



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 8632-8645

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk Sterintech Jenis Bowie & Dick Test Pack CV Akari Putra Scientific di Bekasi

Endi Wiyono, Putri Nilam Kencana

Program Studi Manajemen Program Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

endiwiyono100@gmail.com*, dosen01877@unpam.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada produk sterintech jenis bowie & dick test pack yang dipasarkan oleh cv akari putra scientific di bekasi. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin, sehingga diperoleh sebanyak 128 responden. Analisis data dilakukan melalui serangkaian uji, yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, koefisien korelasi, koefisien determinasi, serta uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 19,7%. Hal ini diperkuat oleh hasil uji hipotesis yang menunjukkan t hitung lebih besar daripada t tabel ($5,564 > 1,675$). Sementara itu, kualitas produk juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 16,0% dan hasil uji hipotesis t hitung $>$ t tabel ($4,896 > 1,675$). Secara simultan, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan persamaan regresi $y = 12,878 + 0,323x_1 + 0,382x_2$. Nilai koefisien determinasi sebesar 31,0% menunjukkan bahwa variabel tersebut menjelaskan sebagian besar variasi loyalitas pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 69% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan kualitas pelayanan dan produk untuk memperkuat loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan; Kualitas Produk; Loyalitas Pelanggan.

1. Latar Belakang

Sejarah alat kesehatan di Indonesia dimulai pada era kolonial dengan adanya unit produksi kecil yang membuat salep dan kasa, kemudian berkembang menjadi industri yang lebih besar seiring dengan kemajuan teknologi, seperti penggunaan serat optik untuk *endoskopi* dan *ultrasonografi* (USG) pada tahun 1970-an dan 1980-an. Saat ini, industri alat kesehatan dalam negeri terus berkembang, namun masih menghadapi tantangan karena sebagian besar alat kesehatan di Indonesia masih impor, mendorong pemerintah untuk memperkuat produksi dalam negeri dan menerapkan teknologi canggih seperti AI dan robotika. Indonesia, sebagai negara dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia, telah mengalami banyak perubahan signifikan dalam bidang kesehatan selama beberapa dekade terakhir. Salah satu aspek penting dari kemajuan tersebut adalah pengembangan dan penggunaan alat kesehatan yang lebih canggih dan inovatif. Alat kesehatan memiliki peran krusial dalam diagnosis, pengobatan, dan pemantauan kondisi medis, sehingga penggunaan teknologi medis yang mutakhir dapat memberikan dampak positif bagi kesehatan dan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Alat kesehatan (*alkes*) merupakan komponen penting dalam pelayanan kesehatan di samping obat. Alat kesehatan berfungsi mendiagnosis dan meringankan penyakit serta mempertahankan bahkan meningkatkan kesehatan. Di samping fungsi sosialnya, alat kesehatan juga memiliki fungsi ekonomi, yakni alat kesehatan menjadi komoditas yang memiliki nilai menjanjikan terutama di ASEAN, khususnya Indonesia. Perkembangan teknologi kesehatan di Indonesia telah mengalami peningkatan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Pemerintah dan industri kesehatan berupaya untuk menghadirkan teknologi medis terkini guna meningkatkan pelayanan medis dan mengurangi tingkat kematian serta tingkat penyakit yang dapat dicegah. Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan perhatian yang lebih besar terhadap sektor kesehatan, Indonesia semakin mampu mengakses dan mengadopsi teknologi kesehatan terbaru dari negara-negara maju. Berbagai alat kesehatan modern, mulai dari perangkat diagnostik seperti *MRI* (*Magnetic Resonance Imaging*) dan *CT* (*Computed Tomography*) scan hingga peralatan operasi dan instrumen medis, telah menjadi bagian integral dari rumah sakit dan fasilitas medis di Indonesia. Kemajuan ini telah memungkinkan para

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk Sterintech Jenis Bowie & Dick Test Pack CV Akari Putra Scientific di Bekasi

profesional medis untuk mendiagnosis kondisi dengan lebih tepat dan memberikan pengobatan yang lebih efektif kepada pasien. Selain itu, alat-alat pemantauan kesehatan seperti monitor jantung, alat cek gula darah, tekanan darah, dan lainnya semakin mudah diakses oleh masyarakat luas. Hal ini memungkinkan individu untuk memantau kondisi kesehatan mereka secara mandiri dan mengambil langkah-langkah pencegahan yang lebih baik. Alat kesehatan terdiri dari berbagai macam jenis diantaranya alat kesehatan elektromedik, non elektromedik, dan diagnosis in vitro. Alat kesehatan elektromedik adalah alat medis yang sistem kerjanya menggunakan prinsip elektronik, atau mengandung unsur kelistrikan. Sedangkan alat kesehatan non elektromedik adalah alat medis yang tidak berhubungan dengan listrik atau elektronik. *Diagnostik in vitro* (IVD) adalah uji yang dilakukan pada sampel tubuh manusia untuk mendeteksi penyakit, kondisi, atau infeksi. Istilah *in vitro* berasal dari bahasa Latin yang berarti "di dalam gelas".

Diagnostik in vitro dapat dilakukan pada sampel seperti darah, urin, atau air liur. CV Akari Putra Scientific adalah salah satu Perusahaan yang bergerak di bidang *Microbiology, Sterilization, Chemicals, Glassware, Service & Laboratory Supply (General Lab)* Perusahaan kami berkomitmen untuk memprioritaskan kejujuran dalam pelayanan terbaik kepada pelanggan, harga terbaik, dan penjualan yang menyakinkan

Perusahaan kami didirikan dengan tujuan memberikan kualitas pelayanan yang maksimal terhadap seluruh customernya dengan kualitas produk yang diinginkan dan harga yang kompetitif sehingga akan membentuk konsumen yang loyal. Perusahaan kami melayani segala kebutuhan laboratorium anda dengan berbagai merek dan kualitas yg terbaik

Melayani segala perlengkapan laboratorium seperti *Microbiology, chemicals, glassware, service & laboratory supply (General Lab)*. Perusahaan kami menyediakan jasa perbaikan alat - alat laboratorium dan alat medis baik yg di supply CV Akari Putra Scientific sendiri maupun oleh pihak lain serta teknisi yang berpengalaman terampil dan ahli sesuai dengan bidang keahliannya masing - masing. salah satu produk unggulan yg kami pasarkan diberi nama Brand "STERINTECH".

Dalam usaha untuk mempertahankan para pelanggannya, salah satu caranya adalah dengan memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas kepada pelanggannya. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan maka diharapkan pelanggan semakin puas dan semakin besar pula keinginan untuk datang dan kembali untuk melakukan pembelian

Memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan dapat menciptakan perasaan puas dari pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan dan kualitas produk, semakin tinggi pula minat daya beli pelanggan. Produk yang berkualitas tinggi dapat membantu perusahaan untuk menarik konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, dan merebut pangsa pasar. Konsumen yang loyal akan terus membeli produk atau merek yang sama, meskipun ada alternatif lain. Loyalitas adalah kepatuhan, kesetiaan, atau komitmen yang kuat terhadap individu, kelompok, organisasi, atau prinsip tertentu. Ini mencakup sikap positif, kepercayaan, dan keinginan untuk terus mendukung, bahkan dalam masa sulit

Sehingga CV Akari Putra Scientific berusaha menjaga kualitas pelayanan yang baik dan kualitas produk yang terjaga sehingga konsumen merasa puas dan loyal terhadap produk-produk yang kami tawarkan. Di industri farmasi saat ini terutama dibidang alat Kesehatan, setiap instansi memerlukan standar dalam sterilisasi. Salah satu produk unggulan dari CV Akari Putra Scientific adalah STERINTECH jenis Bowie & Dick Test pack dengan keunggulan kualitas pelayanan yang baik dan kualitas produk yang baik sehingga banyak konsumen yang memilih menggunakan merek tersebut dalam proses sterilisasi. Ini di dibuktikan dengan data sales penjualan CV Akari Putra Scientific dari bulan April 2020 sampai Juni 2024 mengalami kenaikan yang signifikan dari target penjualan CV Akari Putra Scientific per bulan

Tabel 1.1. Data Penjualan CV Akari Putra Scientific Januari - Desember (2020 - 2024)

TAHUN	TARGET (RP)	AKTUAL (RP)	PRESENTASE	KETERANGAN
2020	725,000,000	487,200,000	67%	TIDAK TERCAPAI
2021	1,087,500,000	1,180,300,000	109%	TERCAPAI

2022	1,450,000,000	633,650,000	44%	TIDAK TERCAPAI
2023	2,175,000,000	864,200,000	40%	TIDAK TERCAPAI
2024	2,610,000,000	990,350,000	38%	TIDAK TERCAPAI

Harga Rp.1.450.000/bok

Sumber: Data Penjualan CV Akari Putra Scientific

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas menunjukkan penjualan berfluktuasi karena,pada tahun 2020 pencapaian penjualan mencapai Rp. 287.200.000 penjualan di tahun 2021 mengalami kenaikan penjualan sebesar Rp.1.180.300.000 kenaikan ini di sebabkan karena pelanggan yang sudah membeli merasa puas dengan kualitas produk bowie&dick test pack dan merekomendasikan produk tersebut ke konsumen lain.penjualan di tahun 2022 sebesar Rp.633.650.000 mengalami penurunan dikarenakan pandemi covid-19 membuat Sebagian besar aktivitas di batasi.penjualan di tahun 2023 sebesar Rp.864.200.000 mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya akan tetapi belum mencapai penjualan yang sama di tahun 2021 karena banyaknya competitor yang muncul di persaingan bisnis dalam menjual indicator test pack sterilisasi. penjualan di tahun 2024 sebesar Rp.990.350.000 mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya dikarenakan pelanggan merasa puas dengan produk dan layanan yang di berikan oleh CV Akari Putra Scientific sehingga konsumen Kembali membeli produk dalam jumlah yang lebih banyak. Kondisi ini menjelaskan bahwa data penjualan CV Akari Putra Scientific mengalami kenaikan dan penurunan yang tidak stabil, yakni adanya penurunan penjualan yang drastis. Melihat kondisi tersebut, pada saat ini perusahaan berusaha memberikan kualitas produk yang baik untuk menarik hati pelanggan. Kondisi ini menjelaskan bahwa data penjualan CV Akari Putra Scientific mengalami kenaikan dan penurunan yang tidak stabil, yakni adanya penurunan penjualan yang drastis. Melihat kondisi tersebut, pada saat ini perusahaan berusaha memberikan kualitas produk yang baik untuk menarik hati pelanggan. Adapun yang menyebabkan pelanggan mengalami penurunan antara lain yaitu masalah kualitas pelayanan yang kurang baik, dengan adanya keterlambatan mengatasi complain pelanggan. Menurut Subagio (2018:138) “Pelanggan yang loyal terhadap sebuah produk ataupun merek juga akan memiliki kemauan untuk merekomendasikanya kepada orang lain”. Loyalitas pelanggan lebih mengacu pada perilaku unit pengambilan keputusan untuk terus membeli barang atau jasa dari perusahaan yang dipilih

Dengan demikian perusahaan dituntut untuk memberikan kualitas produk yang sesuai agar pelanggan merasa puas dengan produk yang mereka beli dan diharapkan pada akhirnya akan berdampak terhadap peningkatan penjualan produk pada CV Akari Putra Scientific. Hal ini dapat dilihat dari jumlah data penjualan CV Akari Putra Scientific periode 2020-2024:

Tabel 1.2. Data Unit Penjualan CV Akari Putra Scientific Januari - Desember (2020 - 2024)

BULAN	CV AKARI PUTRA SCIENTIFIC				
	2020	2021	2022	2023	2024
JANUARI	14	43	25	36	40
FEB	43	77	41	42	53
MAR	37	68	39	56	72
APRIL	46	65	46	68	58
MEI	22	82	25	43	32
JUNI	29	67	56	48	57
JULI	14	45	34	32	60
AGUSTUS	23	63	52	62	61
SEPT	32	59	27	72	62
OKT	28	79	32	54	73
NOV	31	84	29	51	74
DES	17	82	31	32	41
TOT	336	814	437	596	683

CHANNEL	2020	2021	2022	2023	2024
PABRIK	164	445	198	281	396
RUMAH SAKIT	172	369	239	315	287
TOT	336	814	437	596	683

Sumber: Data Unit Penjualan CV Akari Putra Scientific

Dengan melihat tabel 1.2 diatas, jumlah data unit penjualan dari CV Akari Putra Scientific dalam satuan box pada tahun 2020-2024 mengalami penurunan serta peningkatan atau fluktuasi dalam beberapa tahun terakhir ini. Pada tahun 2021 mengalami kenaikan jumlah yang cukup tinggi yaitu 814 box. Dengan demikian, pihak perusahaan harus dapat memberikan keyakinan kepada pelanggan agar kembali melakukan pembelian dengan mengevaluasi bagaimana kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan CV Akari Putra Scientific, yang bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan untuk ke depannya.

Dengan banyaknya produk yang ditawarkan dan kualitas produk yang sangat baik sama seperti produk CV Akari Putra Scientific, maka perusahaan mengupayakan keunggulan produknya. Menurut Kotler dan Amstrong (2018:261), kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan baik yang dinyatakan secara langsung maupun tersirat. Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh CV Akari Putra Scientific dalam konteks ini maka Akari Putra Scientific memberikan perhatian lebihnya terhadap kualitas produk yang diberikan kepada pelanggan. Adanya hubungan timbal balik antara usaha tersebut dengan konsumen akan memberikan peluang untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan harapan yang ada pada persepsi konsumen.

Berikut ini adalah data hasil pra-survey mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk STERINTECH JENIS BOWIE & DICK TEST PACK CV Akari Putra Scientific di Bekasi :

Tabel 1. 3. Hasil Pra-Survey Kualitas Pelayanan Pada CV Akari Putra Scientific di Bekasi

No.	Indikator Kualitas Pelayanan	Pernyataan	Jawaban		Jumlah Responden
			IYA	TIDAK	
1.	Bukti fisik (<i>tangibles</i>)	Karyawan CV Akari Putra Scientific melayani pelanggan dengan ramah dan sopan.	65%	35%	30
2.	Kehandalan (<i>reliability</i>)	Karyawan CV Akari Putra Scientific mampu memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan kepada pelanggan.	60%	40%	30
3.	Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)	Karyawan cepat dan tanggap dalam membantu kebutuhan pelanggan.	58%	42%	30
4.	Empati (<i>empathy</i>)	Karyawan memiliki pengetahuan yang baik sehingga mampu memberikan informasi produk dengan jelas kepada pelanggan.	63%	37%	30
5.	Jaminan (<i>assurance</i>)	Karyawan memberikan perhatian dan pelayanan yang baik kepada setiap pelanggan.	67%	33%	30

Sumber: Hasil Pra-Survey 2026

Berdasarkan hasil pra survei terhadap 30 responden mengenai kualitas pelayanan pada CV Akari Putra Scientific, dapat diketahui bahwa sebagian responden menyatakan pelayanan yang diberikan sudah cukup baik. Namun masih terdapat beberapa responden yang menyatakan tidak setuju pada beberapa indikator seperti keandalan dan daya tanggap karyawan dalam melayani pelanggan seperti respon tidak cepat tanggap ketika mendapatkan keluhan dari konsumen karena barang yang di terima tidak sesuai jumlahnya dengan yang di pesan, barang yang di terima dalam kondisi kurang baik seperti agak penyok dan agak kotor. dalam hal indikator keandalan terdapat beberapa keluhan seperti pengiriman yang tidak tepat waktu. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan masih perlu ditingkatkan agar dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan kepada perusahaan. Selain itu, kualitas produk juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi Loyalitas pelanggan, sehingga perusahaan perlu menjaga dan meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan agar dapat memenuhi harapan pelanggan. Berikut adalah hasil pra survei pada kualitas produk CV Akari Putra Scientific di Bekasi:

Tabel 1. 4. Hasil Pra-Survey Kualitas Produk Pada CV Akari Putra Scientific di Bekasi

No.	Indikator Kualitas Produk	Pernyataan	Jawaban		Jumlah Responden
			IYA	TIDAK	
1.	Bentuk (<i>Form</i>)	Produk Sterintech jenis Bowie dan Dick Test Pack memiliki bentuk yang rapih dan mudah digunakan	65%	35%	30
2.	Fitur (<i>Feature</i>)	Produk ini memiliki fitur yang lengkap sesuai dengan kebutuhan uji sterilisasi	60%	40%	30
3.	Kualitas kinerja (<i>Performance Quality</i>)	Produk berfungsi sesuai standar mutu yang ditetapkan oleh perusahaan	58%	42%	30
4.	Kualitas kesesuaian (<i>Conformance Quality</i>)	Produk Sterintech Bowie dan Dick Test Pack telah sesuai dengan standar mutu yang ditetapkan perusahaan	63%	37%	30
5.	Daya tahan (<i>Durability</i>)	Produk memiliki ketahanan yang baik selama proses penyimpanan dan penggunaan	67%	33%	30
6.	Keandalan (<i>Reliability</i>)	Produk memberikan hasil uji yang konsisten dan akurat	66%	34%	30
7.	Perbaikan (<i>Repairability</i>)	Produk mudah diganti atau diperbaiki jika terdapat kerusakan atau ketidaksesuaian	62%	38%	30
8.	Gaya (<i>Style</i>)	Desain dan kemasan produk menarik serta mudah dikenali	63%	37%	30
9.	Kustomisasi (<i>Customization</i>)	Produk dapat disesuaikan dengan kebutuhan atau permintaan pelanggan tertentu	60%	40%	30

Sumber: Hasil Pra-Survey 2026

Berdasarkan hasil pra survei terhadap 30 responden mengenai kualitas produk pada CV Akari Putra Scientific, diketahui bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa produk yang dijual memiliki kualitas yang cukup baik. Namun masih terdapat beberapa responden yang menyatakan tidak setuju terutama pada indikator daya tahan dan fitur produk. keluhan pada indikator daya tahan adalah waktu yang diperlukan dengan suhu panas yang di tetapkan harus sesuai agar indikator bekerja dengan baik. jika waktu dan suhu kurang dari yang di tetapkan maka indikator tidak bekerja dengan maksimal. tidak seperti indikator lain yang bisa bekerja dengan baik dengan waktu dan suhu panas yang lebih toleransi. untuk indikator fitur terdapat keluhan yaitu perubahan warna indikator dari ungu ke pink yang dirasa kurang bisa diterima dibandingkan dengan kompetitor lain yaitu perubahan warna indikator biru/ungu ke hitam. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk masih perlu ditingkatkan agar dapat

memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan secara lebih optimal. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang ditawarkan oleh CV Akari Putra Scientific masih perlu meningkatkan mengenai diferensiasi produk agar dapat memenuhi harapan pelanggan secara lebih optimal. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu melakukan evaluasi dan peningkatan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang ditawarkan agar dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan. Kualitas yang baik, baik pelayanan maupun produk, cenderung meningkatkan loyalitas. Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan untuk kembali berbelanja atau menggunakan layanan dari perusahaan tertentu, bahkan ketika ada pesaing lain yang menawarkan produk atau layanan serupa. Ini dikuatkan dengan teori dari Kotler & Keller “menyatakan bahwa semakin bagus kualitas produk yang dihasilkan maka akan semakin tinggi yang didapatkan dan semakin banyak pelanggan akan menggunakan produk yang ditawarkan.” Berdasarkan teori tersebut, penulis melakukan pra survei mengenai loyalitas pelanggan di CV Akari Putra Scientific:

Tabel 1. 5. Hasil Pra-Survey Loyalitas Pelanggan Pada CV Akari Putra Scientific di Bekasi

No.	Indikator Loyalitas Pelanggan	Pernyataan	Jawaban		Jumlah Responden
			IYA	TIDAK	
1.	Nilai merek (<i>brand value</i>)	Pelayanan yang diberikan CV Akari Putra Scientific sudah sesuai dengan harapan pelanggan.	65%	35%	30
2.	Karakteristik pelanggan (<i>customer characteristics</i>)	Produk Sterintech memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari produk pesaing	60%	40%	30
3.	Hambatan berpindah (<i>switching barrier</i>)	Apakah Anda berniat untuk terus menggunakan produk Bowie & Dick Test Pack dari CV Akari Putra Scientific di masa mendatang?	58%	42%	30
4.	Kepuasan konsumen (<i>customer satisfaction</i>)	Apakah Anda akan merekomendasikan produk ini kepada rekan/instansi lain?	63%	37%	30
5.	Hambatan berpindah (<i>switching barrier</i>)	Apakah Anda cenderung memilih produk ini dibandingkan produk serupa dari merek lain?	67%	33%	30

Sumber: hasil Pra survei 2026

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju pada setiap indikator loyalitas pelanggan, seperti nilai merek sebesar 65%, karakteristik pelanggan 60%, hambatan berpindah 58% dan 67%, serta kepuasan konsumen sebesar 63%. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan terhadap produk Sterintech Bowie & Dick Test Pack dari CV Akari Putra Scientific cukup baik. Namun masih terdapat beberapa responden yang menyatakan tidak setuju, sehingga perusahaan perlu meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk agar loyalitas pelanggan dapat terus meningkat

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yang artinya penelitian dilakukan berlandaskan dengan teori yang telah ada, dan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat digunakan analisis statistik

Menurut Sugiyono (2017:8) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi adat sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan

instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan

3. Hasil dan Diskusi

Uji Validitas Instrumen

Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

No	Kuesioner	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Fasilitas dan peralatan di CV Akari Putra Scientific terlihat lengkap dan dalam kondisi baik.	0.695	0.174	Valid
2	Penampilan karyawan CV Akari Putra Scientific rapi dan profesional	0.747	0.174	Valid
3	CV Akari Putra Scientific memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan.	0.725	0.174	Valid
4	Pesanan atau permintaan pelanggan diproses dengan tepat dan tanpa kesalahan.	0.698	0.174	Valid
5	Karyawan CV Akari Putra Scientific cepat merespon pertanyaan atau permintaan pelanggan.	0.707	0.174	Valid
6	Karyawan sigap membantu pelanggan ketika dibutuhkan.	0.711	0.174	Valid
7	Karyawan CV Akari Putra Scientific memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan.	0.585	0.174	Valid
8	Karyawan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan baik.	0.725	0.174	Valid
9	Karyawan memiliki pengetahuan yang baik tentang produk yang ditawarkan.	0.580	0.174	Valid
10	Pelanggan merasa aman dan percaya terhadap pelayanan yang diberikan CV Akari Putra Scientific	0.684	0.174	Valid

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan data pada tabel di atas, semua butir kuesioner pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) diperoleh nilai r hitung $>$ r tabel (0.174), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian

Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2)

No	Kuesioner	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Produk Sterintech jenis Bowie dan Dick Test Pack memiliki bentuk yang rapih dan mudah digunakan	0.381	0.174	Valid
2	Produk ini memiliki fitur yang lengkap sesuai dengan kebutuhan uji sterilisasi	0.310	0.174	Valid
3	Produk berfungsi sesuai standar mutu yang ditetapkan oleh perusahaan	0.475	0.174	Valid
4	Produk Sterintech Bowie dan Dick Test Pack telah sesuai dengan standar mutu yang ditetapkan perusahaan	0.496	0.174	Valid
5	Produk memiliki ketahanan yang baik selama proses penyimpanan dan penggunaan	0.707	0.174	Valid
6	Produk memberikan hasil uji yang konsisten dan akurat	0.507	0.174	Valid
7	Bahan produk tidak mudah rusak atau berubah kualitas selama digunakan	0.311	0.174	Valid
8	Produk mudah diganti atau diperbaiki jika terdapat kerusakan atau ketidak sesuaian	0.579	0.174	Valid

9	Desain dan kemasan produk menarik serta mudah dikenali	0.303	0.174	Valid
10	Produk dapat disesuaikan dengan kebutuhan atau permintaan anggaran tertentu	0.277	0.174	Valid

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan data pada tabel di atas, semua butir kuesioner pada Variabel Kualitas Produk (X2) diperoleh nilai r hitung > r tabel (0.174), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian

Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

No	Kuesioner	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Saya memilih produk Sterintech jenis Bowie dan Dick Test Pack karena mereknya memiliki reputasi yang baik	0.660	0.174	Valid
2	Saya percaya bahwa produk Sterintech jenis Bowie dan Dick Test Pack memberikan nilai yang sepadan dengan harga yang saya bayarkan	0.614	0.174	Valid
3	Produk Sterintech memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari produk pesaing	0.666	0.174	Valid
4	Saya merasa produk sterintech mudah dikenali karena ciri khasnya yang konsisten	0.603	0.174	Valid
5	Saya tidak tertarik berpindah ke jenis lain karena sudah cocok dengan produk Sterintech jenis Bowie dan Dick Test Pack	0.715	0.174	Valid
6	Biaya dan risiko untuk beralih ke produk lain terlalu tinggi dibanding dengan menggunakan Sterintech jenis Bowie dan Dick Test Pack	0.556	0.174	Valid
7	Saya puas terhadap kualitas dan hasil uji yang diberikan oleh produk Sterintech jenis Bowie dan Dick Test Pack	0.440	0.174	Valid
8	Saya akan terus membeli produk Sterintech di CV Akari Putra karena merasa puas dengan pelayanannya	0.625	0.174	Valid
9	Meskipun banyak produk sejenis di pasaran, saya tetap memilih Sterintech jenis Bowie dan Dick Test Pack sebagai pilihan utama	0.442	0.174	Valid
10	Persaingan dengan produk lain tidak mengubah keinginan saya untuk tetap menggunakan Sterintech jenis Bowie dan Dick Test Pack.	0.449	0.174	Valid

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan data pada tabel di atas, semua butir kuesioner pada variabel Loyalitas Pelanggan (Y) diperoleh nilai r hitung > r tabel (0.147), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian

Uji Reliabilitas Instrumen

Tabel 4.12. Hasil Uji Reliabilitas

Kualitas Pelayanan (X1)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.915	10

Kualitas Produk (X2)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.771	10

Loyalitas Pelanggan (Y)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.866	10

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, menunjukkan bahwa variabel, Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,915 dan Kualitas Produk (X2) sebesar 0,771 dan Loyalitas Pelanggan (Y) diperoleh nilai *cronbach alpha* 0,866 semuanya dinyatakan reliabel, hal itu dibuktikan dengan masing-masing variabel memiliki nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60

Uji Normalitas

Tabel 4.13. Hasil Uji Normalitas Dengan *Kolmogorov-Smirnov Test*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		128
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.28725950
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.056
	Negative	-.051
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data diolah 2025

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai signifikansi 0,200 > 0,050. Dengan demikian maka asumsi distribusi persamaan pada uji ini adalah normal

Uji Multikolinearitas

Tabel 4.14. Hasil Pengujian Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a			t	Sig.	Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.878	3.423		3.763	.000		
	Kualitas Pelayanan	.323	.062	.392	5.212	.000	.976	1.024
	Kualitas Produk	.382	.085	.340	4.517	.000	.976	1.024

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan
 Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas pada tabel di atas, diperoleh nilai tolerance variabel Kualitas Pelayanan 0.976 dan Kualitas produk sebesar 0,976 nilai tersebut kurang dari 1, dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) variabel Kualitas Pelayanan sebesar 1,024 dan variabel Kualitas produk sebesar 1,024 nilai tersebut kurang dari 10. Dengan demikian model regresi ini dinyatakan tidak ada gangguan multikolinearitas

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.16. Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Uji Glejser

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta		
	(Constant)	7.126	2.169		3.285	.001
	Kualitas Pelayanan	-.051	.039	-.116	-1.296	.197
	Kualitas Produk	-.036	.054	-.060	-.666	.506

a. Dependent Variable: Abs_Res
 Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, glejser test model pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,197 dan Kualitas Produk (X2) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,506 dimana keduanya nilai signifikansi (Sig.) > 0,05. Dengan demikian *regression model* pada data ini tidak ada gangguan heteroskedastisitas, sehingga model regresi ini layak dipakai sebagai data penelitian

Analisis Regresi Linier

Tabel 4.19. Hasil Uji Regresi Linier Berganda Variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta		
1	(Constant)	12.878	3.423		3.763	.000
	Kualitas Pelayanan	.323	.062	.392	5.212	.000
	Kualitas Produk	.382	.085	.340	4.517	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan
 Sumber : Data diolah 2025

persamaan regresi $Y = 12,878 + 0,323X_1 + 0,382X_2$. Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 12,878 diartikan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) tidak dipertimbangkan atau bernilai nol, maka Loyalitas Pelanggan (Y) akan bernilai sebesar 12,878 poin
2. Nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar 0,323 bertanda positif, hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel Kualitas Pelayanan (X_1) akan mengakibatkan terjadinya peningkatan pada Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 0,323 poin
3. Nilai koefisien regresi Kualitas Produk (X_2) sebesar 0,382 bertanda positif, hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel Kualitas Produk (X_2) akan mengakibatkan terjadinya peningkatan pada Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 0,382 poin

Analisis Koefisien Korelasi (r)

Tabel 4.23. Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Simultan Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.557 ^a	.310	.299	5.329

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,557 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,400 s/d 0,599 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang Sedang

Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 4.26. Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Simultan Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.557 ^a	.310	.299	5.329

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Data diolah 2025

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,310 maka dapat disimpulkan bahwa Kontribusi Variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap variabel Loyalitas Pelanggan sebesar 31,0% sedangkan sisanya sebesar $(100-31,0\%) = 69\%$ dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Tabel 4.23. Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24.409	2.449		9.966	.000
	Kualitas Pelayanan	.366	.066	.444	5.564	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan
 Sumber : Data diolah 2025

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(5,564 > 1,657)$ Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi $< 0,050$ atau $(0,000 < 0,050)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Tabel 4.24. Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Kualitas Produk (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.324	3.191		6.996	.000
	Kualitas Produk	.450	.092	.400	4.897	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan
 Sumber : Data diolah 2025

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(4,896 > 1,657)$ Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi $< 0,050$ atau $(0,000 < 0,050)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Tabel 4.25. Hasil Uji Hipotesis (Uji F) Secara Simultan Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Model		ANOVA ^a				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1594.193	2	797.096	28.064	.000 ^b
	Residual	3550.299	125	28.402		
	Total	5144.492	127			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan
 b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan
 Sumber : Data diolah 2025

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(28,064 > 3,070)$, hal ini juga diperkuat dengan signifikansi $< 0,050$ atau $(0,000 < 0,050)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

4. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, dan dari hasil analisis serta pembahasan mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk STERINTECH JENIS BOWIE & DICK TEST PACK CV Akari Putra Scientific di Bekasi maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut: 1). Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan persamaan regresi $Y = 24,409 + 0,366X_1$, Nilai Koefisien determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,197 atau sebesar 19,7% sedangkan sisanya sebesar 80,3% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel atau $(5,564 > 1,675)$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan, 2). Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan persamaan regresi $Y = 22,324 + 0,450X_1$, Nilai Koefisien determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,160 atau sebesar 16,0% sedangkan sisanya sebesar 84% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel atau $(4,896 > 1,675)$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_2 diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan, 3). Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan persamaan regresi $Y = 12,878 + 0,323X_1 + 0,382X_2$, Nilai Koefisien determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,310 atau sebesar 31,0% sedangkan sisanya sebesar 69% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai F hitung $> F$ tabel atau $(28,064 > 3,070)$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_3 diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan

Referensi

1. Alma, B. (2017.) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta
2. Ahmad. 2020. *Manajemen Mutu Terpadu*. CV Nas Media Pustaka: makasar.
3. Arikunto, S. 2019. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta: Jakarta.
4. Assauri, S. 2021. *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo: Jakarta.
5. Darmawan, Deni. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
6. Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Edisi 17*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
7. Assauri, S. 2021. *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo: Jakarta.
8. Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Edisi 17*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
9. Hery. 2019. *Manajemen Pemasaran*. PT Gramedia: Jakarta.
10. Kasmir (2018). *Manajemen sumber daya manusia (teori dan praktik)*. Depok : PT. Raja Grafindo Persada
11. Kotler, et al 2018. *Strategic Brand Management; Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Fourth Edition Harlow. English: Pearson Education Inc.*
12. Kotler, Philip. 2021. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*, Jakarta: LPFE-UI.
13. Mubarak, N. (2017). *Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista*. I-Economic, 3(1), 80.
14. Randi (2018). *Teori penelitian terdahulu*. Jakarta : Erlangga
15. Tjiptono. F. 2015. *Brand Management & Strategy*. Andi: Yogyakarta.
16. Mohammad Johan Efendi, Devi Iriandha Widyastuti. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Usaha Cuci Mobil "Salem" Desa Sumokembangsri Kecamatan Balongbendi Kabupaten Sidoarjo)* : Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia Volume 02, Nomor 03, Bulan Juni 2019
17. Desy Permatasari , Tri Harsini Wahyuningsih. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Richeese Factory Cabang Sudirman Yogyakarta* . *journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb ISSN 2721-3102 (Online)* . Vol 1, No 1 (2020): April / 99-114
18. Fahmi Firdaus Ruffliansah , Agus Hermani Daryanto Seno. (2020). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi pada Konsumen Rainbow Creative Semarang)* . Departemen Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro, Indonesia . *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. IX, No. IV*
19. Eva Agustina S1 Manajemen , Darwin Lie, Marisi Butarbutar, Nana Triapnita Nainggolan. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PERCETAKAN ANEKA JAYA PEMATANGSIANTAR*. *Jurnal Manajemen ISSN : 2502-4434 Vol. 5, No. 1, JUNI 2019*
20. Gracia Florentina Pulumbara , Fitriani Latief , Bahrul Ulum Ilham. (2023) . *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MINUMAN JR TEA* . *jurnal akuntansi dan manajemen Volume 1 no. 1. Maret 2023, Hal 76 – 79 ISSN: XXXX-XXXX*
21. MALIKATUS SHOLIHAH TRI BODROASTUTILITA APRIANI RUSTIAN. (2022). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Tempe*. *Jurnal Ilmiah Aset, September 2022, hal. 121-131 Vol. 24 No. 2 p-ISSN 1693-928X e-ISSN 2685-9629 DOI: <https://doi.org/10.37470/1.24.2.206>*
22. Mey Enggane Limbongan , Gidion Panggeso. (2020). *Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Alfirah Meubel, Batupapan*. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Terapan (JESIT) – Vol. 1 No. 1 (Desember 2020) e-ISSN: 2775-5495 hal. 37-50*
23. Rina Sukmawati. (2018). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GARDEN CAFE KOPERASI MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA*. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi, Volume 7, Nomor 2, Tahun 2018*
24. Ranata Silvia , Rully Arifiansyah. (2023). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI CILLO COFFEE*. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Bangsa Volume 3 Nomor 2 Juli 2023 DOI Issue : 10.46306/vls.v3i2*

25. L. P. Dea Alvionita Sari1 , N. M. Dwi Ariani Mayasari2 . (2022). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOKO GROSIR TIRTA YASA KECAMATAN BANJAR*. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 4 No. 1, Bulan April Tahun 2022 P-ISSN: 2685-5526
26. Ely. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
27. Putri Nilam kencana , Nur Rachmah Wahidah . (2024).*PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO BUSANA MUSLIM PREVIEW CABANG ITC DEPOK*.*JURNAL ILMAN (JURNAL ILMU MANAJEMEN)* Vol. 12 No. 1 (2024): Februari . DOI Issue : <https://doi.org/10.35126/ilman.v12i1>
28. Putri Nilam Kencana , Windy Gustia Wardani . (2025) *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI KONSUMEN PADA ALFAMART UBM TOWER ALAM SUTERA TANGERANG CABANG BALARAJA* . *Jurnal ILMAN (Jurnal Ilmu Manajemen)*, 13(2), 57-63. DOI : <https://doi.org/10.35126/ilman.v13i2.855> . Issue : *Vol. 13 No. 2 (2025): Juni*
29. Putri Nilam Kencana , Kasdiyo Kasdiyo .(2020)*PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PENGGUNA JASA SERVICE DI DEALER HONDA WAHANA CIPUTAT* . *Jurnal MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 26-37. DOI Issue : <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.106> Vol 4 No 1: Juni 2020