

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Ulasan Pelanggan pada Mie Gacoan Cabang Solo Veteran

Siti Muzazanah¹, Is Fadhillah²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT, Surabaya

muzazanah210@gmail.com¹, isfadhillah@gmail.com²

ABSTRACT

Indonesia is a country with a variety of cultures, customs, regional languages and food which has different characteristics in each region. Various culinary delights have become an attraction for local and foreign tourists. Seeing this huge interest and potential, it has aroused people's interest in trying businesses in the culinary sector. Mie Gacoan is one of Indonesia's culinary businesses that is growing and spread across various regions. By having a unique menu name at the beginning of its opening, Mie Gacoan succeeded in attracting many consumers with its flagship menu, namely spicy noodles with adjustable levels of spiciness and selling other products in the form of dim sum and various kinds of drinks. This research aims to determine the influence of service quality and product quality on customer reviews of Mie Gacoan at the Solo Veteran branch. Data collection in this research used a questionnaire containing 12 questions which were distributed to 126 respondents who were Mie Gacoan Solo Veteran customers. With questions and statements related to the variables being studied, namely the influence of service quality and product quality on customer reviews of Mie Gacoan Solo Veteran Branch. The method used in this research uses quantitative methods. Sampling used a non-purposive sampling technique with respondents who currently reside in the Greater Solo area and have made purchases at Mie Gacoan Solo Veteran Branch. The results of the analysis on the t test of the service quality variable have a significance value of 0.106 which is greater than 0.05 with a calculated t value of 1.629, so it can be said that the service quality variable has no effect on the review variable. Meanwhile, the value of the product quality variable is the calculated t and t table values or $6.359 > 1.661$. Apart from that, it is known that the significance of X2 to Y is 0.00, which means it is smaller than 0.05. So it is concluded that there is a significant influence between product quality on the reviews that customers will give to Mie Gacoan Solo Veteran Branch.

Keywords : *Service Quality, Product Quality, Purchasing Decisions, Customer Reviews*

ABSTRAK

Indonesia adalah salah satu negara dengan beragam budaya, adat, bahasa daerah hingga makanannya yang memiliki ciri khas berbeda pada setiap daerahnya. Berbagai kuliner menjadi daya tarik bagi wisatawan lokal hingga mancanegara, melihat ketertarikan dan potensi yang cukup besar tersebut, membangkitkan minat masyarakat untuk mencoba bisnis di bidang kuliner. Mie Gacoan adalah salah satu bisnis kuliner Indonesia yang semakin berkembang dan tersebar di berbagai daerah, dengan memiliki nama menu yang unik pada awal pembukaannya mie gacoan berhasil menarik banyak konsumen dengan menu andalannya yaitu mie pedas dengan tingkat level kepedasan yang dapat disesuaikan dan menjual produk lainnya berupa dimsum dan berbagai macam minuman. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap ulasan pelanggan pada Mie Gacoan di cabang Solo Veteran. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang berisi 12 butir pertanyaan yang dibagikan kepada 126 responden yang merupakan pelanggan Mie Gacoan Solo Veteran. Dengan pertanyaan maupun pernyataan yang berkaitan dengan variabel-variabel yang sedang diteliti yaitu pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap ulasan pelanggan Mie Gacoan Cabang Solo Veteran. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengambilan sampel

menggunakan teknik *non purposive sampling* dengan responden yang sedang berdomisili di wilayah Solo Raya dan pernah melakukan pembelian di Mie Gacoan Cabang Solo Veteran. Hasil analisis pada uji t dari variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,106 lebih besar dari 0,05 dengan nilai t hitung sebesar 1,629 maka dapat dikatakan variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap variabel ulasan. Sedangkan nilai variabel kualitas produk nilai t hitung dan t tabel atau $6,359 > 1,661$ selain itu di ketahui signifikansi dari X2 terhadap Y adalah sebesar 0,00 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Maka disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap ulasan yang akan diberikan pelanggan pada Mie Gacoan Cabang Solo Veteran.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Ulasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi modern saat ini negara-negara didunia berkembang dengan segala potensi yang dimiliki. Semua orang baik individu atau kelompok melakukan kegiatan usaha dengan mencari keuntungan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya masing-masing. Seluruh kalangan tentu sudah mengenali akan dunia bisnis yang mengalami pertumbuhan secara pesat dan cepat. Salah satu bisnis yang berkaitan dengan kebutuhan manusia yakni bisnis kuliner atau makanan.

Indonesia adalah salah satu negara dengan beragam budaya, adat, bahasa daerah hingga makanannya yang memiliki ciri khas berbeda pada setiap daerahnya. Berbagai kuliner menjadi daya tarik bagi wisatawan lokal hingga mancanegara, melihat ketertarikan dan potensi yang cukup besar tersebut, membangkitkan minat masyarakat untuk mencoba bisnis di bidang kuliner.

Bisnis kuliner pada era saat ini menjadi salah satu bisnis yang mengalami perkembangan pesat, baik dengan kualitas produk, harga yang sesuai juga penjaminan kenyamanan kepada konsumen dengan pelayanan yang baik. Salah satunya di Surakarta bisnis yang tidak pernah mati adalah bisnis kuliner karena selain menghasilkan keuntungan yang tinggi dan sebagai kebutuhan pokok manusia juga dimanfaatkan menjadi mata pencaharian masyarakat. Hal ini dapat kita lihat dari berbagai macam makanan yang dijual serta beraneka ragam tentu dengan pengolahan yang dibuat semenarik mungkin.

Dalam dunia bisnis atau usaha kuliner kualitas pelayanan merupakan hal penting untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan konsumen tentu mereka akan senang dan merasa puas juga memberikan ulasan positif/baik pada media yang akan memberikan dampak bagus untuk perusahaan menjadi lebih unggul dengan pesaingnya. Ketika pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, mereka cenderung kembali untuk membeli lagi bahkan merekomendasikan perusahaan/ bisnis tersebut kepada orang lain.

Melansir situs Mitracomm Ekasarana (2023), persaingan di dunia bisnis semakin ketat, mengharuskan perusahaan untuk menyadari bahwa kepuasan pelanggan bukan sekedar pilihan, tapi menjadi suatu keharusan. Ketika konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, mereka cenderung kembali untuk berkunjung lagi bahkan merekomendasikan produk atau jasa. Sebaliknya, pengalaman buruk dalam berinteraksi dengan perusahaan dapat berakibat tidak baik, termasuk kehilangan pelanggan serta permanen dan potensi penyebaran ulasan negatif yang dapat merusak reputasi bisnis. Maka

dari itu, perusahaan harus bertekad untuk terus meningkatkan kualitas layanan pelanggan mereka.

Dilansir situs foodizz.id (2023), konsistensi kualitas produk merupakan hal yang sangat penting di dalam bisnis kuliner. Pemilik bisnis atau perusahaan pasti selalu ingin menyajikan produk terbaik untuk konsumen, namun memang menjaga kualitas produk bukan perkara mudah, apalagi jika bisnisnya tidak di jaga dan jalankan sendiri, dan juga sedang berkembang banyak cabang.

Perusahaan yang menjamin kualitas produk menjadi faktor utama pada keputusan pembelian karena kualitas produk adalah ekspektasi dan harapan pelanggan yang menciptakan loyalitas (*repeat + rekomendasi*) yang menjadikan bisnis bertahan jangka panjang. Memantau ulasan atau review konsumen menjadi kegiatan yang wajib dilakukan sebab hal tersebut berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen lain. Tim marketing dalam perusahaan harus selalu aktif menanggapi ulasan konsumen jika ada komplain atau masukan untuk bisa segera di follow up dan melakukan perbaikan terhadap masukan pada kualitas produk.

Saat ini, industri kuliner semakin kompetitif, persaingan bisnis menjadi hal yang tak terhindarkan, menjaga konsistensi pengalaman pelanggan dianggap penting dalam dunia bisnis. Jika perusahaan mampu mengoptimalkan kinerja semua tim yang terfokuskan pada kualitas pelayanan dan kualitas produk yang diberikan kepada konsumen maka bisnis yang dijalankan akan bertahan jangka panjang dan dapat memenangkan hati konsumen. Oleh karena itu, penelitian yang mendalam terkait pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap ulasan pelanggan sangat relevan untuk dilakukan.

Saat ini, persaingan antara bisnis antar perusahaan semakin ketat, kemampuan public speaking dan good looking dianggap penting dalam dunia kerja. Jika terdapat beberapa perusahaan yang mampu mengoptimalkan staff marketingnya untuk memiliki skill public speaking dan harus berpenampilan menarik maka perusahaan tersebut akan lebih unggul dalam membangun hubungan bisnis, mempengaruhi dan meyakini pelanggan. Oleh karena itu, penelitian yang mendalam terkait pengaruh public speaking dan good looking terhadap kinerja staf marketing sangat relevan untuk dilakukan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul : “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Ulasan Pelanggan Pada Mie Gacoan Cabang Solo Veteran”.

TINJAUAN LITERATUR

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Sedangkan menurut As'ari (2018) kualitas pelayanan yakni layanan yang dapat menyatakan kepuasan pada pelanggan serta senantiasa pada batasan untuk pemenuhan dalam kualifikasi pelayanan sehingga wajib dan mesti dilaksanakan secara berkepanjangan. Bentuk kepuasan konsumen dapat terpenuhi ketika konsumen menerima kualitas pelayanan tersebut sesuai dengan keinginannya.

Dalam menentukan dimensi penilaian kualitas jasa, terdapat suatu metode yang menjadi acuan hingga saat ini. Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019), menentukan standar kualitas jasa dapat dilihat dari dimensi terdapat 5 Indikator untuk kualitas pelayanan, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*.

Kualitas Produk

Menurut Kotler (2019) kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau implikasikan. Kualitas produk mengacu pada kemampuan produk untuk melakukan tugasnya, yang antara lain mencakup daya tahan, keandalan, kemudahan penggunaan dan kemampuan untuk diperbaiki. Kualitas produk menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan produk yang memiliki keunggulan dan dapat bersaing secara ketat dengan mencakup daya tahan, kehandalan, kekuatan, kemudahan, dan dalam pengemasan produknya.

Kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis dari barang/jasa yang mempunyai manfaat bagi konsumen sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen (Kotler dan Keller, 2009). Terdapat 3 (tiga) indikator yang mempengaruhi dari kualitas produk itu sendiri, yaitu spesifikasi produk, kinerja produk, dan tampilan produk.

Ulasan Pelanggan

Menurut Hubspot, *customer review* atau ulasan pelanggan disebut sebagai cerminan dari pengalaman pelanggan ketika menggunakan produk/layanan tertentu. Ulasan ini dapat ditemukan di *platform online shop*, ulasan Google hingga Facebook. Catatan dari pelanggan dalam suatu kolom yang tersedia di *platform* perdagangan elektronik difungsikan sebagai wadah untuk memberikan gambaran serta penilaian mengenai bagaimana sebenarnya kualitas produk tersebut. (Ilmiyah & Krishernawan, 2020).

Menurut (Fahimah & Munfarida, 2023) terdapat empat indikator ulasan produk. Yaitu Pengaruh, Kesadaran, Perbandingan, dan Frekuensi.

METODE PENELITIAN

Jenis pendekatan yang dipilih pada penelitian ini yakni metode pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini ialah pelanggan yang pernah mengkonsumsi Mie Gacoan serta berdomisili di wilayah Solo Raya. Instrumen kuesioner sebagai alat yang menggunakan Skala Likert yang merupakan sebuah pengukuran yang dapat dilakukan untuk mengukur berupa sikap, pendapat serta persepsi seseorang atau sekelompok orang sebagai fenomena sosial, mempunyai susunan dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju, misalnya checklist atau tanda silang pada jawaban yang dipilih sesuai pernyataan. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi (r^2), uji statistik t, dan uji statistik f (Sugiyono, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Hipotesa

Uji Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (r²)

Tabel 1. Uji Koefisien Determinasi (r²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.784 ^a	.614	.608	3.114

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

Sumber:

Data

diolah peneliti, 2024

- Nilai R sebesar 0,784 yang menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel dependen Ulasan Pelanggan dengan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk, yaitu sebesar 78,4 persen.
- R Square sebesar 0,614 berarti ulasan pelanggan mampu diprediksikan oleh kualitas pelayanan dan kualitas produk sebesar 61,4 persen sedangkan sisanya 38,6 persen oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
- Nilai Adjusted R Square atau koefisien determinasi sebesar 0,608 berarti kualitas pelayanan dan kualitas produk mampu menjelaskan variabel ulasan pelanggan sebesar 60,8 persen sedangkan 39,2 persen variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
- Ada dua pilihan, memakai R Square atau memakai Adjusted R Square, apabila jumlah variabel lebih dari dua, maka digunakan Adjusted R Square. Sehingga nilai yang digunakan dalam koefisien adalah 60,8%.
- Standar error of the estimate adalah sebesar 0,3114.

Uji Model F

Tabel 2. Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1900.040	2	950.020	97.958	.000 ^b
	Residual	1192.888	123	9.698		
	Total	3092.929	125			

a. Dependent Variable: Ulasan Pelanggan

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

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak.

Uji F dilakukan untuk membuktikan apakah semua variabel independen (kualitas pelayanan dan kualitas produk) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (ulasan pelanggan). Uji simultan (Uji F)

dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai Fhitung dan Ftabel dengan tingkat signifikansi = 0,05.

Berdasarkan hasil uji statistik F pada tabel di atas terlihat bahwa Fhitung = 97,958 > Ftabel = 3,089 dengan tingkat signifikansi (0,00) yang berarti lebih kecil dari probabilitas yang ditetapkan (0,05). Hal ini berarti bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap ulasan pelanggan mie gacoan Solo veteran.

Uji Model t

Tabel 3. Uji t Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.469	1.996		.235	.815
	Kualitas Pelayanan	.162	.099	.164	1.629	.106
	Kualitas Produk	1.098	.173	.642	6.359	.000

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Dari tabel di atas, maka kesimpulan dari uji-t sebagai berikut:

1. Hasil uji : Kualitas tidak Pelayanan berpengaruh terhadap Ulasan Pelanggan.
Pada tabel diketahui nilai t hitung untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar t hitung = 1,629 < t tabel = 1,661 dengan tingkat signifikansi (0,106) yang berarti lebih kecil dari probabilitas yang ditetapkan (0,05). Hal ini berarti bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh dengan ulasan pelanggan pada Mie Gacoan Solo Veteran.
2. Hasil uji : Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Ulasan Pelanggan.
Pada tabel diketahui nilai t hitung untuk variabel Kualitas Produk (X2) sebesar t hitung = 6,359 > t tabel = 1,661 dengan tingkat signifikansi (0,00) yang berarti lebih kecil dari probabilitas yang ditetapkan (0,05). Hal ini berarti bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Ulasan Pelanggan pada Mie Gacoan Solo Veteran.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 126 orang responden, maka dapat diketahui bahwa tanggapan para responden terhadap variabel-variabel yang diajukan dalam kuesioner. Tanggapan responden tersebut dijelaskan dalam pembahasan berikut :

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan mie gacoan cabang Solo Veteran

Berdasarkan hasil analisis pada uji t, diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,106 lebih besar dari taraf kesalahan 0,05 dengan nilai t hitung sebesar 1,629 maka dapat dikatakan variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap variabel ulasan. Hasil analisis diatas dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan tidak banyak berpengaruh terhadap ulasan yang akan diberikan pelanggan kepada mie gacoan Solo Veteran.

Namun, tidak menutup kemungkinan juga ketika suatu bisnis kuliner meningkatkan kualitas pada pelayanannya hal ini akan memberikan lebih banyak pelanggan yang senang dan puas untuk memutuskan pembelian berulang nantinya. Kualitas layanan ialah kesesuaian antara harapan konsumen dan persepsi konsumen. Jika layanan yang di terima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Laili & Budiarti (2023) yang berjudul “Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian mie gacoan cabang manyar surabaya” dengan hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh kualitas produk terhadap ulasan pelanggan mie gacoan cabang Solo Veteran

Berdasarkan hasil analisis pada uji t, diketahui nilai bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai t hitung dan t tabel atau $6,359 > 1,661$ selain itu di ketahui signifikansi dari X2 terhadap Y adalah sebesar 0,00 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap ulasan yang akan diberikan pelanggan dan hal ini juga menjadi penentu keputusan pembelian pelanggan baru ataupun pelanggan lama dengan pembelian berulang pada mie gacoan cabang Solo Veteran.

Dengan pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa apabila kualitas pelayanan dan kualitas produk dalam bisnis kuliner terus dijaga dengan sangat baik maka ulasan yang akan diberikan pelanggan kepada perusahaan atau bisnis yang dijalankan juga akan baik dan dirasa dapat meningkatkan kurva pembelian dalam bisnis tersebut. Ketika perusahaan mampu mengoptimalkan pelayanan, pelanggan cenderung memberikan ulasan yang sangat baik. Kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (Kotler, 2019).

Kualitas produk mempengaruhi juga pada ulasan positif atau negatif dari pelanggan, dengan menjaga kualitas produk yang akan dihidangkan atau disajikan kepada pelanggan itu akan memberikan dampak ulasan yang akan diberikan pelanggan kepada perusahaan. Artinya dengan meningkatkan penajagaan kualitas produk itu akan memberikan kepuasan tersendiri dari pelanggan dan ulasan yang akan diberikan juga akan bagus. Dalam penelitian ini diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap ulasan pelanggan pada mie gacoan solo veteran.

Menurut Kotler dan Armstrong (2018) kualitas produk (product quality) adalah salah satu sarana positioning utama pemasar. Dalam hal ini kualitas produk di perusahaan sangat menentukan kesan yang akan diberikan oleh pelanggan. Kualitas produk/menu pada

bisnis kuliner meliputi banyak hal seperti bentuk menu yang disajikan, tekstur, aroma juga cara penyajiannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Novel et al (2022) yang berjudul “pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen (CFC batuaji batam) dengan hasil penelitian bahwa kuitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan pada penelitian yang dilakukan pada Mie Gacoan Cabang Solo Veteran dengan jumlah sampel 126 orang responden yang telah berkunjung ke Mie Gacoan Solo Veteran ini untuk mengetahui adanya korelasi antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap ulasan pelanggan kepada Mie Gacoan Solo Veteran. Berdasarkan hasil penelitian yang telah terlampirkan diatas menunjukkan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan ulasan pelanggan kepada Mie Gacoan Solo Veteran. Kemudian juga penelitian ini memperoleh hasil bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap ulasan yang akan diberikan pelanggan kepada Mie Gacoan Solo Veteran.

DAFTAR PUSTAKA

- As' Ari, N. G. (2018). pengaruh pemahaman peraturan perpajakan, kualitas pelayanan, kesadaran wajib pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(6), 64-76.
- Fahimah & Munfarida, (2023). *Jurnal Investasi* Vol. 9 No. 1. Review Produk Dan Content Marketig Produk Frozen Food di Aplikasi Tiktok
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- foodizz.id (2023). *Seputar Ide, Inspirasi, Strategi, dan Eksekusi dalam Bisnis Kuliner*. <https://foodizz.id/artikel>, diakses pada 20/07/2024
- Ilmiah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31-42.
- Keller, K. d. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo
- Kotler, P., & Armstrong, G (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller (2009), *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*. Jakarta. Erlangga.
- Laili, N. P. N., & Budiarti, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Cabang Manyar Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 12(7).
- Mitracomm Ekasarana (2023) <https://mitracomm.com/>, diakses pada 20/07/2024
- Novel, A. H., Kamanda, S. V., & Kusumayanti, K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (CFC Batuaji Batam). *Jurnal Al-Amal*, 1(1), 26-32.

As-Syirkah: Islamic Economics & Finacial Journal

Volume 3 Nomor 4 (2024) 1993 – 2001 E-ISSN 2962-1585

DOI: 10.56672/assyirkah.v3i4.354

Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung:
ALFABETA.CV