

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA PRODUK KECAP KENTJANA DI KABUPATEN KEBUMEN**

***ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY ON CONSUMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS THE INTERVENING VARIABLE ON KENTJANA SOY PRODUCTS IN KEBUMEN REGENCY***

**Muhammad Sohibul Hikam, Sugiharti Mulya Handayani, Setyowati**

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret Surakarta

Jl. Ir. Sutami No 36A Ketingan Surakarta 57126 Telp/Fax (0271) 637 457

Email: [msohib351@gmail.com](mailto:msohib351@gmail.com)<sup>1</sup>, [sugihartimulya@staff.uns.ac.id](mailto:sugihartimulya@staff.uns.ac.id)<sup>2</sup>,  
[setyowati@staff.uns.ac.id](mailto:setyowati@staff.uns.ac.id)<sup>3</sup>

**ABSTRAK**

Jumlah penduduk yang tinggi membuat para pelaku bisnis khususnya di bidang industri makanan tertarik untuk memasarkan produknya. Salah satu industri pengolahan bahan pelengkap makanan di Kabupaten Kebumen adalah industri Kecap Kentjana. Banyaknya merek kecap yang sudah berskala nasional membuat persaingan pasar semakin ketat. Untuk menghadapi persaingan pasar tersebut dibutuhkan kualitas produk yang baik. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening* pada produk Kecap Kentjana di Kabupaten Kebumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebar *google form* pada beberapa platform media sosial. Analisis data yang digunakan yaitu dengan menggunakan analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen secara langsung, dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen secara tidak langsung melalui kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening*. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Kecap Kentjana memiliki loyalitas karena kualitas produk baik dan puas setelah mengonsumsi produk Kecap Kentjana.

**Kata Kunci:** kecap kentjana, kepuasan konsumen, kualitas produk, loyalitas konsumen

## ABSTRACT

The high population makes business people, especially in the food, interested in marketing their products. One of the food additive processing industries in Kebumen Regency is the Kentjana soy sauce industry. The number of soy sauce brands that have a national scale makes market competition increasingly fierce. To face the market competition, a good quality product is needed. The purpose of this study was to determine the effect of product quality on consumer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable on Kentjana Soy Sauce products in Kebumen Regency. The method used in this research is quantitative descriptive method. data collection is done by spreading google forms on several social media platforms. Analysis of the data used is by using path analysis. The results show that product quality has a positive effect on consumer satisfaction, product quality has a positive effect on consumer loyalty directly, and product quality has a positive effect on consumer loyalty indirectly through consumer satisfaction as an intervening variable. This shows that Kentjana soy sauce consumers have loyalty because the product quality is good and satisfied after consuming Kentjana soy sauce products.

**Keyword:** costumer loyalty, costumer satisfaction, kentjana soy sauce, product quality

## PENDAHULUAN

Indonesia dengan jumlah penduduk mencapai lebih dari 270 juta menurut sensus penduduk tahun 2020 merupakan negara agraris yang mengandalkan sektor pertanian. Menurut Rompas *et al* (2015) sektor pertanian meliputi beberapa subsektor yaitu subsektor tanaman bahan makanan, subsektor hortikultura, subsektor perikanan, subsektor peternakan, dan subsektor kehutanan. Sektor pertanian merupakan salah satu sektor dominan yang membutuhkan banyak tenaga kerja. Jumlah penduduk yang tinggi membuat para pelaku bisnis khususnya di bidang industri makanan dan minuman tertarik untuk memasarkan produknya. Kedelai

adalah salah satu tanaman polong-polongan dan merupakan sumber utama protein dan minyak nabati utama dunia. Konsumsi kedelai oleh masyarakat Indonesia dipastikan akan terus meningkat setiap tahunnya mengingat beberapa pertimbangan seperti bertambahnya populasi penduduk, peningkatan pendapatan per kapita, kesadaran masyarakat akan gizi makanan. Peningkatan kebutuhan akan kedelai dapat dikaitkan dengan meningkatnya konsumsi masyarakat terhadap tahu dan tempe, serta untuk pasokan industri kecap (Mursidah, 2005). Berbeda dengan tahu dan tempe, kedelai hitam diolah menjadi kecap sebagai bahan pelengkap untuk makanan. Kecap tidak hanya dikonsumsi oleh rumah

tangga, tetapi juga digunakan untuk usaha yang bergerak di bidang makanan. Berdasarkan data dari Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Republik Indonesia pada tahun 2019 bahwa rata-rata konsumsi kecap per tahunnya mencapai 0,8kg perkapita pertahun. Presentase ini merupakan

angka yang cukup signifikan mengingat besarnya pasar produk konsumsi di Indonesia. Kecap sebagai bahan pelengkap makanan yang diminati oleh masyarakat Indonesia. Berikut data konsumsi kecap tahun 2015 sampai 2019 di Indonesia.

Tabel 1. Rata-rata Konsumsi Kecap di Indonesia Tahun 2015-2019

Tahun	Konsumsi (Kg/kapita/tahun)
2015	0,85
2016	0,95
2017	0,89
2018	0,83
2019	0,88

Sumber: Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Sekretaris Jenderal, Kementerian Pertanian Tahun 2019

Penggunaan kedelai untuk produksi kecap manis di Indonesia pada tahun 2021 cukup banyak yaitu mencapai 325.220 ton (BPS, 2021). Jumlah tersebut menandakan bahwa permintaan pasar terhadap kecap manis cukup tinggi, yang secara langsung memperlihatkan bahwa konsumsi kecap manis oleh masyarakat Indonesia juga cukup tinggi. Daya saing antar produk-produk kecap manis semakin ketat. Hal ini ditunjukkan banyak tersedianya merek kecap manis di pasaran dengan cita rasa, kemasan, ukuran dan harga yang bervariasi, sehingga membuat masyarakat bebas untuk memilih produk kecap manis sesuai selera dan kriteria yg mereka inginkan, terutama konsumen rumah tangga di Kabupaten Kebumen.

Kecap Kentjana memiliki merupakan satu-satunya kecap lokal yang mampu bersaing dengan produk kecap dengan skala nasional. Kecap Kentjana mampu menguasai pangsa pasar kecap di Kabupaten Kebumen meskipun memiliki harga yang lebih mahal dari kecap-kecap pesaing. Maka dari itu, pihak Kecap Kentjana senantiasa menjaga kualitas produknya karena kualitas produk

berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. Menurut Chang dan Fong (2010) kualitas produk merupakan titik awal yang baik untuk menciptakan suatu citra positif serta mempertahankan loyalitas konsumen dalam jangka panjang. Menurut Irawan dan Edwin (2013) kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan loyalitas konsumen. Konsumen yang merasa puas akan melakukan pembelian ulang secara konsisten sehingga timbul loyalitas terhadap suatu produk.

Persaingan pasar dengan perusahaan-perusahaan kecap ternama dengan skala nasional patut diwaspadai oleh pihak Kecap Kentjana, ditambah ditawarkan dengan harga yang lebih terjangkau. Pihak Kecap Kentjana harus senantiasa meningkatkan kualitas produk dan kepuasan konsumen karena memiliki hubungan erat dengan loyalitas konsumen. Apabila kepuasan didapatkan oleh konsumen setelah menggunakan suatu produk, maka akan timbul loyalitas pada konsumen dengan membelinya kembali. Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan, maka perlu diteliti

mengenai pengaruh kualitas produk terhadap terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening* pada Produk Kecap Kentjana di Kabupaten Kebumen. Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening* pada Produk Kecap Kentjana di Kabupaten Kebumen sehingga dapat digunakan perusahaan untuk menyusun strategi pemasaran terkait loyalitas konsumen.

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Dasar Penelitian**

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif.

### **Metode Penentuan Lokasi**

Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan yaitu Kabupaten Kebumen merupakan pangsa pasar terbesar dari produk Kecap Kentjana.

### **Metode Penentuan Sampel**

Teknik sampling yang digunakan adalah menggunakan *google form* yang memiliki kriteria tertentu. Karakteristik umur responden antara 15 sampai 64 tahun yang merupakan masyarakat Kabupaten Kebumen. Karakteristik lainnya yaitu konsumen yang pernah melakukan pembelian minimal dua kali. Untuk menentukan ukuran sampel penelitian menggunakan rumus slovin dan didapatkan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden.

### **Pengujian Instrumen**

Pengujian instrumen penelitian ini menggunakan uji validitas dan reabilitas dengan sampel sebanyak 30 responden. Sebuah instrumen dikatakan valid yaitu jika nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel (0,361). Reliabilitas dapat dilihat dari hasil nilai *Cronbach's Alpha*, jika nilainya  $> 0,60$  maka reliabel. Kuesioner penelitian terdiri dari 3 variabel yang masing-masing variabel terdiri dari 3-4 butir pernyataan. Jumlah seluruh pernyataan dalam kuesioner yaitu 10 butir. Masing-masing pernyataan memiliki nilai  $r$  hitung  $> r$  tabel (0,361) yang berarti seluruh butir pernyataan dalam kuesioner dikatakan valid. Nilai *Cronbach's Alpha* ketiga variabel penelitian  $> 0,60$ , sehingga instrumen dikatakan reliabel.

### **Metode Analisis Data**

#### **1. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik penelitian ini terdiri atas 3 uji yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas (Ghozali, 2012).

#### **2. Analisis Jalur**

Pada analisis jalur, pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat berupa pengaruh langsung dan tidak langsung atau dengan kata lain analisis jalur memperhitungkan adanya pengaruh langsung dan tidak langsung. Berbeda dengan model regresi biasa yang hanya memperhitungkan pengaruh langsung (Kuncoro, 2012). Sistem hubungan sebab akibat tersebut menurut kerangka berfikir yang telah disebutkan diatas maka dalam analisis jalur akan ada dua persamaan yaitu:

$$Y = b_1 X + e$$

$$Z = b_1 X + b_2 Y + e$$

Variabel yang diteliti yaitu kualitas produk (X), kepuasan konsumen (Y), dan loyalitas konsumen (Z). Nilai  $e$  pada model merupakan *standart error* yang ada pada setiap model.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Kondisi Umum Lokasi Penelitian

Kabupaten Kebumen memiliki Luas Wilayah 1.281,11 km<sup>2</sup> atau 128.111.50 hektar, dengan kondisi wilayah berupa daerah pantai dan pegunungan dan sebagian besar merupakan dataran rendah. Kabupaten Kebumen terletak pada 109° 22' - 109° 50' Bujur Timur 7° 27' - 7° 50' Lintang Selatan. Secara administrasi Kabupaten Kebumen terdiri dari 26 kecamatan yang terbagi atas 11 kelurahan dan 449 desa. Banyaknya desa disertai banyaknya penduduk membuat kegiatan pemasaran produk kecap kentjana sangat diperlukan dan harus berjalan dengan baik dan efisien. Kegiatan pemasaran berupa distribusi produk yang baik dapat meningkatkan ketersediaan kecap pada setiap desa dan mempermudah penduduk untuk melakukan pembelian ulang.

### Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Kecap Kentjana yang berdomisili di Kabupaten Kebumen yang berusia antara 15 sampai 64 tahun dan pernah membeli Kecap Kentjana minimal 2 kali. Jumlah responden penelitian ini yaitu 100 responden. Responden yang berada pada kelompok umur 15-24 tahun tergolong kelompok umur usia yang juga termasuk ke dalam umur produktif. Responden dalam penelitian mayoritas berjenis kelamin perempuan karena pada umumnya perempuan bertanggung jawab terhadap penyediaan makanan dalam rumah tangga. Responden dengan pekerjaan sebagai pelajar atau mahasiswa mendominasi dikarenakan pada umumnya sering dimintai bantuan oleh ibunya untuk membeli sesuatu di warung atau ruko. Sebagian besar responden tergolong ke dalam kelompok pendapatan yaitu <1.500.000,00 dimana pendapatan tersebut merupakan uang saku yang diperoleh dari orang tua karena pekerjaan mayoritas responden yang masih pelajar atau mahasiswa.

Tabel 2. Responden Kecap Kentjana di Kabupaten Kebumen Tahun 2021

No.	Karakteristik	Jumlah	Presentase (%)
1.	Umur		
	15-24	60	60
	25-34	13	13
	35-44	11	11
	45-54	10	10
	55-64	6	6
2.	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	37	37
	Perempuan	63	63
3.	Pekerjaan		
	Pelajar/Mahasiswa	54	54
	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	14	14

Pegawai Swasta	6	6
Wirausaha/Wiraswasta	12	12
Lainnya	14	14
6. Pendapatan/Uang Saku Per Bulan		
<Rp1.500.000,00	61	61
Rp1.500.000,00–Rp2.500.0000,00	20	20
Rp2.500.000,00–Rp3.500.0000,00	9	9
>Rp3.500.0000,00	10	10

Sumber : Analisis Data Primer, 2021

**Hasil Analisis Data**

1. Uji Asumsi Klasik

Tahapan pertama dalam analisis regresi penelitian ini adalah uji asumsi klasik. Uji ini dilakukan untuk mengetahui bahwa data yang

diperoleh adalah sah (tidak dapat penyimpangan). Uji asumsi klasik terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas (Uji Kolmogorov-Smirnov)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized residual
N	100
Asymp. Sig (2-tailed)	0,595

Sumber : Analisis Data Primer, 2021

Berdasarkan hasil output pada Tabel 3, diketahui bahwa nilai sig (0,595) >  $\alpha$  (0,05), maka data penelitian terdistribusi secara normal.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Colinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
X	0,411	2,434
Y	0,411	2,434

Sumber: Analisis Data Primer, 2021

Keempat variabel independen memiliki nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10. Hal tersebut berarti

tidak terjadi multikolinearitas diantara variabel-variabel independen dalam penelitian ini.

Tabel 5. Hasil Uji

Heteroskedastisitas	
Variabel	Sig.
X	0,475
Y	0,449

Sumber: Analisis Data Primer, 2021

Nilai signifikansi keempat variabel independen >  $\alpha$  (0,05), berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model penelitian ini.

Tabel 6. Hasil Analisis Jalur I

Vaiabel	R <sup>2</sup>	Standardized Coefficient	Sig. 2-tailed (Uji t)
Kualitas Produk (X)	0,562	0,750	0,000

Sumber : Analisis Data Primer, 2021

2. Analisis Jalur I

Hasil persamaan analisis jalur I yang terbentuk dalam penelitian ini ditunjukkan dengan rumus yaitu.

$$Y = 0,750 X + 0,051e_1$$

Nilai e1 merupakan standart error dari model. Diketahui nilai signifikansi uji t sebesar  $0,000 < \alpha 0,05$  artinya variabel kualitas produk (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat sebesar 56,2%

yang ditunjukkan oleh nilai  $R^2$ . Koefisien determinasi ( $R^2$ ) melambangkan besarnya nilai pengaruh dari variabel bebas yang diteliti dalam penelitian terhadap variabel terikatnya. Variabel lain yang tidak diteliti menjelaskan 43,8% pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Putro (2014) dimana kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya konsumen mejadi puas terhadap Kecap Kentjana karena kualitas produknya yang baik.

Tabel 7. Analisis jalur II

Variabel	R <sup>2</sup>	Sig.2-tailed (Uij F)	Sig.2-tailed (Uji T)	Standardized Coefficient
Kuallitas Produk (X)	0,507	0,000	0,006	0,272
Kepuasan Konsumen (Y)	0,507	0,000	0,000	0,501

Sumber : Analisis Data Primer, 2021

3. Analisis Jalur II

Hasil persamaan analisis jalur II yang terbentuk dalam penelitian ini ditunjukkan dengan rumus yaitu.

$$Z = 0,272 X + 0,501 Y + 0,103e_2$$

Nilai e2 merupakan standart error dari model. Berdasarkan Tabel 7 diketahui nilai signifikansi uji t variabel X sebesar  $0,006 < \alpha 0,05$  artinya variabel kualitas produk (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen (Z). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Z. Uji t variabel Y sebesar  $0,000 < \alpha 0,05$  artinya

variabel kepuasan konsumen (Y) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen (Z). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Y berpengaruh terhadap variabel Z.

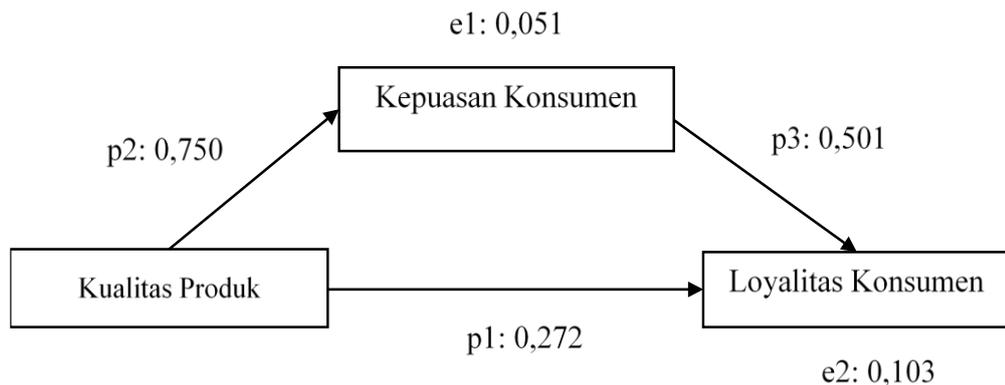
Uji F variabel X dan Y pada hasil penelitian ini sebesar 0,000 artinya variabel X dan Y secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen (Z). Variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat sebesar 50,7% yang ditunjukkan oleh nilai  $R^2$ . Koefisien determinasi ( $R^2$ ) melambangkan besarnya nilai pengaruh dari

variabel bebas yang diteliti dalam penelitian terhadap variabel terikatnya. Variabel lain yang tidak diteliti menjelaskan 49,3% pengaruh terhadap variabel loyalitas konsumen (Z).

Kualitas Produk memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Kualitas produk merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk yang digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen diantaranya kesesuaian harapan konsumen, keistimewaan cita rasa, kemasan menarik, dan daya

tahan yang baik. Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen dengan nilai koefisien jalur 0,750. Kepuasan Konsumen memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Kepuasan Konsumen merupakan kesesuaian antara harapan sebelum pembelian dengan hasil yang dirasakan setelah pembelian. Hasil penelitian menunjukkan kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen dengan nilai koefisien jalur 0,501.

Gambar 1. Analisis Jalur



Sumber: Analisis Data Primer, 2021

4. Analisis pengaruh tidak langsung  
 Nilai signifikansi uji sobel pada model menggunakan sobel test calculator for the significance of mediation sebesar 0,000 artinya variabel kepuasan konsumen sebagai variabel intervening berpengaruh secara signifikan terhadap hubungan kualitas produk dan loyalitas konsumen sebagai variabel mediasi. Diketahui pengaruh langsung yang diberikan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen sebesar 0,272. Pengaruh tidak

langsung yang diberikan dapat diperoleh dari hasil perkalian dari p2 dan p3 yaitu:  $0,750 \times 0,501 = 0,375$ . Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung kualitas produk memiliki nilai koefisien jalur yang lebih besar daripada pengaruh langsung. Nilai koefisien jalur pengaruh tidak langsung yang lebih besar daripada pengaruh langsung menunjukkan bahwa variabel intervening mampu memediasi dengan baik variabel independen

dan variabel dependen. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Adi R.P. (2013), Andreas C (2016), Widyatama (2018), dan Wirawan (2019) dimana kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. Berdasarkan analisis penelitian ini, diketahui bahwa loyalitas konsumen produk Kecap Kentjana di Kabupaten Kebumen dipengaruhi oleh kualitas produk dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. Artinya, masyarakat Kabupaten Kebumen memiliki loyalitas terhadap produk Kecap Kentjana dikarenakan kualitas produk yang baik dan puas terhadap kualitasnya produknya

### SIMPULAN

Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk yang baik membuat konsumen mendapatkan kepuasan setelah mengonsumsi produk Kecap Kentjana. Kualitas produk dan kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen mampu memediasi kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dengan baik. Konsumen menjadi loyal setelah mendapatkan kepuasan atas

kualitas produk yang baik dari Kecap Kentjana.

Saran yang bisa diberikan pada penelitian ini yaitu meningkatkan kualitas produk dengan meningkatkan mutu bahan baku, daya tahan kecap, dan menambahkan inovasi pada kemasan produk supaya kualitas produk semakin meningkat karena kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Peningkatan kualitas produk berbanding lurus dengan kepuasan dan loyalitas konsumen artinya semakin tinggi kualitas produk Kecap Kentjana maka semakin tinggi kepuasan dan loyalitas pada konsumen.

### DAFTAR PUSTAKA

- Adi R.P. 2013. Pengaruh Kualitas Produk dan Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Jenang Karomah. *Jurnal Analisis Manajemen* Vol 1 (2)
- Andreas, Caesar. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Vol 5 (5)
- Badan Pusat Statistik Indonesia. 2021. *Produksi Jagung dan Kedelai (Ton) 2020*. Jakarta Pusat: Badan Pusat Statistik
- Chang, Nai-Jen, dan Fong, Cher-Min. (2010). Green Product, Quality Green Corporate Image, Green Customer Satisfaction, and Green Customer. *African Journal of Business*

- Management* Vol. 4 (13)
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang:Badan Penerbit- Universitas Diponegoro.
- Irawan, Deny dan Japrianto, Edwin. 2013. Analisa pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada pelanggan restoran por kee surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran* VOL. 1, No. 2
- Kuncoro A, Engkos dan Ridwan. 2012. *Análisis jalur (Path Analisis) Edisi Kedua*. Bandung: Alfabeta
- Mursidah. 2005. *Perkembangan Produksi Kedelai Nasional dan Upaya Pengembangannya di Provinsi Kalimantan Timur*. Kalimantan: LIPI. <http://isjd.pdii.lipi.go.id/admin/jurnal/21054146.pdf>
- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Republik Indonesia. 2019. Buletin Konsumsi Pangan. Jakarta Pusat
- Putro, S.W. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol.2, No. 1, (2014) 1-9
- Rompas J, Engka D, Tolosang K. 2015. Potensi Sektor Pertanian dan Pengaruhnya Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*: Vol. 15 (4): 1
- Widyatma, P.C. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Rifa Kuliner Kendal). *Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang* Vol. 7 No. 3
- Wirawan, A.A. 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening Variabel. *Jurnal Organisasi dan Manajemen* Issue 1: 15