

**Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas
Konsumen Yang Di Mediasi Oleh Kualitas Pelayanan Di Gacoan
Cabang Tlogomas
(Studi Empiris Pada Mahasiswa UNISMA)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh:

DEVFI WULANDARI

NPM 22101081353



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi, dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi oleh kualitas pelayanan pada konsumen Mie Gacoan Cabang Tlogomas, khususnya mahasiswa UNISMA. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode *explanatory research*. Sampel penelitian berjumlah 75 responden yang dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan *software* SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, baik secara langsung maupun melalui mediasi kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan juga terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi pengelola Mie Gacoan agar terus meningkatkan inovasi dan kualitas produk serta pelayanan demi mempertahankan loyalitas pelanggan. Selain itu, kualitas pelayanan berperan sebagai mediator dalam memperkuat pengaruh inovasi dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa peningkatan inovasi, mutu produk, dan kualitas pelayanan sangat diperlukan untuk menjaga loyalitas konsumen terhadap Mie Gacoan.

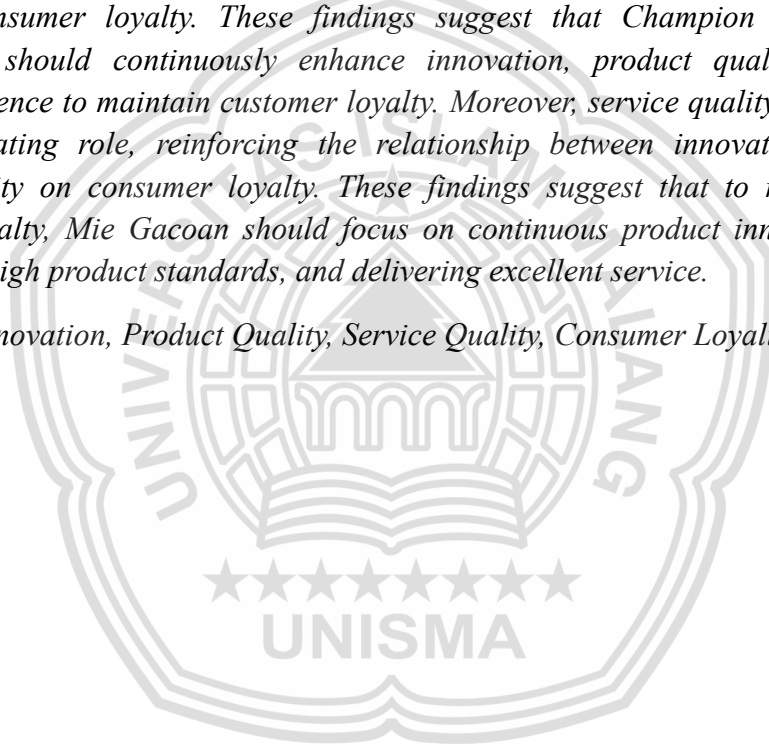
Kata Kunci: Inovasi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Konsumen



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of innovation and product quality on consumer loyalty mediated by service quality among consumers of Champion Noodles Tlogomas Branch, particularly students of the Islamic University of Malang. A quantitative approach with explanatory research design was employed. The sample consisted of 75 respondents selected using purposive sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with the SmartPLS software. The results show that innovation and product quality significantly influence consumer loyalty, both directly and through the mediation of service quality. Service quality also has a significant effect on consumer loyalty. These findings suggest that Champion Noodles management should continuously enhance innovation, product quality, and service excellence to maintain customer loyalty. Moreover, service quality plays a crucial mediating role, reinforcing the relationship between innovation and product quality on consumer loyalty. These findings suggest that to maintain consumer loyalty, Mie Gacoan should focus on continuous product innovation, maintaining high product standards, and delivering excellent service.

Keywords: *Innovation, Product Quality, Service Quality, Consumer Loyalty*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi yang semakin berkembang, dunia usaha menghadapi persaingan yang sangat ketat. Salah satu faktor yang sangat penting dalam menghadapi persaingan tersebut dalam dunia bisnis ini, di mana banyak perusahaan berlomba-lomba untuk mendapatkan perhatian, kepercayaan, dan loyalitas konsumen dalam pasar yang sama (Widianita, 2023). Persaingan ini terjadi karena adanya kesamaan target pasar, produk, atau layanan yang ditawarkan. Oleh karena itu, setiap bisnis harus berinovasi dan menyediakan lebih banyak informasi agar tetap relevan dan unggul. Sedangkan dalam penelitian Malik, (2023) menyatakan bahwa Mie Gacoan memiliki nilai lebih dibandingkan dengan pesaing bisnis kuliner dengan jenis yang sama. Hal ini tidak hanya menawarkan produk saja, namun strategi pemasaran yang digunakan Mie Gacoan mampu menarik pelanggan dengan jumlah lebih banyak. Mie Gacoan aktif mempromosikan di sosial media terutama pada Instagram dan Tiktok. Pengguna Instagram dan Tiktok sebagian besar di kalangan usia muda atau remaja. Remaja saat ini senang membagikan aktivitasnya di sosial media termasuk mengkonsumsi Mie Gacoan baik secara *dine in* maupun *takeaway*. Dengan adanya hal tersebut, Konsumen Mie Gacoan membantu mengenalkan produknya ke masyarakat lebih luas sehingga menawarkan produknya dengan harga yang terjangkau dan dapat menjaga kualitas produk yang dimiliki.

Inovasi dan kualitas produk menjadi dua komponen yang sangat penting dalam industri kuliner untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat. Dalam produk kuliner, inovasi tidak hanya mencakup pembuatan menu baru, tetapi juga penggunaan metode dan teknologi baru selama proses produksi dan penyajian. Penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk dapat membantu perusahaan memenuhi kebutuhan konsumen, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan loyalitas pelanggan (Lawitani et al., 2024).

Menurut Haryono & Octavia, (2020) dalam penelitian Imran et al., (2023) menyatakan bahwa Loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok berdasarkan hasil positif dalam pembelian jangka panjang. Dari perspektif ini, kesetiaan terhadap merek diperoleh karena adanya kombinasi kepuasan dan keluhan pelanggan. Loyalitas konsumen merupakan salah satu indikator penting dalam keberhasilan sebuah bisnis. Loyalitas menunjukkan sejauh mana konsumen tetap setia menggunakan produk atau layanan dari sebuah merek, meskipun ada alternatif yang mungkin lebih menarik di pasar. Konsumen yang loyal tidak hanya memberikan kontribusi melalui pembelian berulang, tetapi juga menciptakan promosi dari mulut ke mulut yang mendukung penguatan citra dan reputasi merek. Sedangkan dalam penelitian Wulandari, (2023) yang menyatakan bahwa loyalitas pelanggan akan terbentuk berdasarkan kualitas layanan yang diterima dan mampu memenuhi harapan serta kebutuhannya. Jika perusahaan menginginkan pelanggannya untuk tetap setia dan kembali membeli produk dari perusahaan, maka syarat utama yang perlu dilakukan

perusahaan adalah memastikan pelanggan mendapatkan loyalitas konsumen atas produk yang telah mereka beli. Sementara itu, jika pelanggan tidak merasakan kepuasan yang diharapkan, maka pelanggan tidak akan setia dan melakukan kembali, sehingga penting untuk menjaga loyalitas pelanggan.

Inovasi merupakan bagaimana melakukan sebuah kegiatan yang dapat meningkatkan nilai dan keuntungan dari situasi saat ini. Salah satu teknik yang dapat digunakan adalah menyempurnakan produk atau layanan yang sudah ada di bidang bisnis yang sedang berjalan atau membuat produk baru yang potensi pasarnya belum diketahui. Inovasi dapat didefinisikan sebagai penggabungan konsep atau ide baru untuk menciptakan kombinasi produk. Inovasi adalah hasil dari kreativitas yang menerapkan kombinasi elemen baru, menghasilkan produk unggulan yang terus memuaskan pelanggan, sehingga konsumen terus memilih produk yang dipasarkan. Perusahaan dapat memperoleh keunggulan bersaing jika mereka dapat membuat produk atau proses inovatif. Hal ini, melibatkan dua aspek utama yaitu: membedakan produknya dari pesaing dan menurunkan perencanaan biaya penjualan di bawah pesaing. Oleh karena itu, perusahaan harus berkomitmen pada inovasi secara berkelanjutan agar tetap memiliki keunggulan dalam persaingan (Rahmawati, 2021).

Konsumen juga sangat dipengaruhi oleh kualitas produk. Produk berkualitas tinggi memenuhi standar rasa, keamanan, dan nilai gizi. Kualitas unggul berkontribusi terhadap persepsi merek yang positif di antara konsumen, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan.

Penelitian menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif di pasar kuliner dapat diperoleh dari produk berkualitas tinggi, karena pelanggan cenderung memilih produk yang memenuhi atau melampaui harapan mereka. Kualitas produk merupakan faktor utama yang mempengaruhi keunggulan bersaing perusahaan, terutama ketika konsumen memilih untuk membeli suatu produk (Vironika, 2024). Dalam penelitian Fatmaningrum et al., (2022) menyatakan bahwa definisi kualitas produk mencakup berbagai aspek seperti penampilan, kondisi, kemudahan penggunaan dan estetika. Suatu produk dapat dianggap berkualitas tinggi jika dapat memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan secara memuaskan, dan sejalan dengan nilai yang di investasikan oleh pelanggan. Lawitani et al., (2024) mengemukakan bahwa salah satu kunci keberhasilan bisnis kuliner dalam jangka panjang adalah loyalitas konsumen. Jika pelanggan merasa puas dengan produk dan inovasi mereka, kemungkinan besar mereka cenderung kembali dan merekomendasikan bisnis tersebut kepada orang lain. Selain itu, kualitas layanan memainkan peran penting sebagai penghubung antara kualitas produk dan inovasi dengan loyalitas pelanggan.

Industri kuliner, termasuk Mie Gacoan, sangat bergantung pada inovasi dan kualitas produk. Karena keduanya memberikan kontribusi yang signifikan terhadap daya saing dan keberhasilan dalam jangka panjang. Berikut ini adalah informasi tentang relevansi inovasi dan kualitas produk, serta bagaimana kualitas pelayanan menjadi faktor pendukung yang signifikan. Seperti dalam penelitian Prananingrum et al., (2024) menyatakan

bahwa untuk meningkatkan kualitas produk, inovasi juga fokus pada proses produksi yang lebih baik dengan mempertahankan kualitas bahan baku dan cita rasa. Pelanggan mengutamakan rasa dan pengalaman kuliner yang memuaskan, sehingga mereka memilih Mie Gacoan karena produknya berkualitas tinggi. Sedangkan menurut Kompasiana, (2023) menyatakan bahwa Mie Gacoan memiliki daya tarik dan inovasi yang memungkinkan untuk membuat menu yang unik dan menarik, seperti variasi mie dengan bumbu dan topping yang berbeda dari yang biasa ditemukan, sehingga berhasil mengembangkan resep yang inovatif untuk memberi pelanggan pengalaman makanan yang menarik di kalangan konsumen.

Mie Gacoan Tlogomas berada di Jalan Raya Tlogomas No.5, Kota Malang. Salah satu restoran dalam jaringan Mie Gacoan, yang terkenal dengan konsep mie pedas bertingkat. Pasar makanan pedas yang terus berkembang, terutama di kalangan pelajar dan generasi muda, mencerminkan fenomena yang terjadi di tempat tersebut. Menurut pendapat Malik et al., (2023) berdasarkan fenomena yang terjadi di Gacoan Cabang Tlogomas bahwa sebagian konsumen mengeluhkan terkait kualitas pelayanan. Dari segi informasi konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh manajemen Mie Gacoan, namun ternyata masih banyak hal yang kurang maksimal bagi konsumen, seperti dari waktu tunggu yang lama atau pemesanan langsung melalui internet hingga aplikasi dan beberapa konsumen yang mengeluh dan tidak puas dengan Gacoan. Hal inilah yang mendasari ketertarikan untuk mengangkat ke dalam penelitian mengenai pengaruh

inovasi, kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kualitas pelayanan di Gacoan Cabang Tlogomas. Dengan adanya keterbatasan peneliti dalam memperoleh sumber data, peneliti memilih konsumen Mie Gacoan pada Mahasiswa UNISMA. Dengan adanya keterbatasan tersebut, untuk memudahkan peneliti dalam menjangkau atau mencari sumber data responden dan lebih spesifik peneliti memilih responden dari Mahasiswa UNISMA.

Kualitas pelayanan Mie Gacoan sangat penting untuk membangun loyalitas pelanggan. Pengalaman pelanggan yang lebih baik dapat dicapai dengan pelayanan yang cepat, ramah, dan responsif. Kualitas pelayanan berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan, yang meningkatkan loyalitas mereka terhadap merek (Martiza & Ahmadi, 2024). Mahasiswa tetap menjadi salah satu segmen konsumen yang dominan dan menarik untuk diteliti dari banyak pelanggan Mie Gacoan yang berasal dari berbagai kalangan. Peneliti memilih Mahasiswa UNISMA sebagai subjek penelitian, karena beberapa alasan yang kuat seperti, UNISMA berada dalam jangkauan yang dekat dengan beberapa gerai Mie Gacoan di Kota Malang. Mahasiswa UNISMA menjadi pelanggan potensial dan aktif karena kemudahan akses. Selain itu, fenomena menarik yang muncul adalah gaya hidup mahasiswa yang menjadikan Gacoan bukan hanya sekedar tempat makan, tetapi juga tempat nongkrong, bersosialisasi, bahkan mengerjakan tugas, menunjukkan adanya pergeseran pola konsumsi yang menarik untuk dikaji. Dengan pengaruh media sosial yang cukup kuat serta keterbatasan ekonomi mahasiswa, Gacoan menjadi pilihan utama karena mampu memenuhi kebutuhan mereka secara

fungsional maupun sosial. Oleh karena itu, meneliti perilaku konsumtif Mahasiswa UNISMA terhadap Gacoan menjadi penting untuk memahami dinamika konsumsi di kalangan mahasiswa, serta bagaimana *strategi brand* seperti Gacoan dapat memengaruhi keputusan konsumen dari kalangan akademisi muda.

Dalam bisnis kuliner, loyalitas konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk yang disajikan, tetapi juga oleh inovasi yang ditawarkan. Inovasi menjadi aspek penting karena konsumen, terutama generasi muda, selalu mencari pengalaman baru yang menarik. Di sisi lain, kualitas produk tetap menjadi dasar utama dalam memastikan kepuasan konsumen terhadap produk yang mereka nikmati. Namun, dalam konteks kuliner kualitas pelayanan juga memainkan peran penting sebagai penghubung antara inovasi dan kualitas produk dengan loyalitas konsumen. Pelayanan yang baik dapat menciptakan pengalaman konsumen yang positif, meningkatkan kepuasan, dan mendorong konsumen untuk tetap setia. Dengan kata lain, meskipun produk inovatif dan berkualitas tinggi, tanpa dukungan pelayanan yang memadai, konsumen mungkin tidak merasakan keinginan untuk tetap loyal.

Berdasarkan pemaparan di atas, tentang fenomena, research gap, gambaran empiris, dan hubungan antar variabel maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Yang Di Mediasi Oleh Kualitas Pelayanan Di Gacoan Cabang Tlogomas (Studi Empiris Pada Mahasiswa UNISMA)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan-permasalahan diatas maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah inovasi berpengaruh terhadap kualitas pelayanan di Gacoan Cabang Tlogomas pada Mahasiswa UNISMA?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kualitas pelayanan di Gacoan Cabang Tlogomas pada Mahasiswa UNISMA?
3. Apakah inovasi berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Gacoan Cabang Tlogomas pada Mahasiswa UNISMA?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Gacoan Cabang Tlogomas pada Mahasiswa UNISMA?
5. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Gacoan Cabang Tlogomas pada Mahasiswa UNISMA?
6. Apakah inovasi berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dimediasi oleh kualitas pelayanan di Gacoan Cabang Tlogomas pada Mahasiswa UNISMA?
7. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dimediasi oleh kualitas pelayanan di Gacoan Cabang Tlogomas pada Mahasiswa UNISMA?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi terhadap kualitas pelayanan di Gacoan Cabang Tlogomas pada Mahasiswa UNISMA.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kualitas pelayanan di Gacoan Cabang Tlogomas pada Mahasiswa UNISMA.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi terhadap loyalitas konsumen di Gacoan Cabang Tlogomas pada Mahasiswa UNISMA.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen di Gacoan Cabang Tlogomas pada Mahasiswa UNISMA.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Gacoan Cabang Tlogomas pada Mahasiswa UNISMA.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi terhadap loyalitas konsumen dimediasi oleh kualitas pelayanan di Gacoan Cabang Tlogomas pada Mahasiswa UNISMA.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dimediasi oleh kualitas pelayanan di Gacoan Cabang Tlogomas pada Mahasiswa UNISMA.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Manfaat Secara Teoritis:

Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi akademisi dalam melakukan penelitian lebih lanjut terkait strategi pemasaran dan loyalitas

pelanggan. Selain itu, konsep yang dikaji dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan ajar dalam mata kuliah yang berkaitan dengan manajemen pemasaran, inovasi bisnis, dan perilaku konsumen.

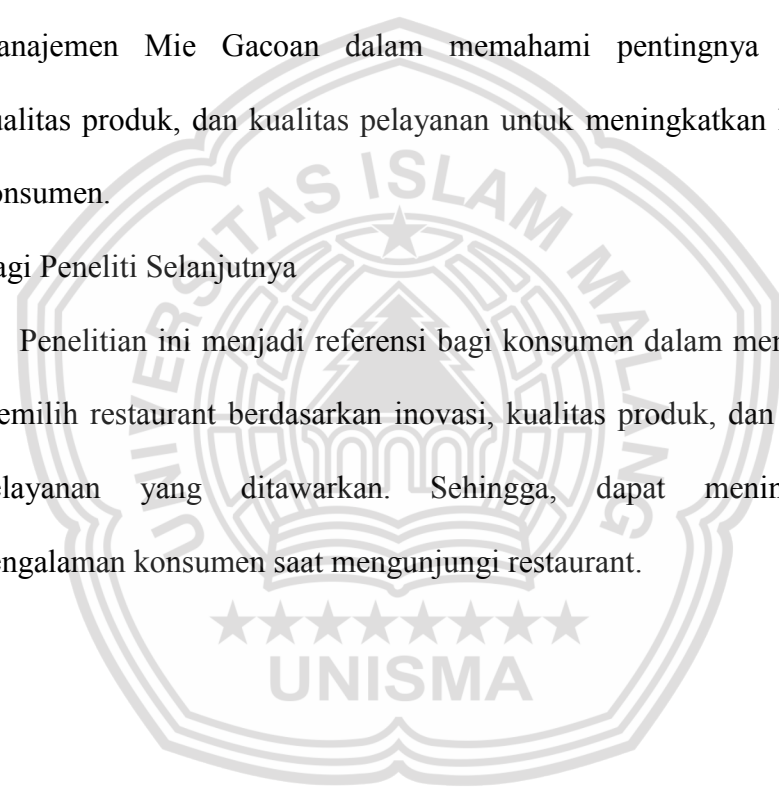
b. Manfaat Secara Praktis:

1) Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi manajemen Mie Gacoan dalam memahami pentingnya inovasi, kualitas produk, dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

2) Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini menjadi referensi bagi konsumen dalam menilai dan memilih restaurant berdasarkan inovasi, kualitas produk, dan kualitas pelayanan yang ditawarkan. Sehingga, dapat meningkatkan pengalaman konsumen saat mengunjungi restaurant.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan analisis data dengan berbagai macam rangkaian pengujian statistik dan hipotesis, maka hasil pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

Customer Expectations berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Dengan Ekspektasi Pelanggan yang melebihi yang di ekspektasikan maka pelanggan akan merasa senang dan dapat mempengaruhi terjadinya loyalitas pelanggan.

1. Inovasi tidak berpengaruh terhadap Kualitas Pelayanan. Karena Mie Gacoan melakukan berbagai inovasi, baik dalam produk maupun layanan. Dengan demikian, inovasi tidak secara langsung memengaruhi penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.
2. Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kualitas Pelayanan. Semakin baik kualitas produk yang ditawarkan, maka semakin tinggi persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, meningkatkan kualitas produk menjadi salah satu strategi penting bagi Mie Gacoan dalam membentuk kepuasan dan loyalitas konsumen melalui pelayanan yang berkualitas.

3. Inovasi tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen. karena pelanggan Mie Gacoan lebih memperhatikan harga murah, porsi besar, dan lokasi strategis daripada perubahan produk, sehingga
4. berbagai inovasi yang dilakukan tidak berdampak pada niat mereka untuk kembali berbelanja.
5. Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen. Ketika kualitas produk yang diterima konsumen (*actual quality*) melebihi ekspektasi awal mereka (*expected quality*), maka hal ini menciptakan kepuasan yang pada akhirnya membangun loyalitas pada konsumen.
6. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen. pelayanan yang baik dari Mie Gacoan berhasil membuat mahasiswa UNSMA menjadi pelanggan setia. Ketika pelayanan yang diberikan lebih baik dari yang diharapkan, maka mahasiswa merasa lebih puas dan ingin kembali lagi.
7. Inovasi berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kualitas Pelayanan. Inovasi Mie Gacoan berhasil menciptakan pelanggan setia di kalangan mahasiswa UNISMA, terutama ketika didukung pelayanan yang baik. Sebagian besar mahasiswa lebih sering kembali karena menyukai menu baru yang didukung pelayanan yang memuaskan.
8. Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kualitas Pelayanan. Kualitas produk sangat penting, tetapi dampaknya terhadap loyalitas akan semakin kuat jika didukung oleh

pelayanan yang baik. Oleh karena itu, pelayanan yang memuaskan akan berperan sebagai jembatan yang menghubungkan kualitas produk dengan loyalitas pelanggan.

5.2 Keterbatasan

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan, karena setiap penelitian memiliki sebuah keterbatasan. Namun penelitian ini diharapkan tetap memberi manfaat meskipun memiliki keterbatasan. Adapun keterbatasan penelitian ini adalah:

1. Penelitian hanya berfokus pada ruang lingkup responden hanya pada mahasiswa UNISMA, sehingga temuan belum tentu mewakili seluruh konsumen Mie Gacoan.
2. Banyaknya populasi yang tidak diketahui secara pasti, sehingga peneliti hanya mampu mengambil sampel sebanyak 96 responden.
3. Penelitian ini hanya berfokus pada inovasi produk sehingga tidak menggunakan indikator inovasi layanan yang mempengaruhi hasil penelitian.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian yang telah disebutkan sebelumnya, maka peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan Mie Gacoan

Perusahaan disarankan dapat terus fokus pada peningkatan kualitas produk dan layanan guna meningkatkan loyalitas pelanggan

mahasiswa. Inovasi produk sebaiknya difokuskan pada pengembangan varian menu dengan harga terjangkau dan porsi sesuai kebutuhan mahasiswa, tanpa mengurangi cita rasa. Peningkatan kualitas layanan dapat dilakukan melalui program pelatihan karyawan secara berkala untuk menjaga keramahan dan kecepatan pelayanan, khususnya saat jam sibuk. Selain itu, Mie Gacoan perlu membangun strategi promosi digital dengan *reward* atau promo khusus bagi pelanggan setia. Untuk produk, perusahaan dapat menyusun menu modular dengan kombinasi fleksibel dan menu spesial hasil kolaborasi dengan komunitas kampus. Membangun sistem umpan balik digital untuk mengumpulkan dan menganalisis ulasan pelanggan secara *real-time*.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Disarankan untuk memperluas cakupan responden tidak hanya mahasiswa UNISMA namun juga dari berbagai kampus lain di Malang agar hasil penelitian lebih representatif.
- b. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memilih penelitian yang lebih panjang. Sehingga, akan membantu melihat dampak jangka panjang dari inovasi dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.
- c. Dapat menambah item pertanyaan agar memperoleh hasil yang lebih baik, agar membantu meng-eksplorasi hasil yang mungkin belum tercakup oleh pertanyaan yang sudah ada.

- d. Memperluas variabel penelitian dengan mengeksplorasi faktor-faktor seperti pengaruh media sosial atau keterlibatan merek.



DAFTAR PUSTAKA

- Ade Siantry, Dhian Tyas Untari, & Andrian Andrian. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Karoseri PT. Adhikarisma Pratama. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 3(1), 211–222. <https://doi.org/10.30640/Digital.V3i1.2202>
- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). Partial Least Square (PLS): *Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis* (1st Ed.). Andi.
- Aquino, R., Torres, F., & Gonzales, M. (2023). Product quality and customer loyalty in casual dining restaurants: A consumer behavior perspective. *Journal of Foodservice Business Research*, 26(2), 157–174. <https://doi.org/10.1080/15378020.2023>.
- Ahmad, S., Bisnis, S., Maynooth, U., Al-Asheq, A., Bisnis, D. D., Teknologi, K., & Manajemen, J. (2023). *Hubungan Rumit Antara Loyalitas Konsumen Dan Persepsi Mereka Terhadap Kualitas Layanan , Harga Dan Kepuasan Di Layanan Restoran. 2.*
- Apriliana, A., & Sukaris, S. (2022). Analisa Kualitas Layanan Pada Cv. Singoyudho Nusantara. *Jurnal Maneksi*, 11(2), 498–504. <https://doi.org/10.31959/Jm.V11i2.1246>
- Aryoni, A., Eldine, A., & Muniroh, L. (2019). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen. *Manager : Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2), 1. <https://doi.org/10.32832/Manager.V2i2.2557>
- Aurelia, M. A., & Susanti, E. D. (2024). *Abstrak Pada Era Digital Yang Berkembang Pesat Saat Ini Perusahaan Akan Memperhatikan Loyalitas Pelanggan , Perusahaan Tidak Berfokus Terhadap Menarik Pelanggan Namun Berupaya Untuk Mempertahankan Pelanggan Lama , Loyalitas Pelanggan Akan Menjadi Priorita.*
- Dachyar & Fatkhurrohman. (2011). *Pengaruh Faktor Inovasi Terhadap Pelanggan. 5(4)*, 370–374.
- Dewantara Lawitani, K., Khairunnisa Wibowo, R., Syahba, A. Y., Mutiara Putri, I., Andarini, S., & Kusumasari, R. (2024). Peran Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis: Studi Kasus Pada Industri Makanan Dan Minuman Perusahaan Indonesia. *IJESPG Journal*, 2(1), 1–8. <http://ijespgjournal.org>
- Dilla, S. F., & Ngatno, N. (2020). Pengaruh Harga Dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen General Repair PT Nasmoco Pemuda

- Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 599–608. <https://doi.org/10.14710/Jiab.2020.28922>
- Erinamoes, Jokosamboro. (2021). Keputusan Pembelian Produk Sari Roti (Studi Pada Mahasiswa Program Studi D4 Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Malang Tahun Akademik 2020 / 2021). 37–40.
- Esha, D., & Pratama, P. (2021). Jurnal Manajemen Bisnis Pengaruh Inovasi Produk, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Roti Bakar 88 Kutabumi Tangerang. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(1), 17–28. <https://jurnal.umat.ac.id/index.php/jmb/article/view/6129>
- Fachrizul Zidan, M., & Dhakirah, S. (2023). Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Mcdonald's MT Haryono Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9, 36–42. <https://doi.org/10.33795/Jab.V9i2.3739>
- Familiar, K., & Ida, M. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, 4(Loyalitas Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk), 2252–6552.
- Fauzi, M. R., & Mandala, K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6741. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2019.V08.I11.P18>
- Fernanda & Suharto. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Home Industry Tempe Di Desa Putra Buyut Gunung Sugih Lampung Tengah. 2(2), 144. <https://doi.org/10.24127/Diversifikasi.V2i2.1079>
- Fadilah, N., & Wibowo, A. (2022). Peran Mediasi Kualitas Pelayanan dalam Hubungan antara Kualitas Produk dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(2), 134–142. <https://doi.org/10./jmb.v15i2>.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi (E. 7 (ed.)). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2015). Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2016). Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.0 untuk penelitian empiris. Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 4(1).
- Hadi, N. U., Aslam, N., & Gulzar, A. (2019). *Sustainable Service Quality And Customer Loyalty: The Role Of Customer Satisfaction And Switching Costs In The Pakistan Cellphone Industry. Sustainability (Switzerland)*, 11(8). <https://doi.org/10.3390/Su11082408>

- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk Dalam Kepuasan*.
- Haryono, T., & Marniyati, S. (2018). Pengaruh Market Orientation, Inovasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis Dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 17(2), 51. <https://doi.org/10.20961/jbm.v17i2.17174>
- Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS Path Modeling In New Technology Research: Updated Guidelines. *Industrial Management And Data Systems*, 116(1), 2–20. <https://doi.org/10.1108/IMDS-09-2015-0382>
- Hulu, P. (2020). Hubungan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada The Coffe Bean & Tea Leaf Jakarta Barat). 14(1).
- Imam Hidayat, Indarto, Y. B. (2024). Strategi Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Toko Suvenir Mutmainah Bima). 7, 5830–5842.
- Imran, I., Dona Amelia, Adriansyah, Kuliman, & Kenda Silvia. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen Studi Kasus Sanjai Rina Kota Payakumbuh. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(2), 473–483. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i2.1064>
- Joel Mustamu, E. (2023). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Kfc Spondol. *Jurnal Administrasi Bisnis*, X(I), 689.
- Khoirunnida, N Rachma, M. H. (2019). Pengaruh Reputasi Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pasta Gigi Pepsodent. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://sciteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isallowed=Y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regs-ciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari
- Laemonta, J. H., & Padmalia, M. (2017). Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Terang Bulan – Martabak 93. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 5(2), 73–80. <https://doi.org/10.37715/jee.v5i2.410>
- Lestari, N., & Barat, J. (2024). Pengaruh Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Skincare Somethinc Di Tambun Selatan. 4(2).
- Lestari, W. A., Budianto, A., & Setiawan, I. (2020). Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Suatu Studi Pada Payung

Geulis Mandiri Tasikmalaya). *Business Management And Entrepreneurship Journal*, 2(1), 56–65.

Malik, B. W. (2023). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minatbeli Ulang Konsumen Mie Gacoan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Danbisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2019). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 1286–1294.

Martiza, P. V., & Ahmadi, M. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mie Gacoan. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Terpadu*, 8(12). Diakses dari <https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jimt/article/view/7052>

Manik, N., Indrawijaya, S., & Ekasari, N. (2024). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Rumah Makan Batak Di Kecamatan Alam Barajo Kota Jambi. 4.

Miranda, S., Tavares, P., & Queiró, R. (2018). Perceived service quality and customer satisfaction: A fuzzy set QCA approach in the railway sector. *Journal of Business Research*, 89(C), 371–377. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.12.040>

Mustamu, E. J., & Ngatno, N. (2021). Pengaruh inovasi produk terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada KFC Srandol. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 689–696. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29650>

Naully, C., & Saryadi, S. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen (Studi Pada J.Co Donuts & Coffee Java Supermall Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 974–983. <https://doi.org/10.14710/Jiab.2021.28800>

Nasution, R. A., Fahmi, M., & Sari, M. (2021). The impact of product innovation on customer loyalty: The mediating role of perceived value. *Journal of Consumer Marketing*, 38(5), 589–601.

Nurhaliza, W., & Wicaksana, P. S. I. (2023). *Influence Of Store Atmosphere Price And Service Quality On Consumer Loyalty Of Mie Gacoan Cikarang. Enrichment: Journal Of Management*, 13(2), 965–977.

Nurmalasari, R., & Agustin, R. (2021). Pengaruh Inovasi Produk terhadap Loyalitas Konsumen pada UMKM Kuliner di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 112–120. <https://doi.org/10.31294/jmb.v8i2.9823>

Pingkan Viola Martiza & Mirzam Arqy Ahmadi. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mie Gacoan. *AKSIOMA: Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi*, 1(8), 461–472. <https://doi.org/10.62335/Dm8jbf14>

- Prananingrum, D. K., Sinaga, H. D. E., & Asniar, N. (2024). Strategi Diferensiasi Produk Mie Gacoan Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 2(03), 282–290. <https://doi.org/10.58812/Jekws.V2i03.1428>
- Pramono, R., & Sari, M. (2020). Pengaruh Inovasi, Kualitas Layanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(1), 1–10.
- Restiani Widjaja, Y., & Wildan. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.51977/Sainsm.V5i1.1007>
- Rinata, Y. A. C., Mawasti, A., & Koesworo, Y. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Pelanggan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Mie Gacoan Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen : JUMMA*, 13(1), 13–24. <https://doi.org/10.33508/Jumma.V13i1.5733>
- Sakti Riana Fatmaningrum, Susanto, & Muinah Fadhilah 1, 2, 3Fakultas. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 12(2), 291–301. <https://doi.org/10.37932/J.E.V12i2.608>
- Sangadji Dan Sopiah. (2013). *The Effect Of Organizational Culture On Lecturers' Job Satisfaction And Performance (A Research In Muhammadiyah University Throughout East Java)*. *International Journal Of Learning And Development*, 3(3), 1. <https://doi.org/10.5296/Ijld.V3i3.3673>
- Sugiyono. (2011:74). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Alfabeta).
- Suningrat, & Nurhudayati, D. (2022). Mediasi Self Efficacy pada Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK. *Jurnal Manajemen Dan Strategi Bisnis*, 3(2), 92–101.
- Tuju, R. E., Sjendry, & Loindong. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Sepeda Motor Yamaha Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Hasjrat Abadi Di Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1798–1807. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/20480>
- Vera Maria, Linda Nurkhalida, & S. Ulfa. AB. AL. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Dapat Mempengaruhi Inovasi Umkm Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal. *MASMAN: Master Manajemen*, 2(2), 01–07. <https://doi.org/10.59603/Masman.V2i2.378>

- Vironika, N. (2024). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Dengan Di Mediasi Kepuasan Konsumen Pada Toko Roti Dan Kue Onoy Di Kota Jambi. *Ayan*, 15(1), 37–48. Chrome-Extension://Efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/Https://Repository.Unja.Ac.Id/62176/2/Nur Vironika C1B020012_ Skripsii.Pdf
- Wicaksono. (2023). Y- 2023, Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mie Gacoan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, Viii(I), 1–19. Https://Eprints.Ums.Ac.Id/108391/
- Widianita, R. (2023). Analisis Minat Beli Pengunjung Terhadap Produk Industri Pariwisata Kreatif Sulaman Ambun Suri Bukittinggi. i- Tourism: Jurnal Pariwisata Syariah, 3(1), 54–65. https://iainbukittinggi.ac.id
- Wulandari, I. (2023). Y-2023, Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Mie Gacoan Di Kalangan Konsumen Muda Kabupaten Karanganyar. 1–23. Https://Eprints.Iain-Surakarta.Ac.Id/6448/1/Skripsi Ismi Wulandari_195211368.Pdf
- Yordan Antanegoro, R., Surya, D., & Sanusi, F. (2017). Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Trisatya*, 1(2), 167–178. Http://Jurnal.Untirta.Ac.Id/Index.Php/JRBM

