

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
BENIH PADI INPARI 33
(Survei pada Petani Pelanggan CV. Fiona Benih Mandiri di
Daerah Subang)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Program Studi Pendidikan Bisnis



Oleh
Denis Anang Fauzi
1607357

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2022**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
BENIH PADI INPARI 33
(Survei pada Petani Pelanggan CV. Fiona Benih Mandiri di
Daerah Subang)**

Oleh :
Denis Anang Fauzi
1607357

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Pendidikan
Ekonomi dan Bisnis

©Denis Anang Fauzi

Universitas Pendidikan Indonesia 2022

Januari 2022

Hak Cipta dilindungi undang-undang. Skripsi ini tidak boleh
diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan di cetak ulang,
difotokopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
BENIH PADI INPARI 33
(Survei pada Petani Pelanggan CV.Fiona Benih Mandiri di Daerah Subang)**

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I




Prof. Dr. Hj. Ratih Huriyati, M.P
NIP. 196802251993012001

Pembimbing II



Yusuf Muradlo, S.Si., M.Stat
NIP. 920171219820921101

Menyetujui, Ketua Program Studi
Pendidikan Bisnis



Dr. Puspo Dewi Dirgantari, S.Pd., M.T., M.M.
NIP. 19820830 200502 2 003

Tanggung Jawab Yuridis Ada pada Penulis



Denis Anang Fauzi
1607357

PERNYATAAN KEASLIAN ISI SKRIPSI

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada petani pelanggan CV. Fiona Benih Mandiri di Daerah Subang)**” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat umum.

Atas pernyataan ini penulis siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan apabila kemudia adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam skripsi ini atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian skripsi ini.

Bandung, Januari 2022

Yang membuat Pernyataan,

Materai 10.0000

Denis Anang Fauzi

ABSTRAK

Denis Anang Fauzi (1607357). “**Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Benih Padi Inpari 33 CV Fiona Benih Mandiri**”. Di bawah bimbingan Prof. Dr. Hj. Ratih Huriyati, M.P dan Yusuf Murtadlo, S.Si., M.Stat

Customer satisfaction mencerminkan tingkat kemampuan perusahaan bertahan dalam ketatnya persaingan yang terjadi di pasar. *Customer satisfaction* menjadi salah satu fokus perusahaan yang dapat menghasilkan profitabilitas besar serta memaksimalkan laba dan investasi yang telah perusahaan keluarkan. *Customer satisfaction* menjadi faktor yang penting bagi semua perusahaan, apabila perusahaan tidak mampu memberikan kepuasan pada konsumen itu artinya sebuah perusahaan tersebut tidak akan dapat bertahan dalam persaingan pasar yang semakin ketat, terlebih jika dihadapkan juga dengan ketidakpastian permintaan pasar yang cenderung semakin berubah – ubah, seperti hal yang dialami benih padi inpari 33 CV Fiona Benih Mandiri. Salah satu upaya yang dapat dilakukan dengan memperbaiki *product quality* dan *brand image* dimana faktor tersebut dapat meningkatkan tingkat *customer satisfaction* rendah yang dialawi oleh produk benih padi inpari 33 CV Fiona Benih Mandiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat *product quality*, tingkat *brand image*, tingkat *customer satisfaction*, mengetahui pengaruh *product quality* terhadap *customer satisfaction*, mengetahui pengaruh *brand image* terhadap *customer satisfaction*. Adapun yang menjadi unit analisis dalam penelitian ini adalah petani pelanggan CV. Fiona Benih Mandiri di Daerah Subang dengan jumlah populasi 69 responden sehingga semua dijadikan sampel (sampel jenuh). Pengambilan data dengan cara penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah PLS (*Partial Least Square*) dengan alat bantu *software* komputer *Statistical Product for Service Solution (SPSS) 25.0 for window*. Hasil temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *product quality* terhadap *customer satisfaction*, dan terdapat pengaruh positif namun tidak terlalu signifikan antara *brand image* terhadap *customer satisfaction*.

Kata Kunci : *Product Quality, Brand Image, Customer Satisfaction*

ABSTRAK

Denis Anang Fauzi (1607357). “**Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Benih Padi Inpari 33 CV Fiona Benih Mandiri**”. Di bawah bimbingan Prof. Dr. Hj. Ratih Huriyati, M.P dan Yusuf Murtadlo, S.Si., M.Stat

Customer satisfaction reflects the level of the company's ability to survive in the intense competition that occurs in the market. Customer satisfaction is one of the company's focuses that can generate great profitability and maximize profits and investments that the company has spent. Customer satisfaction is an important factor for all companies, if the company is not able to provide satisfaction to consumers, it means that a company will not be able to survive in an increasingly fierce market competition, especially if it is also faced with uncertain market demands that tend to be increasingly changing, such as what happened to inpari 33 rice seeds CV Fiona Benih Mandiri. One of the efforts that can be done is to improve product quality and brand image where these factors can increase the low level of customer satisfaction experienced by the Inpari 33 rice seed product CV Fiona Benih Mandiri. This study aims to determine the level of product quality, level of brand image, level of customer satisfaction, determine the effect of product quality on customer satisfaction, and determine the effect of brand image on customer satisfaction. As for the unit of analysis in this study is farmer customer CV. Fiona Benih Mandiri in the Subang area with a population of 69 respondents so that all of them were used as samples (saturated samples). Collecting data by distributing questionnaires. The data analysis technique used is PLS (Partial Least Square) with the help of computer software Statistical Product for Service Solution (SPSS) 25.0 for window.

Keyword : Product Quality, Brand Image, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrohim

Dengan mengucapkan puji serta syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah mencurahkan segala rahmat dan karunianya sehingga Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Benih Padi Inpari (Survei Terhadap Petani Pelanggan CV. Fiona Benih Mandiri di Daerah Pantura Subang)” dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Benih Padi Inpari.

Penulis menyadari bahwasannya penulisan yang terdapat pada skripsi ini tidak sempurna atau bahkan masih sangat jauh dari sempurna, alasannya adalah masih sangat terbatasnya pengetahuan dan kemampuan penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya kritik atau saran yang bersifat membangun demi skripsi yang telah penulis buat menjadi lebih baik lagi. Dalam penyusunan skripsi ini tentu saja penulis tidak dapat menyelesaikannya sendiri tanpa adanya bantuan dari pihak lain, baik berupa dorongan material maupun moril yang karenanya penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Demikian apa yang dapat penulis sampaikan. Semoga skripsi yang telah penulis buat ini dapat bermanfaat untuk masyarakat pada umumnya dan penulis pada khususnya.

Bandung, Januari 2021

Denis Anang Fauzi

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN ISI SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	32
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Identifikasi Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.4 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.5 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.6 Kegunaan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	Error! Bookmark not defined.
2.1 Kajian Pustaka	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Konsep <i>Customer Satisfaction</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.1 Customer Satisfaction dalam Customer Relationship Management	Error!
Bookmark not defined.	
2.1.1.2 Definisi Customer Satisfaction	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.3 Dimensi Customer Satisfaction.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.4 Model Customer Satisfaction.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Konsep <i>Product Quality</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.2.1 Definisi Product Quality	Error! Bookmark not defined.
2.1.2.2 Dimensi Product Quality.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2.3 Model Product Quality.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
2.3 Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Metode Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Jenis penelitian dan metode yang digunakan.....	Error! Bookmark not defined.
defined.	
3.2.2 Operasional Variabel	Error! Bookmark not defined.

VARIABEL	Error! Bookmark not defined.
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
NO.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.4 Populasi, Sampling, dan Teknik Sampling.....	Error! Bookmark not defined.
defined.	
3.2.4.1 Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.4.2 Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.2.6.1 Pengujian Validitas	Error! Bookmark not defined.
3.2.6.2 Hasil Pengujian Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.6.3 Pengujian Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.2.6.4 Hasil Pengujian Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.2.7 Rancangan Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
3.2.7.2 Analisis Data Verifikatif	Error! Bookmark not defined.
3.2.8 Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
defined.	
4.1 Profil Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Identitas Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.1.3 Sejarah Singkat CV Fiona Benih Mandiri	Error! Bookmark not defined.
defined.	
4.2 Karakteristik Responden.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Karakteristik Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Pada Petani di Daerah Patokbeusi, Ciasem dan Pagaden.	Error! Bookmark not defined.
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Sekalitransaksi	Error! Bookmark not defined.
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran PerBulan	Error! Bookmark not defined.
4.3 Hasil Pengujian Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Durebility ..	Error! Bookmark not defined.

4.3.2	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Conformance to Specification	Error! Bookmark not defined.
4.3.3	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Feature	Error! Bookmark not defined.
4.3.4	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Reliability..	Error! Bookmark not defined.
4.3.5	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Esthetic	Error! Bookmark not defined.
4.3.6	Tanggapan Mengenai Dimensi Perceived Quality..	Error! Bookmark not defined.
4.3.7	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Brand Image Benih Padi Inpari 33 CV Fiona Benih Mandiri.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.8	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Favourability	Error! Bookmark not defined.
4.3.9	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Strenght	Error! Bookmark not defined.
4.3.10	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Uniqueness.	Error! Bookmark not defined.
4.3.11	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Customer Satisfaction .	Error! Bookmark not defined.
4.3.12	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Satisfaction Toward Quality	Error! Bookmark not defined.
4.3.13	Tanggapan responden Terhadap Dimensi Satisfaction Toward Value	Error! Bookmark not defined.
4.3.14	Tanggapan responden Terhadap Dimensi Perceived Best	Error! Bookmark not defined.
4.4	Hasil Pengujian Verifikatif	Error! Bookmark not defined.
4.4.1	Pengujian Model Pengukuran Refleksif (<i>Outer Model</i>)	Error! Bookmark not defined.
4.4.2	Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	Error! Bookmark not defined.
4.4.3	Pengujian Hipotesis (Resampling Bootstraping).	Error! Bookmark not defined.
4.5	Pembahasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.5.1	Pembahasan Gambaran <i>Product Quality</i>	Error! Bookmark not defined.
4.5.2	Pembahasan Gambaran Brand Image	Error! Bookmark not defined.
4.5.3	Pembahasan Gambaran Customer Satisfaction ...	Error! Bookmark not defined.

4.5.4	Pembahasan Pengaruh Product Quality Terhadap Customer Satisfaction Error! Bookmark not defined.
4.5.5	Pembahasan Pengaruh Brand Image Terhadap Customer Satisfaction Error! Bookmark not defined.
4.5.6	Pembahasan Pengaruh Product Quality dan Brand Image Terhadap Customer Satisfaction..... Error! Bookmark not defined.
4.5.7	Implikasi Penelitian Error! Bookmark not defined.
4.5.7.1	Temuan Penelitian Bersifat Teoritis..... Error! Bookmark not defined.
4.5.7.2	Temuan Penelitian Bersifat Empiris Error! Bookmark not defined.
4.5.7.3	Implikasi hasil Penelitian Pengaruh Product Quality dan Brand Image Terhadap Customer Satisfaction pada Program Studi Pendidikan Bisnis Error! Bookmark not defined.
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.. Error! Bookmark not defined.	
5.1	Kesimpulan..... Error! Bookmark not defined.
5.2	Rekomendasi Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA Error! Bookmark not defined.	
LAMPIRAN..... 128	

DAFTAR TABEL

TABEL	JUDUL	HAL
1.1	Jumlah Penduduk Indonesiatahun 2000 – 2020	3
1.2	Volume Penjualan Seluruh Benih Padi Tahun 2017 – 2020 Di Cv Fiona Benih Mandiri	4
1.3	Volume Penjualan Beberapa Benih Padi Di Cv Fiona Benih Mandiri	4
1.4	Jumlah Konsumen/Petani Pembeli Inpari 33 Di Daerah Subang Tahun 2017 – 2020	5
1.5	Pelanggan (Petani) Inpari 33 Di Daerah Subang Tahun 2020	6
2.1	Penelitian Terdahulu	26
3.1	Operasional Variabel	34
3.2	Jenis dan Sumber Data	42
3.3	Teknik Pengumpulan Data	44
3.4	Hasil Uji Validitas Variabel X1(Product Quality)	47
3.5	Hasil Uji Validitas Variabel X2 (Brand Image)	49
3.6	Hasil Uji Validitas Variabel Y (Customer Satisfaction)	50
3.7	Hasil Pengujian Reliabilitas	53
3.8	Pedoman Nilai Angket	54
3.9	Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden	55
3.10	Ringkasan Rule Of Thumb Evaluasi Model Pengukuran Refleksi	61
3.11	Ringkasan Rule Of Thumb Evaluasi Model Struktural	65
4.1	Profil CV Fiona Benih Mandiri	68
4.2	Sebaran Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Petani	71
4.4	Karakteristik Respondenberdasarkan Pengeluaran Sekali Transaksi	72
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Permusim	73
4.6	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Performance	74
4.7	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Durebility	75
4.8	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Conformance To Specification.....	77
4.9	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Feature.....	78
4.10	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Reliability	79

4.11	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Esthetic	80
4.12	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Perceived Quality	82
4.13	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Favourability	83
4.14	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Strenght	85
4.15	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Uniqueness	86
4.16	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Satisfaction Toward Quality	88
4.17	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Satisfaction Toward Value	89
4.18	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Satisfaction Perceived Best	90
4.19	Loading Factor	91
4.20	Fornel Lacker Creation	92
4.21	Cross Loading	92
4.22	AVE	93
4.23	Pengujian Reliabilitas Konstruk.....	94
4.24	Koefisien Determinasi Konstruk (R²)	94
4.25	Variance Inflation Factor (VIF)	95
4.26	F-Square (F²)	96
4.27	Koefisien Jalur	97
4.28	Rekapitulasi Dimensi Product Quality	99
4.29	Rekapitulasi Dimensi Brand Image	102
4.30	Rekapitulasi Dimensi Customer Satisfaction	105

DAFTAR GAMBAR

TABEL	JUDUL	HAL
1.1	Model Customer Satisfaction	17
2.1	Model Customer Satisfaction	17
2.2	Model Product Quality	21
2.3	Model Brand Image.....	26
2.4	Kerangka Pemikiran Pengaruh Kualitas Produkterhadap Kepuasan Pelanggan	30
2.5	Paradigma Penelitian Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan...	31
3.1	Gambar Diagram Jalur Penelitian	58
4.1	Logo CV. Fiona Benih Mandiri	68
4.2	Garis Kontinum Variabel Product Quality	101
4.3	Garis Kontinum Variabel Komitmen Brand Image	103
4.4	Garis Kontinum Variabel Customer Satisfaction	106

DAFTAR PUSTAKA

- Abu-Alhaija, A. S., Nerina, R., Yusof, R., Hashim, H., & Jaharuddin, N. S. (2018). Determinants Of Customer Loyalty: A Review And Future Directions. *Australian Journal Of Basic And Applied Sciences*, (August). <https://doi.org/10.22587/Ajbas.2018.12.7.17>
- Abu-Alhaija, A. S., Yusof, R. N. R., Hashim, H., & Jaharuddin, N. (2018). Customer Loyalty: Antecedents, Approaches And Influences Of Culture And Religion. *Journal Of Islamic Management Studies*, 2(1), 62–78.
- Adrian Junio Adiwidjaja Dan Zeplin Jiwa Husada Tarigan. (2017). Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *Agora*, 5.
- Afshar, Jahanshahi, A. (2018). Study Of The Effects Of Customer Service And Product Quality On Customer Satisfaction And Loyalty Phd Scholar In Business Administration. *International Journal Of Humanities And Social Science*, 1(7), 253–260.
- Agus Khoironi, T., Syah, H., & Dongoran, P. (2018). International Review Of Management And Marketing Product Quality, Brand Image And Pricing To Improve Satisfaction Impact On Customer Loyalty. *International Review Of Management And Marketing*, 8(3), 51–58. Retrieved From [Http://www.Econjournals.Com](http://www.econjournals.com)
- Ali, M. (2003). Penelitian Pendidikan. Jakarta: Pustaka Aman.
- Ali, M. (2013). *Penelitian Kependidikan Prosedur Dan Strategi*. Bandung: Cv Angkasa.
- Alnaser, A. S. (2017). The Effect Of Marketing Strategy On Customer Loyalty : Conceptual Research, (March).
- Amir, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer Pada Pt . Genius Alva Makassar, 515–526.
- Apriyani, D. A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen(Survei Pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo), 51(2), 1–7.
- Bavarsad, B. (2013). Studying The Factors Affecting The Customer Relations Management (Crm) In Maroon Petrochemical Company, 845–858.
- Bennett, R., Härtel, C. E. J., & Mccoll-Kennedy, J. R. (2005). Experience As A Moderator Of Involvement And Satisfaction On Brand Loyalty In A Business-To-Business Setting 02-314r. *Industrial Marketing Management*, 34(1), 97–107. <https://doi.org/10.1016/J.Indmarman.2004.08.003>
- Beverland, M., Lindgreen, A., & Napoli, J. (2007). Business & Industrial Marketing - Branding In Industrial Markets. *Journal Of Business & Industrial Marketing*, 22(6).
- Burmans, C., Riley, N.-M., Halaszovich, T., & Schade, M. (2017). *Identity-Based Brand Management Fundamentals – Strategy – Implementation – Controlling. The Concept Of Identity-Based Brand Management*. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-13561-4>
- Buttle, A. (2016). Manajemen Hubungan Pelanggan: Konsep Dan Alat-Alat.
- C., D. (2010). Impact Of Product Quality, Service Quality And Contextual Experience On Customer Perceived Value And Future Buying Intentions, 9–24.
- Carissa, A., Fauzi, A., & Kumadji, S. (2014). Penerapan Customer Relationship Management (Crm) Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Bandung Sport Distro Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 15(1), 1–11. <https://doi.org/10.1038/Sj.Npp.1300923>

- Chadwick. (2019). Product Quality, Convenience And Brand Loyalty: A Case Study Of Silverqueen's Adolescent Consumers, 72(Icbmr 2018), 111–115. <https://doi.org/10.2991/icbmr-18.2019.19>
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business Research Method : 12th Edition*.
- Cornelia S., E., Veronica S., N., Kartika, E. W., & Kaihatu, T. S. (2012). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Laundry 5asec Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 4(2), 45–57. <https://doi.org/10.9744/jmp.4.2.45-57>
- Cucu Sumartini, L., & Fajriany Ardining Tias, D. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 3(2), 111–118. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v3i2.124>
- Donggula, C. V, Lapanjang, I. M., & Made, U. (2017). Pertumbuhan Dan Hasil Tanaman Padi (*Oryza Sativa L*) Pada Berbagai Pola Jajar Legowo Dan Jarak Tanam. *Agrotekbis*, 24(April), 27–35.
- Erkan, I., & Evans, C. (2014). The Impacts Of Electronic Word Of Mouth In Social Media On Consumer's Purchase Intentions. *International Conference On Digital Marketing*, (June 2014), 11. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v9n8p84>
- Evita, N. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Bakso Boedjangan Cabang Burangrang Bandung Tahun 2017) The Influence Of Brand Image Toward Purchasing Decision (Study Case At Bakso Boedjangan Burangrang Bandung In 2017), 3(2), 430–452.
- Fatharani, A., Lubis, N., & Dewi, R. S. (2013). Pengaruh Gaya Hidup (Life Style), Harga (Price), Dan Kelompok Referensi (Reference Group) Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Seluler Blackberry (Studi Pada Mahasiswa Program S1 Angkatan 2009 Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Dipon, 1–20.
- Fredinata Charles, Adi Suyatno, H. A. Y. (2018). Penentuan Komoditas Unggulan Sektor Pertanian Di Kabupaten Landak.
- Gangadhar, P. (2017). Building Customer Loyalty: A Case Study Of Indian Telecom Industry From Customers' Perspective, (May), 107. Retrieved From https://e-source.dbs.ie/bitstream/handle/10788/3355/mba_gangadhar_preetham_2017.pdf?sequence=1&isallowed=Y
- Gibbert, M., Leibold, M., & Probst, G. (2012). Five Styles Of Customer Knowledge Management, And How Smart Companies Put Them Into Action. *European Management Journal*, 20(5), 459–469.
- Hermawan, H. (2019). Dampak Tambahan Modal Terhadap Kinerja Usaha Agribisnis Padi Dalam Perspektif Penggunaan Input , Struktur Biaya Dan Additional Impact Of Capital On Rice Agribusiness Performance In The Perspective Of Using Inputs , Structure Of Costs And Revenues In Suban, 2(1), 23–45.
- Hoe, L. C., & Mansori, S. (2018). The Effects Of Product Quality On Customer Satisfaction And Loyalty: Evidence From Malaysian Engineering Industry. *International Journal Of Industrial Marketing*, 3(1), 20. <https://doi.org/10.5296/ijim.v3i1.13959>
- Indarto, E. W., Suroso, I., & Qomariah, N. (2018). The Effect Of Brand Image And Product Attributes On Customer Satisfaction And Customer Loyalty. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 16(3), 457–466. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2018.016.03.10>
- Indriantoro, N., & Supono, B. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*. (1, Ed.). Yogyakarta: Bpfe.

- Jacobsen, D., Olsson, M., & Sjoval, A. (2004). The Creation Of Customer Loyalty - A Qualitative Research Of The Bank Sector, (January), 1–70. Retrieved From [Http://Www.Diva-Portal.Org/Smash/Get/Diva2:229457/Fulltext01.Pdf](http://Www.Diva-Portal.Org/Smash/Get/Diva2:229457/Fulltext01.Pdf)
- Jahanshahi, A. A., Gashti, M. A. H., Mirdamadi, S. A., Nawaser, K., & Khaksar, S. M. S. (2011). Study Of The Effects Of Customer Service And Product Quality On Customer Satisfaction And Loyalty Study The Effects Of Customer Service And Product Quality On Customer Satisfaction And Loyalty. *International Journal Of Humanities And Social Science*, 1(7), 253. <https://doi.org/10.1057/Palgrave.Fsm.4760085>
- Jin, T., Zhang, H., Hermawan, N., & Dantzer, W. (2009). Comparison Of Signal-To-Noise, Blank Determination, And Linear Regression Methods For The Estimation Of Detection And Quantification Limits For Volatile Organic Compounds By Gas Chromatography, 367–372. <https://doi.org/10.1111/J.1365-2621.2008.01759.X>
- Jumaev, M., M., P. D. D. K., & Hanaysha, J. R. M. (2012). Impact Of Relationship Marketing On Customer Loyalty In The Banking Sector. *Far East Journal Of Psychology And Business*, 6 No 3 Pap(Hirschman 1970), 36–55. Retrieved From [Http://Ideas.Repec.Org/A/Fej/Articl/V6cy2012i4p36-55.Html](http://Ideas.Repec.Org/A/Fej/Articl/V6cy2012i4p36-55.Html)
- Jurnal, I., Hakim, A., & Asy, A. (2017). Pengaruh Relationship Marketing Dimensi Pada Pelanggan Loyalitas Pengusaha Muslim, 19(8), 1–13.
- Karki, D., & Panthi, A. (2018). How Food Quality, Price, Ambiance And Service Quality Effects Customer Satisfaction And Loyalty: A Study On Nepalese Restaurants In Finland.
- Kazmi, A., & Mehmood, Q. S. (2016). The Effect Of Electronic Word Of Mouth Communication And Brand Image On Purchase Intention: A Case Of Consumer Electronics In Haripur, Pakistan. *Management Science Letters*, 6, 499–508. <https://doi.org/10.5267/J.Msl.2016.5.003>
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management*. Brand (Vol. 58). <https://doi.org/10.2307/1252315>
- Khadka, K., Maharjan, S., Städtjänster, C. T., & Trivsel, (. (2017). Customer Satisfaction And Customer Loyalty, (November), 56+6. <https://doi.org/November 2017>
- Khalida, J., Yulianto, E., & Kumadji, S. (2016). Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian, 35(1), 59–67.
- Kingsnorth, S. (2016). *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach To Online Marketing*.
- Kolonio, J. (2019). Effect Of Service Quality, Trust, And Consumer Satisfaction On Consumer Loyalty On Cv. Marine Fiberglass Facilities. *Jurnal Emba*, 7(1), 831–840.
- Kotler & Keller. (2016). *Marketing Management 15th Global Edition*.
- Kusumasitta. (2014). Relevansi Dimensi Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Bagi Pengunjung Museum Tmii. *Universitas Trisaksi*, 7, 1.
- Lalla, N., Cowden, R., & Karodia, A. M. (2015). Customer Satisfaction Within The Rapid Product Consumption Industry: A Case Study Of Woodmead Pick N Pay, Gauteng (South Africa). *International Business Research*, 8(4), 233–258. <https://doi.org/10.5539/Ibr.V8n4p233>
- Lam, S. Y., & Shankar, V. (2014). Asymmetries In The Effects Of Drivers Of Brand Loyalty Between Early And Late Adopters And Across Technology Generations. *Journal Of Interactive Marketing*, 28(1), 26–42. <https://doi.org/10.1016/J.Intmar.2013.06.004>

- Lestari, A., & Yulianto, E. (2018). Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Survei Pada Pelanggan Citra Kenedes Cake & Bakery Jl . S . Hatta B3 Kav . A , Kota. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 54(1), 74–81.
- Lestiyono, U. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Cv. Multi Usaha Raya Jepara. *Skripsi*. Retrieved From <https://lib.unnes.ac.id/37919/>
- Malhotra, N., Hall, J., Shaw, M., & Oppenheim, P. (2004). *Essentials Of Marketing Research*, 12, 73–75.
- Mândru, L., Hârlab, A., & Camarda, A. L. (2009). Indicators Used To Measure The Quality Of Products. *Modern Technologies International Conference - New Face Of Tmcr*, (May 2017).
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Toi. *Jurnal Ekonomi Volume*, 7(2), 113–125.
- Maureen, L. P. (2016). Influence Of Customer Value Orientation, Brand Value, And Business Ethics Level On Organizational Performance. *Revista Brasileira De Gestao De Negocios*, 18(59), 5–23. <https://doi.org/10.7819/rbgn.v18i59.1701>
- Mcdaniel, C., & Gates, R. (N.D.). *Marketing Research*, 2015.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi Pada Konsumen Gea Fashion Banjar), 1(2), 71–83.
- Mustikowati, R. Endah, & Sarwoko, E. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, 7, 2.
- Myftaraj, E., & Nexhipi, O. (2014). The Importance Of Customers Loyalty In Relationship Marketing In The Online And Offline Market. The Case Of The Albanian Financial Sector. *Interdisciplinary Journal Of Research And Development*, (2). Retrieved From <http://www.uam.edu.al/new/wp-content/uploads/2015/07/1.-E.-Myftaraj-O.Nexhipi.pdf>
- Nguyen, H. T., Nguyen, H., Nguyen, N. D., & Phan, A. C. (2018). Determinants Of Customer Satisfaction And Loyalty In Vietnamese Life-Insurance Setting. *Sustainability (Switzerland)*, 10(4), 1–16. <https://doi.org/10.3390/su10041151>
- Nikhashemi, S. R., Paim, L., Haque, A., Khatibi, A., & Tarofder, A. K. (2013). Internet Technology, Crm And Customer Loyalty: Customer Retention And Satisfaction Perspective. *Middle-East Journal Of Scientific Research*, 14(1), 79–92. <https://doi.org/10.5829/idosi.mejsr.2013.14.1.1984>
- Noor, M. F. (2018). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty King Thai Tea Bandung, 3(2), 127–140.
- Nurbaity L, A. (2014). Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis. *Universitas Sumatra Utara*, (1987), 1–7.
- Nuridin. (2018). Effect Of Service Quality And Quality Of Products To Customer Loyalty With Customer Satisfaction As Intervening Variable In Pt . Nano Coating Indonesia *International Journal Of Business And Applied Social Science (Ijbass)*. *International Journal Of Business And Applied Social Science (Ijbass) Vol.*, 4(1), 19–31.
- Nurlaili, A. W. (2013a). (Studi Pada Konsumen Tupperware Di Universitas Diponegoro), 2(No 1), 89–97.
- Nurlaili, A. W. (2013b). Analysis Of Factors That Influence Consumer Loyalty Tupperware. / *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(No 1), 89–97.
- Ograjenšek, I., & Gal, I. (2017). The Concept And Assessment Of Customer Satisfaction. *Modern Analysis Of Customer Surveys: With Applications Using R*,

- (November), 107–127. <https://doi.org/10.1002/9781119961154.ch7>
- Oktariana, Y., Fauzi, A., & Kumadji, S. (2012). Faktor-Faktor Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan) Dalam Mewujudkan Kepuasan Anggota Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Anggota. *JURNAL PROFITVO LUME 6 NO. 2, Vol 6, No 2 (2012)*, 6(2), 149–162.
- Olise, M. C., & Ojiaku, O. C. (2018). Effects Of Product Quality On Customer Satisfaction : A Review Of Manufacturing Company ' S Performance In Anambra State. *International Journal Of Business & Law Research*, 6(1), 39–47.
- P.Kotler & Et Al. (2014). Principles Of Marketing. Pearson Education.
- Piskóti, I., & Nagy, S. (2018). A New Customer Satisfaction Management Model. *14th International Scientific Conference „Economics And Management”*, (June 2019), 122–139.
- Rahmawati, G., Ihsaniyati, H., Agribisnis, P. S., Pertanian, F., Sebelas, U., & Surakarta, M. (2018). Loyalitas Petani Dalam Melakukan Pembelian Benih Padi Produksi Pp Kerja Di Solo Raya, *14(2)*, 135–145.
- Razak, I., Nirwanto, N., & Triatanto, B. (2016). The Impact Of Product Quality And Price On Customer. *Journal Of Marketing And Consumer Satisfaction*, 30(2012), 59–68.
- Ridwan. (2013). *Metode Dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Ridwan, B. D., Ibrahim, J. T., & Bakhtiar, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Benih Buncis A.S. Terhadap Loyalitas Pelanggan Cv A.S. Di Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 15(2), 105. <https://doi.org/10.20956/jsep.v15i2.6389>
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati. *Jurnal Stie Semarang*, 8(2), 92–121.
- S.Marti. (2014). Aplikasi Strategi Customer Relationship Management Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus : Pengusaha Catering), 2014(Sentika).
- Šalkauskienė, L. (2017). The Links Between Teamwork And Sustainable Development Concepts To Increase The Competitiveness Of The Organisation. *Professional Studies: Theory And Practice*, 3(18), 45–51. Retrieved From https://www.google.com/search?ei=Hjg0xmtfjzwvwo7-B_Waw&q=The+Links+Between+Teamwork+And+Sustainable+Development+Concepts+To+Increase+The+Competitiveness+Of+The+Organisation+&Oq=The+Links+Between+Teamwork+And+Sustainable+Development+Concepts+To+Increase+T
- Sayaka, B. (2015). Rice Seed System And Characteristics Of Rice Seed Producers In East Java, 185–202.
- Sekaran, U. (2016). *Research Methods For Business*.
- Setyaleksana, B. Y., Suharyono, S., & Yulianto, E. (2017). Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Grapari Telkomsel Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 46(1), 45–51.
- Sheth, J. N. (2016). Manajemen Hubungan Pelanggan : Muncul Praktek , Proses , Dan Disiplin Customer Relationship Management : Muncul Praktek , Proses , Dan Disiplin.

- Shuv-Ami, A. (2015). Personal Level Antecedents Of Ewom And Purchase Intention, On Social Networking Sites. *Journal Of Customer Behavior*, 11(2), 101–115. <https://doi.org/10.1362/147539210x497611>
- Suchánek, P., Richter, J., & Králová, M. (2014). Customer Satisfaction, Product Quality And Performance Of Companies. *Review Of Economic Perspectives*, 14(4), 329–344. <https://doi.org/10.1515/Revecp-2015-0003>
- Sudradjat, S. (2017). Analisis Pemasaran Benih Padi Sawah (*Oryza Sativa L.*) Varietas, (June). <https://doi.org/10.25157/Jimag.V1i1.288>
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta. <https://doi.org/10.1007/S13398-014-0173-7.2>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Šugrová, M., Šedík, P., Kubelaková, A., & Svetlíková, V. (2017). Impact Of The Product Quality On Consumer Satisfaction And Corporate Brand. *Economic Annals-Xxi*, 165(5–6), 133–137. <https://doi.org/10.21003/Ea.V165-27>
- Sujarweni, W. (2016). Implementasi Penentuan Harga Pokok Produksi Untuk Mencapai Laba Optimal (Studi Pada Sentra Ukm Industri Bakpia Di Wilayah, 4(3), 1111–1124. <https://doi.org/10.17509/Jrak.V4i3.4665>
- Sukoco, B. M., & Hartawan, R. A. (2011). Pengaruh Pengalaman Dan Keterikatan Emosional Pada Merk Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 4(3), 1–12.
- Surip, N., Pawirosumarto, S., & Liestijati, F. (2017). The Effect Of Products, Price And Service Quality On Customer Satisfaction In “Rice For The Pooors” Program. *Russian Journal Of Agricultural And Socio-Economic Sciences*, 72(12), 6–18. <https://doi.org/10.18551/Rjoas.2017-12.01>
- Tsiotsou, R. (2010). Brand Loyalty Through Brand Attachment And Brand Trust: A Relational Perspective. *Proceedings Of 6th Thought Leaders International Conference In Brand Management*, (January 2010), 1–13. <https://doi.org/10.13140/Rg.2.1.4317.7122>
- Uncles, M. D., Dowling, G. R., & Hammond, K. (2003). Customer Loyalty And Customer Loyalty Programs. *Journal Of Consumer Marketing*, 20(4–5), 294–316. <https://doi.org/10.1108/07363760310483676>
- Vazquez, P. (2013). Comparación De Índices De Estrés Hídrico, A Partir De Información Captada Por El Sensor Modis, En La Región Pampeana Argentina. *Cuadernos Geograficos*, 52(1), 46–68. <https://doi.org/10.1177/0092070300281009>
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya), 1–5.
- Wheelen, T., & Hunger, J. (2018). *Strategic Management And Business Policy*.
- Widikusyanto, M. J. (2017). Peran Keterikatan Merek Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan (The Role Of Brand Attachment In Building Customer Loyalty) Diterbitkan Oleh Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Serang Raya, (June).
- Yoshizo, S. (2012). Downward Gas – Solids Flow File:///C:/Users/User/Desktop/Downward Gas–Solids Flow Characteristics In A High-Density Downer Reactor.Pdfcharacteristics In A High-Density Downer Reactor. *Journal Of The Academy Of Marketing Science.*, 45(12), 948–954.

<https://doi.org/10.1177/0092070394222001>

- Yuliawan, E., & Cuaca, W. (2016). Mengukur Loyalitas Pelanggan Pada Brastagi Supermarket. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 6(288), 177–192.
- Yunaida, E. (2018). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798–807. <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.685>
- Zainuddin, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Motor Matik. *Sosio E-Kons*, 10(3), 220. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i3.2902>

