PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN MEDIASI KEPUASAN PELANGGAN CFC *(CALIFORNIA FRIED CHICKEN)* MALANG

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Mencapai Derajat Sarjana Manajemen

Oleh:

Muhammad Fathurrozy

201910160311212

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2023

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN MEDIASI KEPUASAN PELANGGAN CFC (*CALIFORNIA FRIED CHICKEN*) MALANG

Oleh :

Muhammad Fathurrozy
201910160311212

Diterima dan disetujui
pada tanggal 28 Oktober 2023

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.	**Viajeng Purnama Putri, S.E., M.M.**
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,	Ketua Jurusan,
Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.	**Dr. Nurul Asfiah, M.M.**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN MEDIASI KEPUASAN PELANGGAN CFC (*CALIFORNIA FRIED CHICKEN*) MALANG

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Muhammad Fathurrozy

NIM : 201910160311212

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 28 Oktober 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I	:	Dr. Widayat, M.M.	1.....
Penguji II	:	Rinaldy Achmad Roberth F., S.AB., M.M.	2.....
Penguji III	:	Viajeng Purnama Putri, S.E., M.M.	3.....
Penguji IV	:	Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.	4.....

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama	: **Muhammad Fathurrozy**
NIM	: 201910160311212
Program Studi	: Manajemen
Surel	: muhammadfathurrozy139@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar – benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (plagiarisme) dan hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebut nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi – sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku.

Malang, 10 Oktober 2023

Yang membuat pernyataan,

METERAI TEMPEL

Muhammad Fathurrozy

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, untuk menguji kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, dan untuk menguji kepuasan pelanggan memediasi pengaruh antara kualitas produk dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* sebanyak 385 orang responden yang melakukan pembelian dan mengonsumsi makanan ataupun minuman CFC Matos Mall selama bulan Agustus-September 2023, dan menggunakan analisis jalur serta uji sobel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, kualitas layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kualitas layanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan memediasi pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan tidak memediasi pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci— Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

This research aims to test the influence of product quality and service quality on customer satisfaction and customer loyalty, to test customer satisfaction on customer loyalty, and to test customer satisfaction mediating the influence of product quality and service quality on customer loyalty. This research used an accidental sampling technique of 385 respondents who purchased and consumed CFC Matos Mall food or drinks during August-September 2023, and used path analysis and Sobel tests. The results of this research show that product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction and customer loyalty, service quality has a positive and insignificant effect on customer satisfaction, and service quality has a negative and insignificant effect on customer loyalty. Customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty. Customer satisfaction mediates the influence of product quality on customer loyalty, and customer satisfaction does not mediate the influence of service quality on customer loyalty.

Keywords— *Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim.

Alhamdulillahirabbil'alamin. Puji syukur atas kehadirat Allah SWT., Tuhan Yang Maha Segalanya, atas segala nikmat, hidayat, dan taufiq-Nya sehingga skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan CFC *(California Fried Chicken)* Malang" ini dapat terselesaikan pada waktu yang direncanakan.

Selanjutnya, Sholawat dan Salam semoga tetap tercurah-limphakan atas ke haribaan Nabi besar Nabi Muhammad SAW., Rasul akhir zaman, penutup para Nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti yang telah membawa umat manusia dari jaman jahiliyah menuju jaman nur ilahi.

Ucapan terima kasih dan salam takdzim saya sampaikan kepada banyak pihak yang telah membantu dan memotivasi saya di dalam menyelesaikan penggarapan skripsi ini. Pada kesempatan ini saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. H. Fauzan, M.Pd. Selaku Rektor Universitas MuhammadiyahMalang.
2. Dr. Idah Zuhroh., M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Nurul Asfiyah, M.M. Selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Rohmat Dwi Jatmiko,. Dr., M.M. dan Viajeng Purnama Putri, S.E., M.M. selaku Pembimbing I dan Pembimbing II
5. Segenap dosen program studi Manajemen yang telah banyak memberikan pengetahuan, mendidik, dan membimbing saya selama perkuliahan, khususnya Ibu Dewi Nurjannah, Dra., M.M. selaku Wali Dosen saya.
6. Kedua orang tua yang saya cintai, Abi H. Mashuri dan Ummi Hj. Toyyibah dan adik-adik yang saya banggakan serta seluruh keluarga yang selalu menjadi tempat ternyaman untuk kembali dan selalu mendukung setiap perjuangan yang saya lakukan.

7. Fatimatuz Zahra, yang saat ini berstatus sebagai tunangan dan *Inshaa Allah* akan segera saya khitbah setelah selesai studi di Universitas Muhammadiyah Malang ini.
8. Teman-teman seperjuangan kelas Manajemen E 2019 Universitas Muhammadiyah Malang.
9. Teman-teman seperbimbingan skripsi: Hanafi, Irvan, Mila, Fasih, dan lain-lain yang saling mendukung serta saling membantu.
10. Teman-teman Ikatan Keluarga Besar Al-Amien Prenduan (IKBAL Malang Raya) dan segenap Kyai dan Asatidz Pondok Pesantren Al-Amien Prenduan serta teman-teman seperjuangan.
11. Serta kepada seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu namun telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Terima kasih banyak saya ucapkan. *Jazakumullah Ahsanal Jaza'.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
LEMBAR PERSETUJUAN ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS iv
ABSTRAK v
ABSTRACT vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv
DAFTAR PUSTAKA xv
PRINT OUT PLAGIASI xx
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 8
1.3 Tujuan Penelitian 9
1.4 Manfaat Penelitian 10
BAB II KAJIAN PUSTAKA 12
2.1 Landasan Teori 12
2.1.1 Loyalitas Pelanggan 12
2.1.2 Kepuasan Pelanggan 15
2.1.3 Kualitas Produk 17
2.1.4 Kualitas Layanan 19
2.2 Penelitian Terdahulu 20
2.3 Kerangka Konseptual 28
2.4 Perumusan Hipotesis 28
2.5 Definisi Operasioanl Variabel 36
BAB III METODE PENELITIAN 38
3.1 Jenis Penelitian 38

3.2 Lokasi Penelitian 38
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel Penelitian..... 38
3.3.1 Populasi..... 38
3.3.2 Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel..... 39
3.4 Pengembangan Instrumen Penelitian..... 40
3.4.1 Instrumen Penelitian 40
3.4.2 Rentang Skala 41
3.5 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data Penelitian..... 42
3.5.1 Sumber Data 42
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data..... 42
3.6 Uji Instrument Penelitian..... 42
3.6.1 Uji Validitas..... 42
3.6.2 Uji Reliabilitas 43
3.7 Analisis Data Penelitian..... 44
3.7.1 Analisis Jalur Dengan Variabel Intervening 44
3.7.2 Uji Asumsi Klasik..... 45
3.7.3 Uji Hipotesis 46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 49
4.1 Deskripsi Data 49
4.1.1 Deskripsi Demografi Responden 49
4.1.2 Deskripsi Data Kuantitatif 52
4.2 Hasil Penelitian..... 55
4.2.1 Uji Instrumen 55
4.2.2 Analisis Jalur Dengan Variabel Intervening 57
4.2.3 Uji Asumsi Klasik..... 60
4.2.4 Uji Hipotesis 64
4.3 Pembahasan 68
4.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan 68
4.3.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan..... 71
4.3.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan..... 72
4.3.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan 74
4.3.5 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan..... 76
4.3.6 Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Antara Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan..... 78

4.3.7 Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Antara Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan 80
BAB V PENUTUP 83
5.1 Kesimpulan 83
5.2 Saran 84
5.2.1 Bagi Peneliti Selanjutnya 84
5.2.2 Bagi CFC Matos Mall 85
LAMPIRAN 86

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Keluhan Pelanggan CFC Matos Mall 7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 21
Tabel 2. 2 Definisi Operasional Variabel 36
Tabel 3. 1 Skala Likert 41
Tabel 3. 2 Rentang Skala 41
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 41
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 50
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdsarkan Status Sosial 50
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Ke CFC 41
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Terakhir Pembelian 52
Tabel 4. 6 Deskripsi Kualitas Produk (X1) 52
Tabel 4. 7 Deskripsi Kualitas Layanan (X2) 53
Tabel 4. 8 Deskripsi Kepuasan Pelanggan (Z) 54
Tabel 4. 9 Deskripsi Loyalitas Pelanggan (Y) 55
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas 56
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas 57
Tabel 4. 12 Analisis Jalur Variabel Kepuasan Pelanggan 57
Tabel 4. 13 Analisis Jalur Variabel Loyalitas Pelanggan 58
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinieritas 62
Tabel 4. 15 Hasil Uji T (Kepuasan Pelanggan) 65
Tabel 4. 16 Hasil Uji T (Loyalitas Pelanggan) 65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual 28
Gambar 4. 1 Hasil Analisis Jalur..... 58
Gambar 4. 2 Uji *P-Plot* Kepuasan Pelanggan 61
Gambar 4. 3 Uji *P-Plot* Loyalitas Pelanggan 61
Gambar 4. 4 Scatterplot Kepuasan Pelanggan 63
Gambar 4. 5 Scatterplot Loyalitas Pelanggan 63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Ulasan Google 86
Lampiran II Kuisioner Penelitian 87
Lampiran III Jawaban Responden 91
Lampiran IV Karakteristik Responden 101
Lampiran V Hasil Output SPSS 103

DAFTAR PUSTAKA

Adha, A. M., Wahyudi, R., & Nahar, F. H. (2018). *Pengaruh Program Loyalitas terhadap Kesetiaan Konsumen pada Industri Halal di Yogyakarta*. *1*, 69–88.

Agustin, C. I. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Koran Jawa Pos Radar Kediri. *Simki-Economic*, *2*(3), 1–11.

Amalia, A. Z., Waluyo, H. D., & Dewi, R. S. (2014). Pengaruh Brand Awareness Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Kartu Gsm Prabayar Simpati. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, *3*(4), 45–56.

Anggraeni, D. P., Srikandi, K., & Sunarti. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, *37*(1), 171–177.

Apriliana, V., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Waroeng Spesial Sambal (Studi Pada Konsumen Waroeng Spesial Sambal Cabang Banyumanik). *Jurnal Administrasi Bisnis*, *IX*(IV), 571–581.

Armstrong, G., & Kotler, P. (2000). *Marketing : An Introduction* (5th ed.). Prentice Hall.

Bowen, J. T., & Chen, S. C. (2001). The relationship between customer loyalty and customer satisfaction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *13*(5).

Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen (EJMUNUD)*, *8*(11), 6762–6781. https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p19

Dennisa, E. A., & Santoso, S. B. (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. http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr

Dewi, K. A. N. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Dunkin' Donuts Di Surabaya Dan Sidoarjo). *BISMA – Bisnis Dan Manajemen*, *9*(1), 43–55.

Evans, J. R., & Lindsay, W. M. (2007). *Pengantar Six Sigma: An Introduction to Six Sigma & Process Improvement*. Salemba Empat.

Felita, C. I., & Japarianto, E. (2015). Analisa Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Engagement Dan Customer Trust Sebagai Variabel Intervening Di The Body Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, *1*(1), 1–10.

Fian, J. Al, & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan AUTO 2000 Sungkono Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *5*(6), 1–18.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (VIII). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty*. Jakarta: Erlangga.

Gustian, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Reputasi Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Restoran Cepat Saji KFC Di Kota Palembang). *K&K Jurnal Manajemen*, *1*(2), 159–174.

Hakam, M. F. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada CV Pustaka Cendekia Jaya)*. Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya.

Hanafi, M., Muhar, A. M., & Sari, A. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan PT.Bumi Organik Internasional. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Dan Ilmu Ekonomi (JASMIEN)*, *03*(01), 214–226.

Hasan, A. (2013). *Marketing Dan Kasus – Kasus Pilihan* (1st ed.). CAPS.

Henriawan, D. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Cabang Mufin Wilayah Bandung Timur). *Copetition*, *VI*(2), 71–82.

Herlina, Y. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Makanan Cepat Saji (Studi Kasus California Fried Chicken Jamtos). *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business (IJIEB)*.

Hubeis, M. (2012). *Manajemen Ritel Kreatif Dan Inovatif Dalam Bisnis* (1st ed.). Inti Prima Promosindo.

Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta.

Iriyanti, E., Qomariah, N., & Suharto, A. (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).

Irnandha, A., & Utama, A. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat (Studi Kasus Kepuasan Pelanggan Jne Cabang Hijrah Sagan Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 660–669. https://pustakanet.

Junaedi, D., Susandy, G., & Apriandi, D. W. (2019). The Influence Of Self-congruity And Mobile Marketing On Brand Loyalty At Fast Food Restaurants California Chicken In Subang City. *Diskursus Ilmu Manajemen STIESA (Dimensia)*, *16*(2), 1–7. www.topbrand-award.com

Kotler, P. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (B. Sabran, Ed.; 12th ed.). Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.

Kumalasari, N. (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Tempe 5.17 Salatiga. *Jurnal Publikasi*, *53*(9).

Kusumawati, D. A. D. (2015). Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, *15*(2), 245–252.

Laksono, B., Aliami, S., & Soeprajitno, E. D. (2022). Sinergi Strategi Customer Bonding Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Di Pizza Hut Delivery Kota Kediri. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntasi*, 495–503.

Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Gajah Mada University Press.

Lokito, S. A., & Dharmayanti, D. (2013). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Comedy Kopi Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1–15.

Maheswara, A. A., & Sukresna, I. M. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Burjo Bunda 2). *Jurnal Administrasi Bisnis*.

Nasrul, H. W., & Zulkifli. (2019). Efek Harga, Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan. *DIMENSI*, *8*(2), 307–316.

Pradhana, A. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening (Studi Kasus pada Lunpia Mbak Lien Semarang). *Skripsi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis*.

Puasantika, J. M., & Prabawani, B. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada RM Ayam Goreng Bu Bengat). *DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC* , 1–13.

Putro, S. W., Semuel, H., & Brahmana, R. K. M. R. . (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, *2*(1), 1–9.

Riyoko, S. (2020). *Dasar-dasar Pemasaran: Vol. I*.

Saktiyanto, T. (2017). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Ahass Primadana Motor Pesanggaran –Banyuwangi. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 1–10.

Sari, N. M. D. S., & Jatra, I. M. (2019). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan KFC Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, *8*(12), 7349–7369. https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i12.p22

Sembiring, I. J., Suharyono, & Kusumawati, A. (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 (JAB)*, *15*(1), 1–10.

Setyowati, E., & Wiyadi. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi (Studi Kasus PT. JNE Cabang Solo). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, *18*(2), 102–112.

Subawa, I. G. B., & Sulistyawati, E. (2020). Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, *9*(2), 718. https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i02.p16

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.

Sulandjari, R., & Ferdiansyah, A. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Online Shop Brilink_Khumaira. *Jurnal Egaliter*, *4*(7), 25–37.

Syahran, Karunia, E., Asdar, M., Akmar, M., Kamase, J., & Sajidan, M. (2022). Analisis kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan dan kepercayaan pelanggan sebagai variabel mediasi. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, *18*(1), 95–104.

https://doi.org/10.29264/jinv.v18i1.10519

Thung, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Mitra Go-Jek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Bina Manajemen*, *8*(1), 74–95.

Ting, O. S., Ariff, M. S. M., Zakuan, N., Sulaiman, Z., & Saman, M. Z. M. (2016). E-Service Quality, E-Satisfaction and E-Loyalty of Online Shoppers in Business to Consumer Market; Evidence form Malaysia. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, *131*(1), 1–10. https://doi.org/10.1088/1757-899X/131/1/012012

Uddin, M. B. (2019). Customer loyalty in the fast food restaurants of Bangladesh. *British Food Journal*, *121*(11), 2791–2808. https://doi.org/10.1108/BFJ-02-2019-0140

Utami, I. A. I. S., & Jatra, I. M. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur. *E-Jurnal Manajemen Unud*, *4*(7), 1984–2000.

Wibowo, E. W., Wicaksono, B. W., & Sugiyanto, E. (2022). Analisis Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Restoran Cepat Saji Di Jakarta. *Warta Dharmawangsa*, *16*(4), 769–779.

Zaithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2013). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*. New York McGraw-Hill Education.

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan CFC (California Fried Chicken) Malang

ORIGINALITY REPORT

4%	9%	5%	3%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.umm.ac.id Internet Source	3%
2	eprints.uny.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes	On	Exclude matches	< 2%
Exclude bibliography	On		