



DETERMINASI KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN: HARGA DAN KUALITAS PRODUK (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)

¹Dewa Tegar Pramudita,²Nico Felix Gunawan, ³Martanti Cahya Ningsih,⁴Rana Adilah

¹Mahasiswa Sarjana Program Studi Manajemen, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, email: dewa.tegar.pramudita19@mhs.ubharajaya.ac.id

²Mahasiswa Sarjana Program Studi Manajemen, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, email: nico.felix.gunawan18@mhs.ubharajaya.ac.id

³Mahasiswa Sarjana Program Studi Manajemen, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, email: martanti.cahya.ningsih19@mhs.ubharajaya.ac.id

⁴Mahasiswa Sarjana Program Studi Manajemen, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, email: rana.adilah19@mhs.ubharajaya.ac.id

Korespondensi Penulis: Rana Adilah

Abstrak: Di era globalisasi saat ini, kehidupan bisa dikatakan sudah terbaru. Kondisi usaha bisa dikatakan sangat bersaing antara perusahaan dan perusahaan yang lainnya dimana tingkat persaingan pun akhirnya menjadi sangat tinggi. Dilihat asal harga, pelanggan tentu akan mencari yang serendah-rendahnya tetapi tidak lupa menggunakan kualitas yang bagus dari kualitas produk. Dari kepuasan pelanggan yang sudah terbentuk nantinya akan menimbulkan loyalitas dari pelanggan itu. Riset yang relevan itu sangat penting dalam artikel ilmiah. Riset terdahulu atau riset yang relevan dapat membantu memperkuat teori hubungan atau pengaruh antar variabel. Tujuan penulisan artikel literature review manajemen pemasaran ini ialah demi membangun hipotesis yang dapat digunakan pada riset selanjutnya. Artikel ini mereview peristiwa yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, melingkupi: harga dan kualitas produk McDonald's. Hasil Artikel literature review Penelitian ini adalah: Kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, kehidupan bisa dikatakan sudah terbaru. Kondisi usaha bisa dikatakan sangat bersaing antara perusahaan dan perusahaan yang lainnya dimana tingkat persaingan pun akhirnya menjadi sangat tinggi. Salah satu usaha yg sudah banyak tersebar di Indonesia merupakan fast food. Fast food ialah restoran yang menghadirkan kuliner dan minuman dalam pemesanan presentasi pelanggan yang realtif singkat. Keliru satu fast food yang sangat ternama ialah McDonald's. McDonald's adalah salah satu restoran kuliner fast food yang menunjukkan banyak sekali kuliner cepat saji. Makanan serta minuman yang ditawarkan pun sangat beragam seperti *burger*, *spaghetti*, *fried chicken*, dan sebagainya. McDonald's mampu membentuk tren restoran fast food dan energy berjiwa modern dikalangan rakyat global. Tentu saja kesuksesan tersebut tak diraih menggunakan praktis, startegi

pemasaran McDonald's lah yang perjuangan waralaba tadi mampu bertahan dan bersaing dengan restoran fast food lainnya. Tetapi semakin banyaknya toko makanan cepat saji membuat persaingan semakin ketat. Syarat ini menuntut pihak McDonald's senantiasa menaikkan kualitas produk yg diberikan pada pelanggan. Pelanggan perlu dipuaskan dan secara aktif berkontribusi pada restoran, salah satu konsekuensi dari kepuasan pelanggan adalah loyalitas pelanggan terhadap restoran. Tentunya McDonald's bukan merupakan satu-satunya restoran siap saji yang ada di Kota Bekasi. Bisa dikatakan fast food atau restoran cepat saji telah mewabah di Kota Bekasi serta banyak yang sebagai pesaing berasal McDonald's. Sebab karena itu McDonald's wajib mempertahankan keunggulan agar tidak kehilangan pelanggan. Banyak sekali macam cara bisa dilakukan buat mempertahankan pelanggan, bisa menggunakan memperhatikan kualitas berasal produk yang diberikan. Selain itu, dalam penetapan harga pun harus diperhatikan, tidak terlalu tinggi dan pula tidak terlalu rendah supaya permanen menerima laba.

Harga merupakan keliru satu unsur pada campuran pemasaran yang menghasilkan penjualan sedangkan unsur yg lainnya, hanya artinya unsur biaya saja. Harga mempengaruhi taraf penjualan, tingkat keuntungan market share yang dapat dicapai sang perusahaan. berdasarkan Swastha serta Sukotjo dalam (Oktaviani.J 2010)“ harga ialah sejumlah uang (ditambah beberapa produk bila mungkin) yang diharapkan buat mendapatkan sejumlah kombinasi asal produk serta pelayanannya”.

Menurut Kotler produk merupakan semua yang dapat ditawarkan untuk memuaskan sesuatu kebutuhan dan keinginan konsumen. Berdasarkan Kotler, kepuasan pelanggan artinya perasaan sukacita ataupun frustrasi pada diri seseorang setelah membandingkan harapan dengan kenyataan yang diterima. Kepuasan atau rasa suka yang banyak menciptakan jalinan yang emosional menggunakan merek maupun perusahaan yang berkepentingan. Menurut Kotler, loyalitas adalah sebagai kewajiban yang mengakar demi memesan ataupun kontributif kembali produk atau layanan prioritas dimasa depan, terlepas dari perubahan keadaan pelanggan dan dampak kegiatan pemasaran. (Sembiring 2014).

Banyak faktor-faktor yang nantinya akan mensugesti kepuasan serta loyalitas pelanggan diantaranya harga serta kualitas produk. Dilihat asal harga, pelanggan tentu akan mencari yang serendah-rendahnya tetapi tidak lupa menggunakan kualitas yang bagus dari kualitas produk. Dari kepuasan pelanggan yang sudah terbentuk nantinya akan menimbulkan loyalitas dari pelanggan itu.

Bersumber pada latar belakang di atas, bahwa peneliti melakukan peneliti menggunakan mengambil judul “Determinasi Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan: Pengaruh Harga dan Kualitas Produk”.

Rumusan Permasalahan

Rumusan masalah dalam kajian literature ini adalah sebagai berikut:

- 1) Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
- 2) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
- 3) Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
- 4) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
- 5) Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?

Tujuan penulisan artikel literature review manajemen pemasaran ini ialah demi membangun hipotesis yang dapat digunakan pada riset selanjutnya.

KAJIAN PUSTAKA

Kepuasan Pelanggan

Secara umum kepuasan ialah perasaan sukacita ataupun frustrasi seseorang yang ada karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau akibat) terhadap ekspektasi. Jika kinerja tidak memenuhi harapan maka pelanggan tak akan lega. Evaluasi pelanggan atas kinerja produk bergantung di banyaknya faktor, lebih-lebih klasifikasi ikatan loyalitas yang dimiliki pelanggan. Perusahaan akan bertindak bijaksana menggunakan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur, sebab salah satu kunci buat mempertahankan pelanggan merupakan kepuasan pelanggan menurut Kotler dalam penelitian (Anggriana, Qomariah, and Santoso 2017).

Mengukur Kepuasan Pelanggan

Buat mengatur kepuasan pelanggan terdapat beberapa metode yg bisa diidentifikasi yaitu, survey bersiklus dapat melacak kepuasan secara eksklusif serta pula mengajukan pertanyaan tambahan buat mengukur niat pembelian balik serta kemungkinan atau lain menurut Kotler dalam penelitian (Anggriana, Qomariah, and Santoso 2017), Ada beberapa metode yang mampu dipergunakan setiap perusahaan buat mengukur serta memantau kepuasan pelanggannya serta pelanggan pesaing. Menurut Kotler dalam (Anggriana, Qomariah, and Santoso 2017) mengidentifikasi empat metode buat mengukur kepuasan pelanggan.

- a. Setiap keluhan serta saran
Semua organisasi yang berpusat pada pelanggan (customer-oriented) perlu menyediakan pilihan dan aksesibilitas yang praktis dan nyaman bagi para pelanggan untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan.
- b. *Ghost shopping* (mytery shopping)
Berkat penggunaan beberapa *ghost shopping* yang melihat atau mengklaim sebagai pelanggan potensial dari produk dan pesaing perusahaan. Mereka kemudian diundang untuk berinteraksi atau mengklaim sebagai pelanggan potensial dari produk dan pesaing perusahaan. Dengan staf penyedia layanan dan menggunakan produk atau layanan perusahaan. Biasanya *ghost shopping* diundang untuk mengamati dengan hati-hati dan mengevaluasi bagaimana perusahaan dan para pesaingnya melayani permintaan khusus pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan.
- c. *Lost customer analysis*
Bila memungkinkan, perusahaan harus menghubungi pelanggan yang telah berakhir berbelanja ataupun beranjak pemasok sehingga mereka mampu menafsirkan apa sebab kejadian ini terjadi dan mengambil strategi perbaikan lebih lanjut. Penting untuk memantau derajat kemusnahan konsumen jika tidak hanya wawancara keluar yang diperlukan, tetapi peningkatan tingkat kehilangan pelanggan menunjukkan bahwa perusahaan tidak memuaskan pelanggan.
- d. Survei kepuasan pelanggan
Melalui investigasi perusahaan akan menerima tanggapan dan tanggapan langsung dari pelanggan dan juga akan mempersembahkan impresi aktual bahwa perusahaan memberikan perhatian khusus kepada pelanggannya.

Variabel Kepuasan Pelanggan sudah banyak diteliti oleh peneliti sebelumnya yaitu: (M and Ali 2017), (Limakrisna and Ali 2016), (Ali, Limakrisna, and Jamaluddin 2016), (Mappesona, Ikhsani, and Ali 2020), and (Sulistiorini and Ali 2017).

Loyalitas Pelanggan

Definisi Loyalitas Pelanggan

Loyalitas konsumen seperti mana diketahui bahwa sasaran asal suatu usaha adalah buat membangun para pelanggan merasa puas, terciptanya kepuasan bisa menyampaikan beberapa manfaat, antara lain ikatan sekitar perusahaan lewat pelanggan menjadi serasi untuk memberikan dasar yang baik untuk mengurangi dan menciptakan kesetiaan terhadap mereka serta membuat suatu rekomendasi berasal verbal ke lisan (word of mouth) yang menguntungkan bagi perusahaan menurut Tjiptono dalam (Erica and Rasyid 2018)

Berdasarkan Tjiptono dalam (Erica and Rasyid 2018) loyalitas pelanggan artinya prasetia pelanggan terhadap suatu merek, serta pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif pada pembelian jangka panjang. Dalam penafsiran mampu diartikan bahwa kepatuhan terhadap merek diperoleh sebab adanya kombinasi asal kepuasan dan keberatan. Sedangkan kepuasan konsumen tadi hadir dari beberapa akbar kinerja perusahaan untuk menyebabkan kepuasan tadi dengan meminimalkan keluhan sebagai akibatnya diperoleh pembelian jangka panjang yang dilakukan oleh konsumen.

Manfaat Loyalitas Konsumen terhadap Perusahaan

Menurut Kotler, Hayes dan Bloom dalam buchari alma (Erica and Rasyid 2018) ada enam alasan mengapa perusahaan harus menjaga dan mempertahankan konsumen:

- 1) Pelanggan yang ada memiliki lebih banyak prospek untuk mendapat manfaat dari perusahaan.
- 2) Anggaran yang dikeluarkan bagi perusahaan dalam memelihara pelanggan yang ada jauh lebih kecil dari pada mencari pelanggan baru.
- 3) Pelanggan yang percaya pada lembaga dalam bisnis cenderung percaya pada kasus lain.
- 4) Jika sebuah perusahaan tua memiliki banyak pelanggan lama, perusahaan akan mendapat manfaat karena efisiensi. Pelanggan lama telah terasa tentu saja tidak ada lagi permintaan, perusahaan memelihara dan membuat mereka cukup. Secara umum melayani karyawan baru yang digunakan untuk melatih mereka, sehingga dana layanan karenanya lebih murah.
- 5) Pelanggan lama tentu memiliki banyak pengalaman positif terkait perusahaan, untuk menyurutkan biaya psikologis dan sosialisasi.
- 6) Pelanggan tua akan mencoba untuk mempertahankan perusahaan kepada teman dan lingkungan mereka.

Variabel Loyalitas Pelanggan sudah banyak diteliti oleh peneliti sebelumnya diantaranya adalah: (Djojo and Ali 2012), (Binsar, Pangaribuan, and Ali 2018), (Setyadi 2017), (Journal and Ali 2017),

Harga

Kotler serta Amstrong mendefinisikan harga ialah sejumlah uang yang bertanggung jawab atas suatu produk dan layanan atau jumlah nilai yang ditukarkan oleh klien untuk mendapatkan manfaat awal memiliki atau menggunakan produk atau layanan. Sedangkan Kotler dan Keller dalam (Kusuma and Suwitho 2015) mengartikan harga artinya galat satu komponen satuan pemasaran yang membuat pendapatan, elemen lain membentuk porto. Harga ialah elemen termudah pada acara pemasaran buat disesuaikan, fitur produk, saluran, dan sampai-sampai komunikasi membutuhkan waktu. Para ahli dapat menyimpulkan bahwa harga adalah beberapa nilai uang yang dipengaruhi sang penjual barang/jasa dan dibayar sang pembeli suatu produk/jasa guna buat memenuhi kebutuhan serta impian pembeli.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga

Banyaknya faktor yg menghipnotis penetapan harga, menurut partikelir (Erma serta Sinaga) dalam (Kusuma and Suwitho 2015) menyampaikan bahwa faktor faktor tadi ada pada suatu produk barang/jasa. Faktor tersebut meliputi:

- a. Kondisi Perekonomian
- b. Penawaran dan Permintaan
- c. Elastisitas Permintaan
- d. Persaingan
- e. Biaya
- f. Tujuan Manajer
- g. Pengawasan Pemerintah.

Indikator Harga

Kotler dan Amstrong dalam (Kusuma and Suwitho 2015) mengungkapkan bahwa didalam indikator harga terdapat sejumlah komponen aktivitas unggul dengan harga. Indikator tersebut meliputi:

- a. Daftar Harga
- b. Diskon
- c. Syarat Pembayaran
- d. Potongan Harga
- e. Kredit
- f. Periode Pembayaran

Variabel Harga sudah banyak diteliti oleh peneliti sebelumnya diantaranya adalah: (Christina Catur Widayati et al. 2020), and (C.C. Widayati et al. 2020), (Ali, Narulita, and Nurmahdi 2018b), (Ikhsani and Ali 2017), (Richardo et al. 2020), (Brata, Husani, and Ali 2017).

Kualitas Produk

Kualitas dapat ditafsirkan oleh kapasitas produk untuk melakukan fungsinya yang mencakup keberlanjutan, keandalan atau kemajuan, kekuatan, kenyamanan dalam produk pengemasan perbaikan dan karakteristik lainnya menurut Luthfia dalam (Putra 2021). Setiap produsen harus dapat menaikkan produk yang dihasilkan untuk membantu atau mendukung atau meningkatkan atau memelihara produk dalam target. Mengingat kualitas produk, koneksi kepuasan konsumen adalah tujuan dari produsen kegiatan pemasaran. Menurut Schiffman dan Kanuk kualitas produk adalah kemampuan tubuh perusahaan untuk memberikan identitas atau fungsionalitas pada setiap produk sehingga konsumen dapat mengenali produk.

Indikator Kualitas Produk

Menurut Gito Sudarma dalam (Putra 2021) mengungkapkan indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas produk yaitu:

- a. Berbagai jenis variasi produk
- b. Produk permanen
- c. Kualitas produk sesuai dengan spesifikasi konsumen
- d. Tampilan paket produk
- e. Kualitas produk terbaik dibandingkan dengan merek lain

Variabel Kualitas Produk sudah banyak diteliti oleh peneliti sebelumnya yaitu:

(Desfiandi, Fionita, and Ali 2017), (M and Ali 2017), (Ali, Narulita, and Nurmahdi 2018a), (M and Ali 2017), (Ali, Evi, and Nurmahdi 2018).

Penelitian Terdahulu

Dalam sebuah penelitian, dapat dilihat dalam berbagai aspek yang mencakup referensi-referensi untuk kajian penulis, seperti yang terlihat dala table berikut ini:

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul	Persamaan dengan Riset ini	Hasil
1	Lumintang Intan Sintya, S.L.H.V. Joyce. Lampian, dan Merlyn M. Karuntu ; 2018	Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Onlin pada Mahasiswa FEB Unsrat Manado	Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan	Pengaruh secara simultan antara variabel independen yaitu Harga dan Kualitas layanan terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan pada pengguna Gojek Online. Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online pada Mahasiswa FEB Unsrat Manado dipengaruhi oleh peningkatan atau penurunan Harga.
2	Inka Jenita Sembiring, Suharyono, Andriyani Kusumawati ; 2014	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonald's MT.Haryono Malang)	Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan	Variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pelanggan maupun Loyalitas Pelanggan McDonald's di MT.Hayono Malang.
3	Emik Iriyanti , Nurul Qomariah, Akhmad Suharto ; 2016	Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Depot Mie Pangsit Jember	Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.	Harga, Kualitas Produk dan Lokasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap Loyalitas Pelanggan maupun Kepuasan Pelanggan
4	Euginia Andrea Dennisa dan Suryono Budi santoso ; 2016	Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada klinik kecantikan cosmetic semarang)	Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan	Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Kualitas Produk, Kualitas layanan, Citra Merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap Loyalitas Pelanggan.
5	Timotius Hendra, Achmad Helmy Djawahir Atim	Pengaruh Nilai, Kualitas Pelayanan, Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan.	Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	Nilai, Kualitas Pelayanan, Pengalaman Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan maupun Loyalitas Pelanggan.

	Djazuli ; 2017			
6	Agung Firatmadi ; 2017	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan serta dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan	Harga berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan	Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan
7	Agussalim dan Hapzi Ali ; 2017	Model Kepuasan Pelanggan: Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Citra Merek pada Giant Citra Raya Jakarta	Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan	Kualitas Produk dan Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Citra Merek
8	Andri Winata dan Isnawan Ahul Fiqri ; 2017	Pengaruh Harga dan Kualitas Jasa terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Emersia di Bandar Lampung	Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan	Harga dan Kualitas Jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan
9	Ika Kusumasas ti, Andarwati, Djumlah Hadiwidjoj o ; 2017	Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Cofee Shop	Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan	Kualitas Produk dan Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan
10	Meidiarta Bhinawan dan Hapzi Ali ; 2017	Analisis Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Penelitian Lapangan di PT. Nusantara Water Center)	Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	Citra Perusahaan dan Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berjenis kualitatif menggunakan pendekatan studi literature yang bertujuan menerima pelukisan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi akibat pemasaran perguruan tinggi. Langkah yg dilalui adalah pengumpulan isu berasal literature artikel jurnal online dengan membuat meta analisis jurnal menjadi asal primer. Selanjutnya dilengkapi dengan referensi kitab, tulisan online yang berkaitan menggunakan penekanan penelitian. Jadi kegiatan riset hanya bersifat studi kepustakaan, belum dilakukan pencarian data kekinian pada suatu lokasi secara kuantitatif melalui studi lapangan oleh peneliti. Metode penulisan artikel ilmiah ini adalah menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literature (Library Research). Asal yang dijadikan rujukan artinya buku-kitab, google scholar, artikel ilmiah online, dan blog ilmiah. (Musthofa et al. 2021)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Harga ialah seluruh aliran biaya moneter yang dikorbankan sang konsumen buat memperoleh, memiliki, memanfaatkan jumlah kombinasi berasal barang beserta pelayanan dari suatu produk. Bagi perusahaan penetapan harga ialah cara buat membedakan penawarannya berasal para pesaing menurut Hasan, harga memiliki pengaruh yang signifikan

terhadap kepuasan pelanggan (Sintya et al. n.d.) Korelasi positif antara harga menggunakan kepuasan pelanggan. Semakin tinggi kelayakan taraf harga maka semakin banyak pula kepuasan pelanggan. Kebalikannya semakin rendah harga maka semakin rendah juga taraf kepuasan pelanggan. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan sejalan dengan artikel penelitian sebelumnya yaitu: (Firatmadi 2017), (Oktarini 2020), (Novia and Sutrisna 2017)

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas produk sangat krusial bagi kepuasan pelanggan, sebab taraf kepuasan pelanggan sangat bergantung pada mutu suatu produk. Tingkat kualitas Produk yang tinggi akan membentuk taraf kepuasan pelanggan yg tinggi. Menggunakan menjaga kepuasan konsumen akan menaikkan kelangsungan hubungan dengan konsumen usang dan konsumen baru. Diharapkan McDonald's di Kota Bekasi menaikkan kualitas produknya supaya dapat menaikkan kepuasan bagi pelanggan. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, karena produk yang berkualitas tinggi dapat memotivasi konsumen untuk membeli, sehingga dengan adanya keputusan konsumen dapat meningkatkan kepuasan pelanggan menurut Sucoko, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Sembiring 2014). Hubungan atau pengaruh variabel Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan sejalan dengan artikel penelitian sebelumnya yaitu: (M and Ali 2017), (Montung 2015), (Shartykarini, Shary 2016).

Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan

Harga berkaitan erat dengan loyalitas pelanggan karena dapat membangun hubungan yang kuat dengan perusahaan dalam jangka panjang. Menurut (Emik Iriyanti and Suharto 2016) harga merupakan sebuah taraf yang diperjual belikan konsumen untuk keuntungan memiliki ataupun memanfaatkan suatu produk atau layanan, yang tarafnya ditentukan melalui negoisasi antar pembeli dan penjual, atau dengan harga yang sama dengan penjual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Ini berarti bahwa setiap kenaikan atau penurunan harga akan berdampak pada loyalitas pelanggan. Hubungan atau pengaruh variabel Harga dengan Loyalitas Pelanggan sejalan dengan artikel penelitian sebelumnya yaitu: (Winata and Fiqr 2017), (Setyowati 2017), (Hidayat, Deddy Rakhmad 2016).

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan

Kualitas produk mempunyai berkaitan erat dengan loyalitas pelanggan, sebab kualitas produk adalah ciri dari sebuah produk diberikan kepada pelanggan dan loyalitas ialah komitmen pelanggan yang kuat untuk memastikan bahwa pelanggan membeli produk lagi. Menurut (Dennisa and Santoso 2016) kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hubungan atau pengaruh variabel Kualitas Produk dengan Loyalitas Pelanggan sejalan dengan artikel penelitian sebelumnya yaitu: (Kusumasasti and Djumilah Hadiwidjojo 2017), (Kurniawati 2014), (Cahyati 2018).

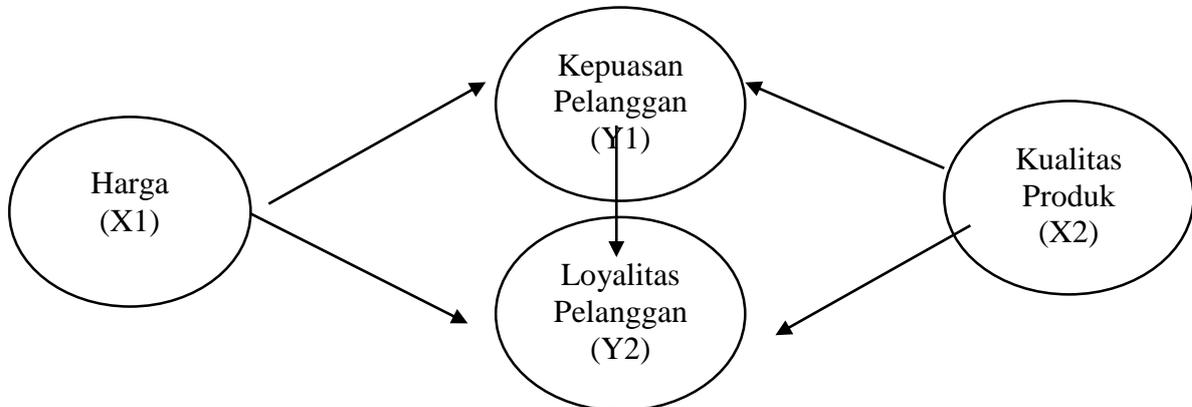
Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hubungan antara kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan ialah Jika badan usaha menaikkan kepuasan pada pelanggan maka loyalitas pelanggan juga akan semakin tinggi, begitu pula kebalikannya. Pada suatu bisnis atau usaha, kepuasan dan loyalitas pelanggan menjadi sangat penting sebab dapat membantu menaikkan laba sebagai akibatnya sebaiknya perusahaan selalu menjaga korelasi yang baik dengan pelanggannya. Menurut (Hendra et al. 2017) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hubungan atau pengaruh variabel Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas

Pelanggan sejalan dengan artikel penelitian sebelumnya yaitu: (Journal and Ali 2017), (Safitri n.d.), (Tjahjaningsih 2016).

CONCEPTUAL FRAMEWORK

Bersumber pada rumusan masalah, kajian teori, penelitian terdahulu dan maka conceptual framework ini adalah sebagai berikut:



Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1) dan Loyalitas Pelanggan. Selain Harga (X1) dan Kualitas Produk (X1) yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y1) terdapat variabel lainnya yaitu sebagai berikut:

- 1) Kualitas Layanan (X3) : (M and Ali 2017), (Limakrisna and Ali 2016), (Yunita and Ali 2017).
- 2) Citra Merek (X4) : (Kurniawati 2014), (Ali, Limakrisna, and Jamaluddin 2016), (M and Ali 2017).
- 3) Citra Perusahaan (X5) : (Safitri n.d.), (Journal and Ali 2017).
- 4) Brand Awareness (X6) : (Toto Handiman and Ali 2019), (Novansa and Ali 2017).
- 5) Promosi (X7) : (Ali, Evi, and Nurmahdi 2018), (Prihartono and Ali 2020), (Richardo et al. 2020).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- 1) Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- 2) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- 3) Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
- 4) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
- 5) Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas saran artikel ini adalah bahwa masih banyak faktor lain yang mempengaruhi harga dan kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, oleh karena itu masih diperlukan kajian yang lebih lanjut untuk melengkapi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan selain yang diteliti pada artikel ini seperti: kualitas layanan (x3) dan citra merek (x4). McDonald's harus terus memperhatikan harga serta kualitas produk yg ditawarkan dalam upaya menaikkan kepuasan pelanggan serta membangun loyalitas pelanggan. Hal tersebut dikarenakan, perkembangan semakin pesat mempengaruhi persepsi pelanggan.

DAFTAR RUJUKAN

- Ali, Hapzi, Narulita Evi, and Adi Nurmahdi. 2018. "The Influence of Service Quality , Brand Image and Promotion on Purchase Decision at MCU Eka Hospital." *Business and Management Studies*.
- Ali, Hapzi, Nandan Limakrisna, and Said Jamaluddin. 2016. "Model of Customer Satisfaction: The Empirical Study at Bri in Jambi." *International Journal of Applied Business and Economic Research*.
- Ali, Hapzi, Evi Narulita, and Adi Nurmahdi. 2018a. "Saudi Journal of Business and Management Studies (SJBMS) The Influence of Service Quality , Brand Image and Promotion on Purchase Decision at MCU Eka Hospital." *Business and Management Studies*.
- . 2018b. "The Influence of Service Quality, Brand Image and Promotion on Purchase Decision at MCU Eka Hospital." *Saudi Journal of Business and Management Studies*.
- Anggriana, Rina, Nurul Qomariah, and Budi Santoso. 2017. "Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online 'Om-Jek' Jember." *JSMBI (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia)* 7 no 2(2): 137–56.
- Binsar, Jeri, Matius Pangaribuan, and Hapzi Ali. 2018. "Influence Service Quality, Customer Relationship and Customer Satisfaction to Customer Loyalty: Case Study in Individual Customer PT. Prudential in 2016." *Saudi Journal of Business and Management Studies (SJBMS)*.
- Brata, Baruna Hadi, Shilvana Husani, and Hapzi Ali. 2017. "The Importance of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purcese Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta." *Saudi Journal of Business and Management Studies*.
- Cahyati, Dewi Noer. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening: Studi Pada Konsumen Produk Buccheri Di Kota Kediri (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim)."
- Dennisa, Eugenia Andrea, and Suryono Budi Santoso. 2016. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang)." *Diponegoro Journal of Management* 5(3): 1–13.
- Desfiandi, Andi, Ita Fionita, and Hapzi Ali. 2017. "Implementation of the Information Systems and the Creative Economy for the Competitive Advantages on Tourism in the Province of Lampung." *International Journal of Economic Research*.
- Djojo, Adji, and Hapzi Ali. 2012. Archives Des Sciences *Information Technology Service Performance and Client's Relationship to Increase Banking Image and Its Influence on Deposits Customer Banks Loyalty (A Survey of Banking in Jambi)*.
- Emik Iriyanti, Nurul Qomariah, and Akhmad Suharto. 2016. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Depot Mie Pangsit Jember." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 2(1): 1–15.
http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=11&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiF7_C856PbAhWOWysKHQiTBaA4ChAWCCYwAA&url=http%3A%2F%2Fjurnal.unmuhjember.ac.id%2Findex.php%2FJMBI%2Farticle%2Fdownload%2F59%2F40&usq=A0vVaw0MolJ4RlvQ7Rk8ai7Di8W0.
- Erica, Denny, and Harun Al Rasyid. 2018. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online Di Jakarta." *Jurnal Ecodemica* 19 No. 2(2): 168–76.

- Firatmadi, Agung. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan." *Journal of Business Studies* 2(2): 2443–3837. <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/jbsuta/article/viewFile/959/667>.
- Hendra, Timotius et al. 2017. "PENGARUH NILAI, KUALITAS PELAYANAN, PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus Pada Giant Supermarket Sawojajar, Kota Malang)." *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 4(2): 129–41.
- Hidayat, Deddy Rakhmad, and Muhammad Riza Firdaus. 2016. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Kepercayaan, Citra Perusahaan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan:(Studi Pada Pelanggan Telkom Speedy Di Palangka Raya). *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 2(3), 237-250."
- Ikhsani, Khilyatin, and Dan Hapzi Ali. 2017. *Jurnal SWOT Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Harga Dan Brand Awareness (Studi Kasus Produk Teh Botol Sosro Di Giant Mall Permata Tangerang)*.
- Journal, A Multidisciplinary, and Hapzi Ali. 2017. "Scholars Bulletin Analysis of the Company Image and Service Quality through Customer Satisfaction to Customer Loyalty (A Field Research in PT . Nusantara Water Centre)." : 149–58.
- Kurniawati, Dewi. 2014. "KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Studi Pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang)." 14(2): 1–9.
- Kusuma, Rizal Wahyu, and Suwitho. 2015. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 4: 1–17.
- Kusumasasti, Ika, and Andarwati Djumilah Hadiwidjojo. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Coffee Shop." *Ekonomi Bisnis* 22(2): 123–29. <http://journal2.um.ac.id/index.php/ekobis/article/view/2364>.
- Limakrisna, Nandan, and Hapzi Ali. 2016. "Model of Customer Satisfaction: Empirical Study At Fast Food Restaurants in Bandung." *International Journal of Business and Commerce*.
- M, Agussalim, and Hapzi Ali. 2017. "MODEL KEPUASAN PELANGGAN: ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP CITRA MEREK PADA GIANT CITRA RAYA JAKARTA." *Jurnal Manajemen*.
- Mappesona, Henry, Khilyatin Ikhsani, and Hapzi Ali. 2020. "Customer Purchase Decision Model, Supply Chain Management and Customer Satisfaction: Product Quality and Promotion Analysis." *International Journal of Supply Chain Management*.
- Montung, Pamela. 2015. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Kawan Baru. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(5)."
- Novansa, Hafizh, and Hapzi Ali. 2017. "Purchase Decision Model: Analysis of Brand Image, Brand Awareness and Price (Case Study SMECO Indonesia SME Products)." *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*.
- Novia, Hanna Ester, and Endang Sutrisna. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ekspedisi Di Pekanbaru." *Jom Fisip* 4(2): 1–15.
- Oktarini, Riri. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek Di Kota Tangerang." *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang* 6(2): 248.
- Oktaviani.J. 2010. "Jurnal Keuangan & Bisnis Volume 2 No.1, Maret 2010, P : 71-87 Dita Amanah PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MAJESTYK BAKERY & CAKE SHOP CABANG H.M. YAMIN MEDAN Dita." *Sereal Untuk* 1(1): 71–87.
- Prihartono, and Hapzi Ali. 2020. "The Promises Ethics and Marketing Concept Strategy as a

- Competitive Advantage on Private Higher Education (A Survey on Perception of Product Attributes and Promotion Mix in Indonesia)." *Talent Development and Excellence*.
- Putra, Rio. 2021. "Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran)." *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 2(4): 516–24.
- Richardo, Muhammad Hussin, Muhammad Helmi Bin Norman, and Hapzi Ali. 2020. "A Student Loyalty Model: Promotion, Products, and Registration Decision Analysis-Case Study of Griya English Fun Learning at the Tutoring Institute in Wonosobo Central Java." *International Journal of Innovation, Creativity and Change*.
- Safitri, Erwina. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Service Center [Studi Pada Pelanggan Samsung Service Center Di Kota Malang]."
- Sembiring, I. 2014. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN (Studi Pada Pelanggan McDonald's MT.Haryono Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya* 15(1): 84504.
- Setyadi, Dr. Antonius. 2017. "Build Customer Loyalty with CRM and Brand Image (Case Study on Giant Citra Raya)." *IOSR Journal of Business and Management* 19(01): 35–42.
- Setyowati, Erni. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemeditasi. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 18(2), 102-112."
- Shartykarini, Shary, and Muhammad Riza Firdaus. 2016. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pengunjung Cafe Di Banjarbaru). *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 4(1), 39-52."
- Sintya, Lumintang Intan, Merlyn M Karuntu, Universitas Sam, and Ratulangi Manado. "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA TRANSPORTASI GO-JEK ONLINE PADA MAHASISWA FEB UNSRAT MANADO THE INFLUENCE OF PRICE AND QUALITY OF SERVICE ON CUSTOMER SATISFACTION OF GO-JEK ONLINE TRANSPORTATION SERVICES IN STUDENT FEB." 6(3): 1778–87.
- Sulistiorini, Mutiara Safitri, and Hapzi Ali. 2017. "Customer Satisfaction Model: Product Analysis, Price, Promotion and Distribution (Case Study at PT Integrasia Utama)." *International Journal of Applied Business and Economic Research*.
- Tjahjaningsih, Endang. 2016. "Pengaruh Citra Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Supermarket Carrefour Di Semarang). *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 28(2)."
- Toto Handiman, Unang, and Hapzi Ali. 2019. *International Journal of Business Marketing and Management (IJBMM) The Influence of Brand Knowledge and Brand Relationship On Purchase Decision Through Brand Attachment*.
- Widayati, C.C., H. Ali, D. Permana, and A. Nugroho. 2020. "The Role of Destination Image on Visiting Decisions through Word of Mouth in Urban Tourism in Yogyakarta." *International Journal of Innovation, Creativity and Change* 12(3).
- Widayati, Christina Catur, Hapzi Ali, Dudi Permana, and Arissetyanto Nugroho. 2020. "The Role of Destination Image on Visiting Decisions through Word of Mouth in Urban Tourism in Yogyakarta." *International Journal of Innovation, Creativity and Change*.
- Winata, Andri, and Isnawan Ahlul Fiqr. 2017. "Loyalitas Pelanggan Hotel Emersia Di Bandar." *Jurnal Manajemen Magister* 03(02): 133–49.
<https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/jmmd/article/view/989/644%0A>.

Yunita, Dian, and Hapzi Ali. 2017. "Model of Purchasing Decision (Renting) of Generator Set : Analysis of Product Quality , Price an Service at PT . Hartekprima Listrindo." *Economics, Business and Management*.