

Impresi Kualitas Produk, Desain Produk Dan *Word Of Mouth* (Wom) Terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Samsung Di Sidoarjo

Oleh:

Wicho Rahmatullah

Lilik Indayani


Progam Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Juni, 2023

Pendahuluan

Tabel 1.

Research  **Gap kualitas produk, desain produk dan *word of mouth (WOM)* terhadap kepuasan pelanggan:**

Issue	Peneliti	Kesenjangan Hasil
Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan	Munthe, Fajrillah, dan, Ginting (2021)	Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan
	Izzuddin dan Muhsin (2020)	Variabel kualitas produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan
Terdapat pengaruh desain produk terhadap kepuasan pelanggan	Munthe, Fajrillah, dan, Ginting (2021)	Variabel desain produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan
	Kristian (2020)	Variabel desain produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan
Terdapat pengaruh <i>word of mouth (WOM)</i> terhadap kepuasan pelanggan	Ajie, Suharyono dan Kusumawati (2015)	Variabel <i>word of mouth (WOM)</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan
	Asriyati (2020)	Variabel <i>word of mouth (WOM)</i> tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen

- Hasil penelitian [3] Munthe dkk (2020) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan . **Hasil berbeda ditunjukkan dari hasil penelitian [4] yang menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk tidak memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.** Jumlah respon yang digunakan oleh penelitian Izzuddin dan Muhsin (2020) hanya 66 orang sehingga ini **menjadi celah penelitian** saat ini yakni jumlah responden yang lebih besar sebanyak 96 orang. Penelitian terdahulu [3] Munthe dkk (2020) menunjukkan bahwa desain produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan penelitian dari [5] Kristian (2020) **yang menunjukkan bahwa desain produk tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen dan** Pada penelitiannya tidak melakukan uji prasyarat regresi yakni uji asumsi klasik padahal analisa data yang menggunakan software SPSS wajib melakukan uji asumsi klasik sehingga ini menjadi **celah penelitian** saat ini yakni melakukan uji asumsi klasik.

Pendahuluan

- Hasil penelitian [6] Nugraha dkk (2015) diperoleh hasil bahwa *word of mouth* (WOM) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dan **hasil berbeda ditunjukkan dari hasil penelitian. Penelitian [7] Asriyati (2020) yang diperoleh hasil bahwa *word of mouth* (WOM) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.** Metode pengambilan sampel yang digunakan oleh [7] menggunakan metode pengambilan sampel *simple random sampling* yang menentukan sampel secara acak. **Hal ini dapat dijadikan celah bagi peneliti karena pada penelitian terdahulu menggunakan teknik menggunakan metode pengambilan sampel *simple random sampling* yang menentukan sampel secara acak sehingga diperlukan waktu beberapa hari untuk menyebarkan kuesioner.** Hal ini dapat dijadikan celah bagi peneliti karena pada penelitian ini menggunakan teknik *Accidental sampling*, sehingga kuisieoner dibagikan kepada sejumlah responden yang dibutuhkan dalam 1 waktu yakni responden yang memiliki *handphone* samsung dan memiliki KTP Sidoarjo.
- adanya beberapa hasil yang berbeda (inkonsisten) terkait dengan variabel yang diteliti yaitu kualitas produk, desain produk dan word of mouth (WOM) terhadap kepuasan pelanggan maka peneliti mengangkat judul tersebut namun pada objek yang berbeda yaitu Handphone samsung di Sidoarjo untuk mengkaji ulang penelitian terdahulu dengan variabel tersebut

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

Apakah ada Pengaruh /impresi??

Kualitas Produk ,
Desain Produk dan
WOM (*Word Of
Mouth*) terhadap
Kepuasan Pelanggan
Handphone Samsung
Di Sidoarjo.



Metode

Jenis/Pendekatan penelitian

- kuantitatif
- Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan, sehingga kesimpulan hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi dimana sampel tersebut diambil (Sugiyono, 2013)

Sampel penelitian

$$n = \frac{pq}{\alpha p^2}$$
$$n = \frac{0,5 \times 0,5}{0,051^2}$$
$$n = \frac{0,25}{0,0026} = 96,15$$

- Pengumpulan sampel pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan teknik *nonprobability* sampling dengan teknik pengambilan sampel teknik *sampling accidental* adalah teknik pengambilan sampel secara kebetulan atau tersedia disuatu tempat sesuai dengan konteks penelitian. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus *unknown population menurut* menurut Cooper, Donald. R. dan Pamela (2019)
- Dengan: n: sampel
- n = Jumlah sampel
- pq = ukuran penyebaran sampel, karena populasi tidak diketahui maka p dan q diasumsikan 0,5
- αp = kesalahan proporsi standar $(0,1/1,96) = 0,051$
- Dari hasil perhitungan menunjukkan angka desimal 96,15 responden Sehingga angka dibulatkan kebawah yakni responden dalam peneliitian ini berjumlah 96 orang

Hasil

Uji Validitas

Tabel 6.
Hasil Uji Validitas Butir Pernyataan Kuesioner

Variabel	Item Variabel	r-hitung	Construck	Keterangan
Kualitas Produk	X _{1.1}	.943	0,30	Valid
	X _{1.2}	.892		Valid
	X _{1.3}	.918		Valid
	X _{1.4}	.903		Valid
	X _{1.5}	.624		Valid
Desain Produk	X _{2.1}	.821	0,30	Valid
	X _{2.2}	.876		Valid
	X _{2.3}	.826		Valid
	X _{2.4}	.775		Valid
	X _{2.5}	.640		Valid
Word Of Mouth	X _{3.1}	.917		Valid
	X _{3.2}	.791		Valid
	X _{3.3}	.886		Valid
	X _{3.4}	.805		Valid
Kepuasan Pelanggan	Y _{1.1}	.628	0,30	Valid
	Y _{1.2}	.719		Valid
	Y _{1.3}	.647		Valid
	Y _{1.4}	.809		Valid
	Y _{1.5}	.709		Valid

Sumber: Output SPSS

Pada hasil uji validitas menyatakan bahwa seluruh butir pernyataan kuesioner dari variabel (X) dan variabel X₁, X₂ dan Y memiliki nilai koefisien korelasi diatas 0,30 (>0,30) sehingga dapat dikatakan bahwa *item* pernyataan kuesioner dari variabel (X) dan Variabel (Y) dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang akan diteliti

Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Reliabilitas	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X ₁)	0,909	0.6	Reliabel
Desain Produk (X ₂)	0,848	0.6	Reliabel
Word of Mouth (X ₃)	0,873	0,6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan(Y)	0,744	0.6	Reliabel

- Berdasarkan hasil uji reliabilitas menggunakan *cronbach alpha* diketahui variabel instrumen memiliki *cronbach alpha* lebih besar dari 0,6. Sebuah variabel dikatakan reliabel apabila *cronbach alpha* > 0,6. Tabel diatas menjelaskan bahwa nilai cronbach alpha pada variabel Kualitas Produk adalah 0,909, nilai cronbach alpha pada variabel Desain Produk adalah 0,808, cronbach alpha WOM 0,873 dan nilai cronbach Alpha pada variabel Kepuasan Pelanggan adalah 0,744, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X₁, X₂, dan Y reliabel. Dengan demikian seluruh variabel instrumen dalam penelitian ini reliabel atau semua variabel X dan Y dapat digunakan kembali secara berulang-ulang.

Hasil

Tabel 8.
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Constant dan Variabel	Koefisien regresi		Uji parsial (t)		Colinearity Statistics	
	B	Std. Error	t	Sig	Tolerance	VIF
(Constant)	3,456	0,819	4,220	0,000		
Kualitas Produk (X ₁)	0,309	0,063	4,860	0,000	0,465	2,149
Desain Produk (X ₂)	0,182	0,059	3,086	0,003	0,589	1,699
Word of Mouth (X ₃)	0,408	0,086	4,762	0,000	0,446	2,242

N : 96
Uji F : 85,741
R : 0,858
Adjust R Square : 0,728

Uji Normalitas: Monte Carlo Sig. (2-tailed) = 0,352
Durbin Watson= 1,880
Test of Linierity Sig: 0,05, Uji Heterokedastisitas tidak terjadi

Regresi: $Y = 3,456 + 0,309 X_1 + 0,182 X_2 + 0,408 X_3$
Predictors : (contans), Kualitas Produk (X₁), Desain Produk (X₂),
Word of Mouth/WOM (X₃), Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: olah data IBM Statistic SPSS Versi 24, 2023

Berdasarkan hasil penelitian ditetapkan $df_1 = 2$ dan $df_2 = n - k - 1$, dimana n merupakan jumlah sampel dan k merupakan variabel bebas sehingga $df_2 = n - k - 1 = 96 - 3 - 1 = 92$, dan tingkat taraf signifikansi 5% (0,05), maka nilai F_{tabel} sebesar 3,09. Hal ini berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($85,741 > 2,70$), dan Diperkuat dengan nilai signifikansi ($0,00 < 0,05$), Kualitas Produk (X₁), Desain Produk (X₂) dan *word of mouth*/WOM (X₃) secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat yakni Kepuasan Pelanggan (Y).

- Pada uji hipotesis ini menggunakan uji t (parsial) dari persamaan regresi linier berganda $Y = 3,456 + 0,309 X_1 + 0,182 X_2 + 0,408 X_3$ yang dipergunakan untuk mengukur tingkat pengaruh signifikansi secara parsial (sendiri-sendiri) antara variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan(Y). Dengan $df = n - k - 1 = 96 - 3 - 1 = 92$ sehingga diperoleh t_{tabel} sebesar 1,661. Hasil perhitungan Uji t (parsial) yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 24, variabel Kualitas Produk (X₁) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,860, Sehingga Nilai t_{hitung} ini lebih besar (>) dari pada nilai t_{tabel} yaitu 1,661. Nilai signifikansi yang diperoleh adalah sebesar 0,000. Jadi, nilai signifikansi ini lebih kecil (<) dari pada nilai α yaitu 0,05. Karena ($t_{hitung} > t_{tabel} = 4,860 > 1,661$) dan ($sig < \alpha = 0,000 < 0,05$) artinya variabel independen yaitu Kualitas Produk (X₁) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan(Y).
- Perhitungan Uji t yang dilakukan dengan bantuan program SPSS di atas, variabel Desain Produk (X₂) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,086, Sehingga Nilai t_{hitung} ini lebih besar dari pada nilai t_{tabel} yaitu 1,661. Nilai signifikansi yang diperoleh adalah sebesar 0,003. Jadi, hingga nilai signifikansi ini lebih kecil dari pada nilai α yaitu 0,05. Karena ($t_{hitung} > t_{tabel} = 3,086 > 1,661$) dan ($sig < \alpha = 0,003 < 0,05$) artinya variabel independen yaitu Desain Produk (X₂) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan(Y).
- Perhitungan Uji t yang dilakukan dengan bantuan program SPSS di atas, variabel Word of Mouth/WOM (X₃) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,672 Sehingga Nilai t_{hitung} ini lebih besar dari pada nilai t_{tabel} yaitu 1,661. Nilai signifikansi yang diperoleh adalah sebesar 0,000. Jadi, hingga nilai signifikansi ini lebih kecil dari pada nilai α yaitu 0,05. Karena ($t_{hitung} > t_{tabel} = 4,672 > 1,661$) dan ($sig < \alpha = 0,003 < 0,05$) artinya variabel independen yaitu Desain Produk (X₂) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan(Y).

Hasil

Tabel 8.
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Constant dan Variabel	Koenfisien regresi		Uji parsial (t)		Colinearity Statistics	
	B	Std. Error	t	Sig	Tolerance	VIF
(Constant)	3,456	0,819	4,220	0,000		
Kualitas Produk (X ₁)	0,309	0,063	4,860	0,000	0,465	2,149
Desain Produk (X ₂)	0,182	0,059	3,086	0,003	0,589	1,699
Word of Mouth (X ₃)	0,408	0,086	4,762	0,000	0,446	2,242

N : 96
Uji F : 85,741
R : 0,858
Adjust R Square : 0,728

Uji Normalitas: Monte Carlo Sig. (2-tailed) = 0,352
Durbin Watson= 1,880
Test of Linierity Sig: 0,05, Uji Heterokedastisitas tidak terjadi
Regresi: $Y = 3,456 + 0,309 X_1 + 0,182 X_2 + 0,408 X_3$
Predictors : (contans), Kualitas Produk (X₁), Desain Produk (X₂),
Word of Mouth/WOM (X₃), Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: olah data IBM Statistic SPSS Versi 24, 2023

- Syarat dari nilai koefisien korelasi berganda Jangkauan nilai R adalah bekisar antara 0 dan 1. Semakin mendekati 1 (satu) maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat semakin kuat. Artinya variabel Kualitas Produk, Desain Produk dan *word of mouth*/WOM memiliki hubungan yang kuat terhadap kepuasan pelanggan. Analisis korelasi berganda (R) adalah 0,858 atau mendekati 1. Artinya terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel bebas dengan variabel terikat sedangkan Koenfisien determinasi berganda Adjusted R Squared artinya R_{square} yang disesuaikan. Dalam penelitian ini besarnya Adjusted R Square atau R₂ (Koenfisien Determinasi Berganda) adalah sebesar 0,728.

- Pada uji normalitas kolmogrov didapatkan hasil nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) = 0,352, sehingga nilai tersebut memenuhi syarat uji normal yaitu lebih besar dari 0,05 sedangkan nilai durbin waston kurang dari 5 yaitu 1,880 sehingga nilai tersebut lebih kecil dari 5, maka artinya tidak terjadi autokorelasi, pada uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai tolerance diatas 0,1 yaitu Kualitas Produk (X₁): 0,465 atau 0,4, Desain Produk (X₂): 0,589 atau 0,5 dan *word of mouth*/WOM (X₃) : 0,446 atau 0,4 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 yaitu Kualitas Produk (X₁): 2,149 atau 2,1, Desain Produk (X₂): 1,699 atau 1,6 dan *word of mouth*/WOM (X₃) : 2,242 atau 2,2. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas. Hasil uji linieritas menunjukkan nilai signifikasi 0,00 sehingga data berdistribusi linier dan uji heterokedastisitas tidak terjadi karena data menyebar.

Pembahasan

Berlandaskan pengujian dari regresi linear berganda dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Hipotesis Pertama: ada pengaruh Kualitas Produk secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Samsung Di Sidoarjo yang akan diuraikan dibawah ini:

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti bahwa Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan. Kepuasan Pelanggan didapatkan ketika konsumen tidak hanya membeli satu kali dalam suatu produk tapi berkali-kali membeli produk setelah mendapatkan manfaat, merasakan fungsi dalam menggunakan suatu produk, sehingga kualitas produk tersebut sesuai dengan keinginan konsumen. Kepuasan Pelanggan ini bermula dengan tanggapannya terhadap kualitas handphone samsung memiliki material fisik yang kuat sehingga tidak mudah pecah, selain itu Handphone Samsung memiliki reputasi baik karena merupakan salah satu top brand sehingga pelanggan merasakan kepuasan saat menggunakan handphone samsung.

Realita terjadinya Kepuasan Pelanggan melalui Kualitas Produk ini dipaparkan dalam teori dari [1] Kotler dan Keller (2018) kepuasan konsumen tergantung hasil dari kualitas produk perusahaan, karena jika semakin tinggi tingkat kualitas produk, maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen yang dihasilkan. Karena peran kualitas produk sangat menentukan keinginan konsumen tersebut sehingga kualitas produk akan tercapai suatu kepuasan tersendiri bagi konsumen. Realita dan teori diatas mendukung penelitian terdahulu dari [12] dengan hasil Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Kualitas Produk yang terkenal dan diyakini banyak konsumen terhadap suatu merek sangat bervariasi tergantung pada persepsi masing-masing individu. Apabila suatu produk memiliki Kualitas Produk yang baik dan diyakini oleh banyaknya pelanggan yang menggunakan, maka pelanggan akan berkomentar baik terhadap produk tersebut sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya, maka dengan sendirinya akan menumbuhkan kepuasan pelanggan akan produk yang ditawarkan. Sebaliknya jika kualitas produk suatu produk buruk menurut pelanggan yang pernah menggunakan handphone samsung, maka Kepuasan Pelanggan terhadap produk tersebut akan berkurang dan beralih untuk membeli produk lain.

Penelitian relevan dari [12] yang berjudul Pengaruh desain produk, kualitas produk, citra merek, harga terhadap kepuasan konsumen susu Dancow Di Kota Medan juga mendukung realita kepuasan konsumen susu dancow sedangkan pada penelitian saat ini dapat memperkuat penelitian terdahulu dengan hasilnya yakni kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan.

Pembahasan

2. Hipotesis Kedua: ada pengaruh Desain Produk secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Samsung Di Sidoarjo yang akan diuraikan dibawah ini:

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka dapat disimpulkan bahwa Desain Produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Sesuai dengan teori yang menjelaskan desain sebagai hubungan antara benda (barang) dengan suatu keadaan atau kondisi tertentu dengan tujuan memberikan suatu kepuasan bagi pengguna produk tertentu. Ini berarti bahwa jika desain produk telah baik dimata konsumen maka akan memberikan dampak yang positif pada kepuasan konsumen. desain produk seperti, model, gaya yang menarik, variasi bahan, dan up to date atau mengikuti trend yang sedang diminati masyarakat.

Penelitian ini juga memperkuat penelitian terdahulu dari [12] Munthe dan Ginting (2021) yang menyatakan Kepuasan Pelanggan, tentunya para konsumen telah banyak melakukan transaksi pembelian yang berulang. Pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti iklan, citra merek produk, Desain Produk yang ditawarkan dan lain sebagainya. Tinggi dan rendahnya Desain Produk pada suatu produk selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari produk yang mereka butuhkan, sehingga Desain Produk yang ditawarkan kepada konsumen menjadi pertimbangan khusus, sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang atau menggunakan suatu jasa. berdasarkan kebiasaan (rutinitas) para konsumen, strategi penetapan Desain Produk sangat berpengaruh penting terhadap penjualan maupun pemasaran.

3. Hipotesis Keempat: ada pengaruh Word Of Mouth (WOM) secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Samsung Di Sidoarjo yang akan diuraikan dibawah ini:

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka dapat disimpulkan bahwa Word Of Mouth (WOM) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Sesuai dengan teori yang menjelaskan Word Of Mouth (WOM) Pelanggan yang merasakan kepuasan akan produk yang telah digunakannya akan memberikan rekomendasi positif dari teman, keluarga, atau sahabat akan berdampak pada kepuasan yang mereka capai, karena harapan dan keinginan yang telah dipenuhi dari informasi yang diperoleh lebih bersifat positif dan dapat dipercaya.

Fenomena tersebut sesuai dengan teori dari [2] Kotler (2017) menyatakan Word Of Mouth (WOM) merupakan suatu proses dari komunikasi yang berupa pemberian rekomendasi baik secara individu maupun secara berkelompok terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal. Penelitian ini juga memperkuat penelitian terdahulu dari [13] Nugraha dkk (2015) bahwa penilaian Word Of Mouth yang positif berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan yang positif.

Temuan Penting Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka temuan penting dalam penelitian ini adalah mengukur adanya faktor faktor yang mempengaruhi **kepuasan pelanggan Handphone di Sidoarjo yaitu kualitas produk, desain produk dan *Word Of Mouth* (Wom)**

Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini bisa memberikan masukan dan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya terkait bidang Pemasaran
2. Hasil dari penelitian ini bisa digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan tingginya kepuasan pelanggan

1.4.2. Manfaat Praktis

Merujuk pada tujuan penelitian, maka penelitian ini diharapkan memperoleh beberapa manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Untuk memperoleh gambaran tentang pokok masalah yang ada diobjek penelitian (perusahaan) dan membandingkan dengan teori yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan bagi perusahaan terhadap pokok masalah yang telah disesuaikan dengan teori yang ada.

Referensi

1. Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran)*. Terjemahan: Firmansyah, M. A. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.2018
2. Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13, Erlangga, Jakarta.2017
3. Munthe, Meysi Ramayana, Fajrillah, Dan Ripka Seriidahnaita Ginting. “Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek, Desain Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Susu Dancow Di Kota Medan”. *Jurnal Teknovasi*. Vol. 08. No. 02. 2020
4. Izzudin Ahmad dan Muhammad Muhsin. Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*. Vol. 6. No. 1. 2020
5. Kristian, Juniar. “Pengaruh Persepsi Desain Produk, Desain Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Miniso Di Malioboro Mall Yogyakarta”. *Skripsi*.2020
6. Nugraha, Finnan Aditya Ajie, Suharyono Dan Andriani Kusumawati. “Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Kepuasan PelangganDan Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Kober Mie Setan Jalan Simpang Soekarno-Hatta Nomor 1-2 Malang)”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 22 No. 1. 2015
7. Asriyati. “Pengaruh Word Of Mouth Marketing (Wom) Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Kepuasan PelangganSebagai Variabel Pemediasi (Studi Kasus Warung Bakso & Soto Sami Asih Pak Birin Purwokerto)”. *Skripsi*. Hal 1-63.2020
8. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, 2017.
9. Cooper, Donald. R. Dan Pamela S. Schidler. (2019). *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi 12 Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
10. Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IMB SPSS 24 (9th ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.2017
11. Arikunto. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Keempat. Jakarta: Rineka Cipta.2015
12. Munthe, Fajrillah dan Ginting. “Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Susu Dancow Di Kota Medan”. *Jurnal Teknovasi*. Vol. 08. No. 02. 2021.
13. Nugraha, Finnan Aditya Ajie, Suharyono Dan Andriani Kusumawati. “Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Kober Mie Setan Jalan Simpang Soekarno-Hatta Nomor 1-2 Malang)”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 22 No. 1.2015

