

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS
DIMEDIASI KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Pada Konsumen Zulpah Batik Tulis Tanjung Bumi)**

Ana Mustafidah

(Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas PGRI Kanjuruhan Malang)
e-mail: anamustafidah24@gmail.com

Rusno

Rita Indah Mustikowati

(Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas PGRI Kanjuruhan Malang)

Abstrak: Penelitian ini bermaksud untuk menganalisis dampak dari kualitas produk yang menyebabkan loyalitas dimediasi kepuasan konsumen. Penelitian ini dilaksanakan dengan pendekatan kuantitatif, sumber data menggunakan data primer serta sampel yang didapatkan didasarkan pada teknik *accidental sampling* sehingga mendapatkan sampel yang berjumlah 114 responden. Analisis menggunakan metode *path analysis/analisis jalur*. Menurut penjabaran diatas membuktikan variabel kualitas produk berdampak pada loyalitas, variabel kualitas produk berdampak pada kepuasan konsumen, kepuasan konsumen berdampak pada loyalitas, variabel kepuasan konsumen sanggup memediasi pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas secara parsial.

Kata kunci – Kualitas Produk, Loyalitas, Kepuasan Konsumen.

PENDAHULUAN

Batik bagian dari identitas Nasional Indonesia dan disahkan UNESCO tanggal 2 Oktober 2009 menjadi Warisan Kemanusiaan Budaya Lisan dan Nonbendawi, dikarenakan batik memiliki filosofi yang tinggi dengan corak yang berbentuk tumbuhan dan hewan yang ditangkap dari *stilisasi* kondisi lingkungan atau bumi (Setiati, 2007). Seiring berjalannya waktu penyebaran batik tulis Tanjung Bumi semakin pesat dan menempati urutan pertama sebagai penyebaran pengrajin batik atau pemilik UMKM batik terbanyak di Kabupaten Bangkalan (Pradhana, 2018). Semakin banyaknya produsen atau UMKM batik di Tanjung Bumi hal ini menjadi suatu tantangan bagi Zulpah Batik untuk menjaga loyalitas konsumen terhadap produk batik di Zulpah Batik Tanjung Bumi. Loyalitas pelanggan merupakan permintaan berturut-turut pada suatu merek secara teratur oleh pelanggan (Subagyo, 2010) yang mana loyalitas menjadi salah satu cara untuk mempertahankan keberlangsungan suatu bisnis. Pada loyalitas konsumen indikator diukur melalui; a) konsumen melakukan pembelian kembali, b), kegiatan konsumen memakai merek, c) senantiasa meminati merek tersebut, d) kerap menunjuk produk tersebut, e) percaya produk tersebut paling unggul, f) merekomendasikan produk kepada khalayak umum (Tjiptono, 2002). Menjaga loyalitas konsumen perlu didukung dengan kualitas produk seperti pada penelitian (Zins, 2001) menyatakan kualitas produk merupakan atribut yang sangat penting ketika penawaran inti adalah produk nyata, bahkan kualitas produk berkaitan dengan kepuasan konsumen sehingga hal ini perlu diperhatikan pada produk Zulpah Batik, indikator yang digunakan untuk menilai kualitas produk yakni: a) kinerja (*performance*), b) *features* (fitur), c) *reliability* (keandalan), d) kesesuaian dengan spesifikasi, e) daya tahan, f) *serviceability*, g) estetika, h) *perceived quality* (Tjiptono, 2016). (Hidayat, 2009) menyatakan kualitas produk mempengaruhi kepuasan

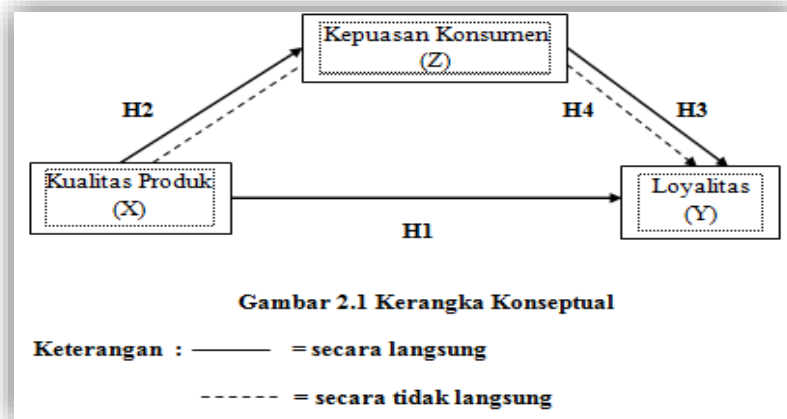
konsumen setelah melakukan transaksi dan penggunaan pada produk, dan kebutuhan konsumen dapat dicukupi jika kualitasnya layak, kepuasan tersebut diharapkan dapat memicu konsumen menjadi loyal terhadap Zulpah Batik. Kepuasan konsumen dipengaruhi beberapa faktor menurut (Lupiyoadi, 2008), yaitu; a) kualitas produk, b) kualitas pelayanan/jasa, c) emosi, d) harga, e) biaya. Kepuasan konsumen adalah reaksi puas atau kurang meminati konsumen terhadap suatu produk yang dihasilkan akibat menyamakan antara kinerja produk dengan harapan konsumen (Kotler, 2003). Dari penjabaran diatas kepuasan konsumen merupakan cara untuk mempertahankan loyalitas konsumen, memperlihatkan relasi yang kuat antara kualitas produk dan loyalitas diduga kualitas produk terhadap loyalitas dapat berpengaruh melalui kepuasan konsumen. Didukung pula dari hasil penelitian terdahulu yang mana hasil penelitiannya tidak konsisten, sehingga perlu dilakukan penelitian ulang pada objek yang berbeda

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Kotler dan Keller (2009) kepuasan adalah perasaan puas maupun kecewa akibat menilai hasil yang diperoleh dengan harapannya, ketika hasil tidak sesuai dengan yang diharapkan konsumen akan kecewa dan jika hasil menyanggupi harapan konsumen maka konsumen akan senang dan jika kinerja melampaui harapan konsumen, konsumen akan bahagia atau sangat senang. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen didapat jika produk mampu melebihi ekspektasi konsumen yang mana hal ini akan berdampak terhadap pemilik usaha karena ada kemungkinan konsumen yang memiliki pengalaman baik akan melakukan pembelian dimasa depan. Menurut Oliver (1996) loyalitas pelanggan didefinisikan keterikatan pembeli terhadap produk secara intensif demi melakukan pembelian lagi dan menjadi pelanggan setia terhadap merek tertentu. Dapat disimpulkan loyalitas ada rasa puas konsumen terhadap suatu produk yang ditandai dengan transaksi berulang kali dan setia terhadap produk tertentu serta hal ini menjadi salah satu media dalam melakukan relasi berkelanjutan antara konsumen dengan usaha Zulpah Batik karena konsumen tersebut akan mempromosikan produk kepada orang lain.

Tinjauan Empiris

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Budiarti (2021) Hasil riset yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Queenstreetstore”, Pirbadi (2014) Hasil riset berjudul “Pengaruh *Product Quality, Service Quality, Image* Terhadap *Loyalty* Melalui *Satisfaction* Pada Restoran Sunda Di Jakarta”, Putera (2018) Hasil riset berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen”, Dimiyati & Subagio (2016) Hasil riset yang berjudul “*Impact Of Service Quality, Price, and Brand on Loyalty With The Mediation Of Customer Satisfaction On Pos Ekspres In East Java*”, Grace *et.al* (2021) Hasil riset yang berjudul “*Product Quality And Customer Satisfaction And Their Effect On Customer Loyalty*”.



HIPOTESIS

Hubungan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas

Loyalitas ialah respon seseorang setelah mengadakan transaksi pada suatu produk, jika produk yang dibeli mempunyai mutu produk yang baik maka konsumen cenderung akan berbelanja produk kembali dimasa depan dan setia terhadap produk yang ditawarkan (Dewi & Budiarti, 2021)

H1 : “Ada pengaruh positif dan signifikan secara langsung kualitas produk terhadap loyalitas”

Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Elemen terpenting untuk menciptakan kepuasan konsumen dengan meningkatkan kualitas produk, dengan mutu yang baik maka tujuan dan harapan konsumen bisa terwujud. Untuk menciptakan kualitas yang baik perusahaan perlu mempertimbangan harapan dari konsumen (Pirbadi, 2014)

H2 : “Ada pengaruh positif dan signifikan secara langsung kualitas produk terhadap kepuasan konsumen”

Hubungan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas

Kepuasan konsumen memiliki pengaruh besar dalam keberlangsungan usaha, dengan menciptakan produk dengan kualitas baik membuat konsumen merasa senang terhadap produk sehingga mewujudkan loyalitas konsumen. Didukung oleh penelitian (Pratika & Tua, 2018) menyatakan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas serta penelitian (Dimyati & Subagio, 2016) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Penelitian (Musahab *et.al*, 2010) pada hasil penelitiannya menunjukkan kepuasan berpengaruh pada loyalitas

H3 : “Ada pengaruh positif dan signifikan secara langsung kepuasan konsumen terhadap loyalitas”

Hubungan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen

Ketika pemilik usaha memberikan kinerja produk dengan kualitas produk yang bagus dapat melampaui harapan konsumen, akan menyebabkan konsumen senang atau puas terhadap produk. Pengalaman yang bagus akan mengundang konsumen untuk melakukan transaksi kembali dilain waktu kegiatan ini akan membantu pemilik usaha mendapatkan hubungan yang positif dan jangka panjang yaitu loyalitas konsumen terhadap produk. Didukung penelitian (Putera, 2018) menyatakan Kepuasan konsumen mampu memediasi kepuasan konsumen pada kualitas produk terhadap loyalitas dengan baik.

H4 : “Ada pengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung kualitas produk terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen”

METODE

Metode yang dipakai pada riset ini yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif sebab sesuai dengantujuan riset. Populasi yang dipakai riset ini merupakan Konsumen telah melakukan beberapa kali pembelian di Zulpah Batik periode 2021. Penelitian ini menggunakan teknik *Accidental Sampling* sehingga didapat 114 responden yang akan digunakan sebagai sampel. Analisis jalur atau *path analysis* digunakan pada penelitian ini. Variabel terikat adalah loyalitas variabel independen/variabel pengaruh yang digunakan kualitas produk dan variabel mediasi yang digunakan kepuasan konsumen. Alat yang diterapkan yakni *likert's summated rating*. Pertanyaan dinyatakan dalam beberapa bentuk pilihan yakni (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) netral, (4) setuju, (5) sangat setuju. Memanfaatkan uji validitas dan uji reliabilitas. Serta memanfaatkan uji asumsi klasik diantaranya; uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas. Penelitian ini menggunakan uji hipotesis analisis jalur/*path analysis*. Untuk mendapatkan hasil yang akurat peneliti dibantu dengan program IBM SPSS.

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Hasill output bisa dikatakan akurat jika (r hitung $>$ r tabel) pada penelitian ini menunjukkan semua elemen dengan nilai r hitung atau nilai korelasinya lebih banyak daripada nilai r tabel, maka semua elemen dinyatakan akurat.

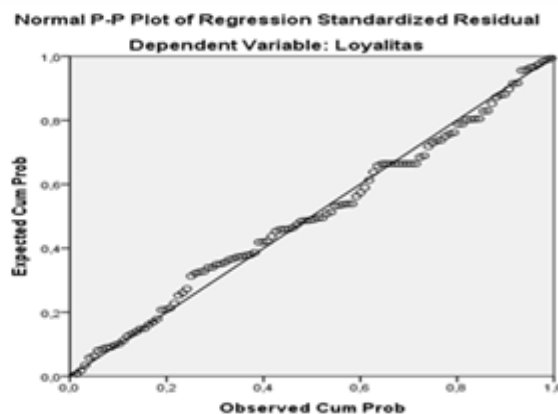
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	keterangan
Kualitas Produk (X)	0,905	Reliabel
Loyalitas (Y)	0,884	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Z)	0,878	Reliabel

Sumber: Output Diolah SPSS Tahun (2022)

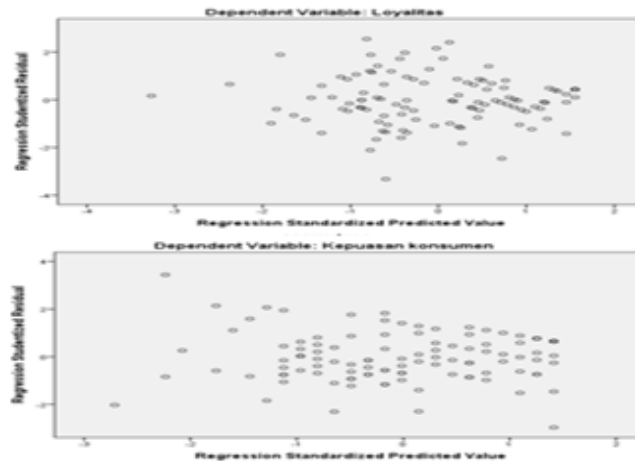
Proses pada tabel diatas memanfaatkan koefisien cronbach alpha, jika (nilai alpha $>$ 0,60) alat dinyatakan handal. Tabel diatas menunjukkan semua nilai alpha variabel lebih besar dari 0,6, maka instrumen tersebut dinyatakan handal.

Uji Normalitas



Sumber: Data diolah SPSS Tahun 2022

Uji Heteroskedastisitas



Gambar Grafik Uji Heteroskedastisitas Model 1 dan Model 2

Sumber: Data Diolah SPSS Tahun 2022

Beralaskan data tersebut menunjukkan data memencar tanpa membangun pola yang jelas, membuktikan tidak terjadi heteroskedastisitas, kemudian model regresi layak digunakan.

Uji Analisis Jalur/ Path Analysis

Variabel	Koefisien Jalur	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung
X → Y	0,492	0,492	Pengaruh tidak langsung Z → Y = 0,395
X → Z	0,598	0,598	
Z → Y	0,395		Pengaruh total (X → Z) (Z → Y) 0,598 x 0,395 = 0,236
e1 = $\sqrt{(1-R^2)}$	$\sqrt{(1-0,357)} = 0,801$		
e2 = $\sqrt{(1-R^2)}$	$\sqrt{(1-0,631)} = 0,607$		

Sumber: Data Diolah SPSS Tahun 2022

Uji Hipotesis

Tabel Koefisien Determinasi Model 1 dan 2

Model Summary		
Model	R	R Square
1 (X dan Z terhadap Y)	0,794	0,631
2 (X terhadap Z)	0,598	0,357

Sumber: Output SPSS Tahun 2022

Pada bagan diatas menjelaskan untuk model regresi 1 pada nilai koefisien korelasi sebesar 0,795 mendekati angka 1 sehingga korelasi kualitas produk serta kepuasan konsumen terhadap loyalitas kuat. Perhitungan R² menunjukkan model ini mampu menjelaskan keragaman data sebanyak 63,1% sedangkan 36,9% diterangkan variabel lain. Model regresi 2 menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,598 mendekati angka 1 menunjukkan ada hubungan yang kuat kualitas produk pada kepuasan konsumen sedangkan untuk R² menunjukkan 35,7% dapat dijelaskan pada model ini sedangkan 64,3% dijelaskan variabel lain.

Output Analisis Regresi Linier Berganda Model 1 dan 2

Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Beta		
1	Constant	3,696		1,040	,301
	Kualitas Produk	,391	0,492	6,848	,000
	Kepuasan Konsumen	,474	0,395	5,493	,000
<i>a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen</i>					
2	Constant	16,179		4,519	,000
	Kualitas Produk	,396	0,598	7,890	,000
<i>b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen</i>					

Sumber: Output SPSS Tahun 2022

Pada model 1 menunjukkan nilai konstanta sebesar 3,696 menunjukkan jika nilai kualitas produk dan kepuasan konsumen sama dengan 0 maka loyalitas sebesar 3,696. Kualitas produk mempunyai nilai positif sebesar 0,391 dengan signifikansi 0,000. Kepuasan konsumen memiliki nilai positif 0,474 dengan signifikansi 0,000. Membuktikan kualitas Produk dan kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Pada model 2 menunjukkan nilai konstanta sebanyak 16,179 yang artinya jika nilai kualitas produk 0 maka nilai kepuasan konsumen sebesar 16,179. Kualitas produk mempunyai nilai positif sebanyak 0,396 dengan signifikansi 0,000 bisa diartikan kualitas produk dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Setiap variabel pada uji t mengunggulkan nilai t hitung lebih tinggi dari nilai t tabel sebesar 1.661.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas

Mengungkapkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas koefisien dari hasil analisis hipotesis ini bernilai positif menunjukkan hubungan antara keduanya searah. Kesimpulannya loyalitas bisa dikembangkan dengan mutu produk yang bagus begitupun sebaliknya. Berdasarkan dari distribusi jawaban responden menunjukkan Batik Zulpah mempunyai mutu produk yang baik dan rapi tetapi konsumen merasa ketersediaan produk Batik Zulpah belum mampu mencukupi kebutuhan konsumen sehingga perlu ditingkatkan *serviceability* produknya dengan penambahan jumlah produk yang laku dijual disaat itu.

Kualitas produk yaitu keterampilan produk dalam menunjukkan hasil produk yang melampaui harapan pelanggan (Kotler dan Keller, 2016), Zulpah Batik telah menawarkan produknya dengan kualitas yang baik diperkuat dengan respon pelanggan menyatakan bahwa produk Zulpah Batik hasilnya sangat rapi, Batik Zulpah adalah batik tulis asli bukan batik *print*, warna batik di Zulpah Batik lebih beragam sehingga dengan demikian Zulpah Batik dapat dikatakan memiliki mutu produk yang bagus. Diharapkan tercapainya kualitas produk yang baik ini berdampak pada perilaku konsumen dalam melakukan pembelian kembali dimasa depan dan berdampak pada loyalitas konsumen produk sesuai dengan pengertian loyalitas menurut Sutisna (2003) bahwa loyalitas adalah sikap yang menguntungkan terhadap suatu merek yang ditunjukkan dengan terus melakukan pembelian merek tersebut dari waktu ke waktu. Hasil dari analisa statistik ini mendukung penelitian dari Pribadi (2014) dan Putera (2018) yaitu kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Uji analisa statistik membuktikan variabel independen kualitas produk ada pengaruh positif dan signifikan pada variabel *intervening* kepuasan konsumen, koefisien dari analisis hipotesis ini bernilai positif menunjukkan hubungan antara keduanya searah. Kesimpulannya Kepuasan konsumen dapat ditingkatkan oleh kualitas yang baik dan begitu juga sebaliknya. Zulpah Batik sangat memperhatikan kualitas produknya dengan tujuan memberikan rasa puas kepada konsumen terhadap produk, kualitas produk adalah kualifikasi rupa, khasiat, dan keunikan produk yang berkaitan untuk mencukupi keinginan dan kepentingan konsumen secara *value for money*, Prawirosentono (2002). Terlebih lagi konsumen akan menilai antara kemampuan produk dengan ekspektasinya sejalan dengan pengertian dari Kotler dan Keller (2009) kepuasan konsumen ialah rasa bahagia atau kecewa konsumen akibat menilai kemampuan barang dengan ekspektasi. Hasil yang didapatkan mendukung penelitian oleh Wijaya & Nurcaya (2017) yaitu kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan penelitian Salilo (2019) menyatakan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas

Kepuasan konsumen dibuktikan berpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas, koefisien dari hasil analisis hipotesis ini bernilai positif menunjukkan hubungan antara keduanya searah. Kesimpulannya semakin baik kepuasan konsumen akan meningkatkan kepuasan loyalitas dan begitupun sebaliknya. Berdasarkan dari distribusi jawaban responden menunjukkan Batik Zulpah dapat memberikan rasa puas terhadap konsumen dari segi keunggulan produk akan tetapi konsumen kurang merasa bangga ketika menggunakan batik karena kurang tahunya konsumen mengenai filosofi dan sejarah dari batik yang digunakan. Adanya kepuasan konsumen terhadap produk Zulpah Batik akan memicu konsumen menjadi loyal terhadap produk dan melakukan pembelian secara berulang dikemudian hari tentu hal ini akan berdampak terhadap kemajuan Zulpah Batik. Kepuasan konsumen membawa keuntungan bagi bisnis yaitu loyalitas konsumen dan positif dari orang ke orang, hal ini akan sangat berpengaruh terhadap produsen sekaligus konsumen akan menjadi loyal dan menyarankan produk pada khalayak umum (Tjiptono dan Chandra, 2012). Hasil statistik yang didapatkan mendukung penelitian oleh Dewi & Budiarti (2021) yaitu kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, dan penelitian Dimiyati & Subagio (2016) yaitu kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen

Pada analisis ini kepuasan konsumen sanggup menjadi variabel *intervening* secara parsial terhadap kualitas produk terhadap loyalitas. Terjadi akibat dua faktor; pertama, disebabkan kualitas produk yang ditawarkan Zulpah Batik telah baik akan tetapi produk dari kompetitor memiliki kelebihan yaitu menawarkan produk dengan harga ekonomis mutu standar hal tersebutlah yang membuat konsumen menjadi tidak puas atau membandingkannya dengan produk dari kompetitor lain sehingga berakibat tidak loyal terhadap produk. Kedua, karena Zulpah Batik adalah Sentra Batik yang ada di Tanjung Bumi menjadi tempat yang akan dikunjungi wisatawan dari luar kota dan melakukan pembelian di Zulpah Batik sehingga konsumen tersebut belum tentu merasa puas dengan Zulpah Batik, sehingga demikian secara total kepuasan konsumen tidak sanggup di *intervening* variabel kualitas produk terhadap loyalitas akan tetapi kepuasan konsumen sanggup *mediate* secara parsial terhadap loyalitas. Beralaskan distribusi jawaban responden menunjukkan Batik Zulpah dapat memberikan pengalaman yang bagus kepada konsumen sehingga konsumen tertarik melaksanakan transaksi kembali tetapi beberapa hal perlu diperhatikan Zulpah Batik khususnya meningkatkan inovasi produk agar konsumen tidak berpindah pada produk lain.

Zulpah Batik memiliki beberapa keunggulan pada produk yaitu hasil batik yang rapi, beragam dan terjamin keasliannya sebagai batik tulis asli dengan begitu menunjukkan bahwasannya Zulpah Batik telah mencapai mutu produk yang bagus. Kualitas produk didefinisikan sebuah produk yang bernilai dapat menyenangkan konsumen baik secara fisik maupun psikis, memiliki keunikan atau

karakteristik yang terkandung dalam suatu produk (Kotler dan Armstrong, 2015). Adanya keunggulan pada produk Zulpah Batik hal ini akan berakibat pada rasa puas konsumen terhadap produk, kepuasan konsumen adalah rasa puas atau kecewa akibat menilai hasil produk yang diterima dengan harapannya (Kotler dan Keller, 2009). Terciptanya kepuasan konsumen pada produk Zulpah Batik hal ini merupakan suatu keuntungan bagi Zulpah Batik karena secara tidak langsung Zulpah Batik telah mempertahankan loyalitas konsumennya dengan menjadi setia terhadap produk, merek, dan perusahaan (Rangkuti, 2002). Hasil ini sejalan dengan penelitian dari (Putera, 2018) menyatakan kepuasan konsumen berdampak dan mampu *mediate* kualitas produk terhadap loyalitas dengan baik dan (Salilo, 2019) mengungkapkan kepuasan konsumen sanggup *mediate* antara kualitas produk terhadap loyalitas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan variabel konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, dan variabel kepuasan konsumen tidak mampu menjadi variabel mediasi/*intervening* antara kualitas produk dengan loyalitas.

Saran

- a. Bagi Perusahaan, konsumen merasa ketersediaan produk dianggap kurang memenuhi atau mencukupi kebutuhan konsumen, hal ini perlu dilakukan evaluasi agar kebutuhan konsumen tercukupi. memperhatikan inovasi pada produk untuk memikat konsumen agar konsumen tetap setia terhadap produk Zulpah Batik. Zulpah Batik perlu memberikan pemahaman kepada konsumen mengenai filosofi batik dari corak, warna dan sebagainya terhadap konsumen Batik Zulpah dan juga memberikan masukan mengenai warna batik yang cocok dengan *skin tone* konsumen dengan begitu konsumen akan lebih merasakan emosi bangga, berwibawa, dan menarik ketika menggunakan batik di Zulpah Batik. konsumen puas dengan kualitas produk yang ada pada Zulpah Batik dan konsumen juga berharap produk zulpah batik bisa mendistribusikan produknya lebih luas lagi agar memudahkan konsumen ketika melakukan pembelian Batik Zulpah.
- b. Bagi Peneliti Selanjutnya, diharapkan dapat menambahkan variabel harga, kualitas pelayanan yang diduga berpengaruh terhadap bisnis batik agar peneliti mendapatkan hasil penelitian yang lebih luas dan bermanfaat terhadap kemajuan bisnis batik. Peneliti baru diharapkan dapat melakukan penelitian yang lebih mendetail pada variabel untuk menemui relasi antara sub variabel, dan memperbaiki variabel mediasi dengan variabel yang lain (Harga, strategi pemasaran, kualitas pelayanan).
- c. Diharapkan peneliti selanjutnya menentukan segmen pasar dalam melakukan penyebaran kuesioner agar hasil yang didapatkan sesuai dengan kondisi sebenarnya dilapangan, serta menambah beberapa kriteria untuk menentukan responden pada kuesioner.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Subagyo. 2010. *Marketing In Bussiness*. Edisi Pertama, cetakan pertama. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Armstrong, Kotler. 2015. *Marketing an Introducing Pretiece Hall twelfth edition*, England : Pearson Education, Inc
- Dewi, Leni Kurnia, and Anindhyta Budiarti. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Queenstreetstore Anindhyta Budiarti Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya Arus Modernisasi Yang Ada Di Surabaya Bahkan Dipenjuru Dunia*.

- Dimiyati, Muhamad dan N. Ari Subagio. "Impact of Service Quality, Price and Brand on Loyalty with the mediation of Costumer Satisfaction on Post Express in East Java." *Medditeranean Journal Of Social Sciences*, Vol 7 No 4 July 2016
- Ernest Grace, et al. "Product Quality and Customer Satisfaction and Their Effect on Consumer Loyalty." *International Journal of Social Science*, vol. 1, no. 2, 2021, pp. 69–78, doi:10.53625/ijss.v1i2.138.
- Fandy, Tjiptono. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta. Andi
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality and Satisfaction, ed. 3*. Yogyakarta, Andi.
- Kotler, P. 2003. In *Marketing Management* (Eleventh E, p. 61). Person Education. www.prenhal.com/kotler
- Kotler, Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* Jilid 1 (Edisi 13). Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen, 15th Edition*, Pearson Education, Inc.
- Lupiyoadi, Rambat. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Mosahab, Rahim, et al. "Service Quality, Costumer Satisfaction and Loyalty: A Test of Mediation." *Jurnal of International Business Research*, Vol 3, No 4: October 2010, www.ccsenet.org/ibr
- Oliver, Richard, 1996. *Satisfaction a Behaviour Perspective on The Customer*. McGrawHill, New York
- Pirbadi, Dessy. "Pengaruh Product Quality, Service Quality, Image Terhadap Loyalty Melalui Satisfaction Pada Restoran Sunda Di Jakarta." *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, vol. 7, no. 1, 2014, p. 177, doi:10.25105/jmpj.v7i1.526.
- Pradhana, Dhimas Putra. "Analisa Persebaran Pusat Industri Batik Tanjung Bumi Menggunakan Sistem Informasi Geografis di Kabupaten Bangkalan, 2018: Surabaya
- Pratika, N., & Tua, H. (2018). Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. *Jurnal Administrasi Pembangunan*, 2(1), 63–68. <http://ejournal.unri.ac.id/index.php/JAP/article/view/1937>
- Prawirosentono, Suyadi. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia: Kebijakan Kinerja Karyawan*. Edisi 1. Cetakan Kedelapan. BPFE. Yogyakarta
- Putera, Adhitya Kelana dan Wahyono. "Pengaruh Kualitas pelayanan, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen." *Management Analysis Journal*, Vol 7(1) (2018)
- Rachmat, Hidayat. 2009. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*.
- Rangkuti, Freddy (2002), *Measuring Customer Satisfaction*, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Salilo, febriana Amanda. "Analisis pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai MediaIntervening". *Jurnal riset Bisnis dan Manajemen* Vol 7, No 4, 2019, 413-432
- Setiati, Destin Huru. 2007. *Membatik* Yogyakarta: PT Macanan Jaya Cemerian.
- Tjiptono Fandy. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Wijaya, I., and I. Nurcaya. "Kepuasan Pelanggan Memediasi Kualitas Produk Dan Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas Merek Mcdonalds Di Kota Denpasar." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, vol. 6, no. 3, 2017, p. 255159.
- Zins, A. (2001). Relative attitudes and commitment in customer loyalty models: some experiences in the commercial airline industry. *International Journal of Service In-dustry*, 12(3), 269-294.