \leq 0,05$). Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Manajemen atau pengelola SOP Saudara Tamalanrea berupaya untuk terus memberikan pelayanan berkualitas kepada setiap pelanggan guna memastikan kepuasan mereka. SOP Saudara Tamalanrea mampu memberikan pelayanan terbaik tidak hanya akan membuat pelanggan merasa puas, tetapi juga mendorong mereka untuk tetap menggunakan produk yang sama dalam jangka panjang. Dengan demikian, loyalitas pelanggan dapat terjaga dan semakin kuat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu, seperti yang dilakukan oleh Sulistyawati (2020) serta penelitian Zahara (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

3. Pengaruh Kualitas Produk (KPr) Terhadap Kepuasan Pelanggan (KPL)

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan SOP Saudara Tamalanrea. Hal ini dibuktikan dengan nilai p-value sebesar 0,002, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 ($0 \leq 0,05$). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan salah satu faktor utama yang berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan SOP Saudara Tamalanrea. Hal ini membuktikan bahwa Kualitas Produk dari SOP Saudara Tamalanrea yang tinggi akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas produk yang baik membuat konsumen semakin percaya terhadap merek SOP Saudara Tamalanrea dan memberikan nilai positif bagi pelanggan. Dengan menjaga dan meningkatkan standar kualitas produknya, SOP Saudara Tamalanrea dapat memastikan bahwa konsumennya merasa puas, yang pada akhirnya dapat memperkuat loyalitas pelanggan terhadap merek tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu, seperti yang dilakukan oleh (Arie, 2020) serta penelitian Hadita (2023) yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4. Pengaruh Kualitas Produk (KPr) Terhadap Loyalitas Pelanggan (LP)

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan SOP Saudara Tamalanrea. Hal ini dibuktikan dengan nilai p-value sebesar 0,000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 ($0 \leq 0,05$). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan salah satu faktor utama yang berkontribusi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan SOP Saudara Tamalanrea. Dengan membeli suatu produk pelanggan akan mempertimbangkan kualitasnya, sehingga kepuasan yang dirasakan bergantung pada kualitas produk yang diterima. Jika kualitas produk tinggi, maka kepuasan pelanggan meningkat, yang pada akhirnya akan berdampak pada loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, memastikan kualitas produk yang baik menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap suatu brand atau merek atau layanan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu, seperti yang dilakukan oleh (Choiriah, 2019) yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

5. Pengaruh Kepuasan Pelanggan (KPL) Terhadap Loyalitas Pelanggan (LP)

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan SOP Saudara Tamalanrea. Hal ini dibuktikan dengan nilai p-value sebesar 0,001, yang lebih kecil dari tingkat

signifikansi 0,05 ($0 \leq 0,05$). Kepuasan pelanggan memiliki peran penting dalam keberlangsungan sebuah usaha. Dengan menciptakan produk berkualitas, pelanggan akan lebih mudah merasa puas, yang pada akhirnya dapat mendorong mereka menjadi pelanggan loyal. Oleh karena itu, sebelum mencapai kepuasan pelanggan, penting untuk mempertimbangkan berbagai faktor yang dapat meningkatkannya. Hal ini tidak hanya bertujuan untuk menciptakan pelanggan yang puas, tetapi juga untuk membangun loyalitas pelanggan dalam jangka panjang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu, seperti yang dilakukan oleh (Budiarti, 2020) serta penelitian (Agiesta, 2021) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

6. Pengaruh Kualitas Pelayanan (KP) Terhadap Loyalitas Pelanggan (LP) Melalui Kepuasan Pelanggan (KPL)

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan SOP Saudara Tamalanrea. Hal ini dibuktikan dengan nilai p-value sebesar 0,015 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 ($0 \leq 0,05$). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dapat memediasi pengaruh hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian, layanan yang berkualitas berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya dapat mendorong loyalitas pelanggan. Selain itu, pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas juga dapat dipengaruhi oleh faktor lain yang mendukung terbentuknya loyalitas pelanggan secara lebih kuat. Loyalitas pelanggan sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memuaskan pelanggan. Semakin baik perusahaan dalam memberikan produk berkualitas, pelayanan yang memuaskan, dan pengalaman positif, semakin besar kemungkinan pelanggan akan tetap setia menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu, seperti yang dilakukan oleh (Vicramaditya, 2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

7. Pengaruh Kualitas Produk (KPr) Terhadap Loyalitas Pelanggan (LP) Melalui Kepuasan Pelanggan (KPL)

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan SOP Saudara Tamalanrea. Hal ini dibuktikan dengan nilai p-value sebesar 0,029 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 ($0 \leq 0,05$). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dapat memediasi pengaruh hubungan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas produk mempengaruhi kepuasan seseorang dalam pembelian suatu produk atau jasa. Ketika pelanggan membeli suatu produk, mereka mempertimbangkan kualitasnya sebagai faktor utama. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk, di mana semakin baik kualitasnya, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas mereka. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu, seperti yang dilakukan oleh (Muzakkir, 2025) serta penelitian Liana (2019) yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk merupakan faktor utama yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan di SOP Saudara Tamalanrea Makassar. Kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan, yang menunjukkan bahwa pelayanan yang cepat, ramah, responsif, jujur, dan sesuai harapan mampu menciptakan pengalaman positif, meningkatkan kepuasan, serta membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Demikian pula, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan maupun loyalitas pelanggan, yang mengindikasikan bahwa produk yang berkualitas, memiliki cita rasa yang konsisten, dan sesuai dengan harapan pelanggan mampu meningkatkan kepuasan, mendorong pembelian ulang, serta memperkuat loyalitas pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sehingga semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan, semakin besar pula kecenderungan pelanggan untuk tetap setia dan merekomendasikan SOP Saudara Tamalanrea kepada orang lain. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berperan sebagai variabel mediasi yang signifikan dalam hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan maupun antara kualitas produk dan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan dan kualitas produk akan semakin efektif dalam membangun loyalitas pelanggan apabila diikuti dengan peningkatan kepuasan pelanggan. Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar manajemen SOP Saudara Tamalanrea terus meningkatkan kualitas pelayanan melalui pelayanan yang cepat, ramah, dan responsif, menjaga konsistensi kualitas produk serta memperbaiki kemasan agar lebih menarik, memperkuat hubungan dengan pelanggan melalui strategi pemasaran seperti promosi dan layanan pemesanan daring, menjaga keseimbangan antara harga, kualitas, dan manfaat produk, serta mempertimbangkan pengembangan cabang usaha sebagai upaya meningkatkan kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiah, Asmini, Yusri (2023). Manajemen Sumber Daya Manusia: Konflik dan Produktivitas Sumber Daya Manusia. Jateng: CV. Amerta Media.
- Adnyana, D. G. A., dan Suprpti, N. W. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Gojek di Kota Denpasar (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Anggraini, F., dan Budiarti, A. (2020). The Effect of Price, Promotion, and Service Quality on Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction with Gojek Consumers. *Journal of Economic Education (JUPE)*, 8(3), 86-94.
- Amal, Rr Retno Wulansari K, Rais, Muhtar, Yusri. (2025) Tingkat Pengaruh Kompetensi, Budaya Organisasi, Dan Kepemimpinan Terhadap Pengembangan Karyawan Pada kantor CV. Geopublish Indonesia Makassar. *JEINSA: Jurnal Ekonomi Ichsan Sidenreng Rappang*. Volume 4 Issue 2 (2025), ISSN: 2962-2301.

- Asrianto, Nurdin Latif, Andi Syahrul Makkuradde. (2024) Manajemen Organisasi dan Kepemimpinan: Motivasi Kerja, Iklim Kerja, Kepuasan Kerja, dan Budaya Lokal dalam Meningkatkan Disiplin Bekerja, Maupun Produktivitas Kerja. Jateng: CV. Amerta Media.
- Asrianto, Mattarima, Ahmad, Dkk (2024). Manajemen Sumber Daya Manusia: Motivasi Kerja, Psikologi Kerja, dan Disiplin Kerja Menuju Produktivitas Kinerja. Klaten: CV. Idebuku.
- Liana, L. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Sepeda Motor Honda di Kota Semarang). MADIC.
- Garaika, G (2020) Pengaruh Kompensasi, Motivasi Kerja dan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Terhadap Kinerja, Jurnal Ilmiah Manajemen dan bisnis.
- Hariono, R., dan Marlina, M. A. E. (2021). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediator Pada Star Motor Carwash. Performa, 6(1), 1-10.
- Herlambang, A. S., dan Komara, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking), 7(2), 56-64.
- Indrasari, Y. (2019). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Jasa Pengiriman Barang PT. Pos Indonesia Cabang Malang. Jurnal Bisnis dan Manajemen, 11(1), 86-96.
- Jaya, Andi Basri, A. Rosdiana, A. Najamuddin Hamzah, Dkk. (2023) Buku Ajar Kecakapan Antar Personal: Suatu Pengantar Komunikasi Interpersonal. Jawa Timur: CV. Kanaka Media.
- Lengkong, A. P., Pio, R. J., & Mangindaan, J. V. (2021). Pengaruh Brand Awareness dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Pakaian HARV official di Manado. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 11(2), 61-68.
- Lexy Oktora Wilda, Lutfi Hidayati, Titik Haryanti, Mattarima, Dkk (2024) Buku Ajar: Pengantar Manajemen. Jambi: PT. Sompedia Publishing Indonesia.
- Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi, 2(1), 1267-1283.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). The Influence of Product Quality, Service Quality and Price on Consumer Satisfaction at Cafe Kabalu. Journal of Business Management Economics, 134-146.
- Muzakkir, Nur Aini, Imelda F. Unsong, Ahmad, Dkk. (2024) Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran dan Manajemen Bisnis. Jateng: CV. Amerta Media.

- Nugraheni, R. S, & Haryani, H. I. (2020). Analisa Citra Merek, Kualitas Produk, Perluasan Merek Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. JRB-Jurnal Riset Bisnis, 4(1), 13-26.
- Nur Aini, Meldilianus Nabas J. Lenas, Yusri, Dkk. (2023) Etika Bisnis dan Wirausaha Menuju Visi Ekonomi Global. Jateng: CV. Amerta Media.
- Prasetyo, M. D., Susanto, S., & Maharani, B. D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen: Studi Kasus Pada Pelanggan Barbershop Pojur Yogyakarta.
- Putra, P. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Mie Sedaap. Jurnal Ilmiah Manajemen & Kewirausahaan, 8(1), 70-76.
- Subawa, I. G. B & Sulistyawati, E. (2020). Populasi Dalam Penelitian ini adalah Pelanggan yang Loyal Menggunakan Jasa Lila. E-Jurnal Manajemen, 9(2), 718-736.
- Susilo, Melisa Yanuar, Endang Sriningsih, Amal Nur, Dkk (2024) Pengantar Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis: Suatu Pendekatan Teoritis dan Pendekatan Praktis. Jateng: CV. Amerta Media
- Sutomo, Andi, Amal, Riska Suciati, Dkk. (2024) Perspektif Kepuasan Kerja Dalam Organisasi: Suatu Pendekatan Teoritis dan Pendekatan Praktis. Klaten: CV. Idebuku.
- Sholikhah, A. F & Hadita, H. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan di Bekasi Timur. Jurnal Economica, 2(2), 692-708.
- Uraina Heptiani, Risha Agustia Imaningtyas, Ryani Putri (2021). Pengaruh Kepuasan Kerja, Komitmen Organisasi, dan Kompensasi Terhadap Turnover Intention.
- Vicramaditya, P. B. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik, Kualitas Informasi dan Persepsi Nilai Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Ojek Online. Journal of Business and Banking, 10(2), 325-341.
- Widia Astuti & Tintan Krisma dewi (2022). Pengaruh Kompensasi dan Motivasi Terhadap Turnover Karyawan Pada PT. Distributor Motor Indonesia di Jakarta Selatan.
- Yusri, Cita St. Munthakhabah R, Rahmaniar Rachman, Dkk. (2023) Buku Ajar Ergonomika: Psikologi Kerja, Kesehatan Kerja, dan Keselamatan Kerja (K3). Jateng: CV. Amerta Media.
- Yusri & Andi Syadaruddin. (2023) Optimalisasi Komunikasi Antarpribadi Pimpinan Dan Karyawan Dalam Meningkatkan Kinerja Di AMIK Luwuk Banggai. Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen dan Akuntansi). Vol. 6 No. 1, April 2023. e-ISSN:2723-7478.
- Yuyun, Guntur, Yanto Naim, Dkk. (2023) Etika Profesi Pada Teknologi Informasi Dan Komunikasi. Jateng: CV. Amerta Media.

- Zahara, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 31-38.
- Zulkarnain, R., & Ramdansyah, A. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Mu'amalah Cilegon). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 87-110.