

FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN DI UD. MEKAR JAYA BUAH KOTA TANGERANG (Studi Kasus Kepuasan Konsumen di UD. Mekar Jaya Buah)

Ahmad Nursodik¹, Aep Saefullah², Usman Ali³, Sonia Destiana⁴, Putri Lolyta⁵,
Ramadani Pardian⁶, Patria Adiguna⁷

¹⁻⁷ STIE Ganesha Jakarta

ahmadnursodik.89@gmail.com,ua065046@gmail.com,soniadestianaputri1999@gmail.com
putrilolyta@gmail.com,aep@stieganessa.ac.id,dani@stieganessa.ac.id ,patria@stieganessa.ac.id

Abstrack

This study aims to identify factors that influence customer satisfaction and loyalty at UD. Mekar Jaya Buah, a fruit trading company in Tangerang City. As business competition is getting tougher, a deep understanding of customer satisfaction and loyalty is essential to develop effective marketing strategies. This research uses a descriptive qualitative approach which was conducted for two months, from June to July 2023. Data collection techniques through interviews, observation, and literature. The results revealed that product quality and customer service are the main factors that influence consumer satisfaction and loyalty. Consumers value high-quality products and positive interactions with service staff. Prices that match the value of the product also contribute to consumer satisfaction. Other factors include ease of access, shopping convenience, and feelings of attachment to the brand. The implication of this research is the need for UD. Mekar Jaya Buah to continuously improve the quality of products and services, and consider the right pricing strategy. A better understanding of consumer preferences and expectations will help companies design more careful marketing strategies. In addition, this research also contributes to further understanding of the dynamics of consumer behavior in the context of the fruit trading industry.

Keywords: *Customer satisfaction, customer loyalty, fruit trading.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen di UD. Mekar Jaya Buah, perusahaan perdagangan buah-buahan di Kota Tangerang. Persaingan bisnis yang semakin ketat, pemahaman mendalam kepuasan dan loyalitas konsumen sangat penting guna mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang dilakukan selama dua bulan, mulai Juni hingga Juli 2023. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan literatur pustaka. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa kualitas produk dan pelayanan pelanggan merupakan faktor utama yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen. Konsumen menghargai produk berkualitas tinggi dan interaksi positif dengan staf pelayanan. Harga yang sesuai dengan nilai produk juga berkontribusi pada kepuasan konsumen. Faktor lainnya meliputi kemudahan akses, kenyamanan berbelanja, serta perasaan keterikatan terhadap merek. Implikasi penelitian ini adalah perlunya UD. Mekar Jaya Buah untuk terus meningkatkan kualitas produk dan pelayanan, serta mempertimbangkan strategi penetapan harga yang tepat. Pemahaman yang lebih baik mengenai preferensi dan harapan konsumen akan membantu perusahaan merancang strategi pemasaran yang lebih cermat. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi terhadap pemahaman lebih lanjut mengenai dinamika perilaku konsumen dalam konteks industri perdagangan buah-buahan.

Kata kunci: Kepuasan konsumen, loyalitas konsumen, perdagangan buah-buahan.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, kepuasan dan loyalitas pelanggan merupakan dua faktor penting yang berperan penting dalam keberhasilan suatu bisnis. Faktor kepuasan dan loyalitas pelanggan cukup penting dalam mengembangkan strategi pemasaran dan mempertahankan pangsa pasar. Salah satu bidang usaha yang menghadapi tantangan ini adalah perdagangan buah-buahan, dimana kualitas produk, pelayanan dan interaksi dengan konsumen berperan besar dalam membentuk persepsi konsumsi konsumen. Faktor kualitas pelayanan, harga, citra merek dan kegiatan promosi semuanya mempunyai

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN DAN LOYALITAS
KONSUMEN DI UD. MEKAR JAYA BUAH KOTA TANGERANG
(Studi Kasus Kepuasan Konsumen di UD. Mekar Jaya Buah)**

pengaruh yang positif dan signifikan. mempengaruhi kepuasan konsumen (Nasution & Nasution, 2021)

Manajemen logistik memainkan peranan penting dalam sektor buah-buahan, terutama karena kesegaran produk dan kerentanannya terhadap perubahan kondisi lingkungan. Fungsi manajemen logistik di sektor buah-buahan melibatkan pengelolaan berbagai aspek rantai pasokan, mulai dari produksi hingga pengiriman ke konsumen akhir. Fungsi utama manajemen logistik di sektor buah-buahan, manajemen inventaris, penanganan dan penyimpanan, transportasi, perutean dan distribusi, pengendalian kualitas dan keamanan, manajemen risiko, regulasi kepatuhan serta komunikasi dan kolaborasi. Manajemen logistik berperan untuk memastikan buah sampai ke konsumen dalam kondisi terbaik, segar, dan berkualitas. Hal ini berdampak pada kepuasan konsumen, citra merek, dan kelangsungan bisnis (Arda et al., 2023).

Manajemen logistik berfungsi untuk merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan aliran penyimpanan barang, jasa dan informasi terkait yang efisien dari awal hingga titik konsumsi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Manajemen logistik memegang peranan penting bagi dunia usaha/perkantoran yang memiliki fungsi logistik untuk membantu pekerjaan dan operasional berjalan dengan lancar, efektif dan efisien. Tanpa logistik maka pekerjaan akan terhambat, aktivitas kerja akan terganggu, tanpa logistik maka pekerjaan akan sangat melambat dan sangat sulit mendapatkan sesuatu yang dapat mengganggu pekerjaan dan berpotensi menimbulkan resiko yang besa (Suarna et al., 2022)

Menurut (WARDIKA, n.d.), salah satu subsektor pertanian yang mempunyai peranan penting adalah subsektor produksi tanaman pangan. Pohon buah-buahan merupakan salah satu hasil tanaman yang mempunyai nilai ekonomi besar dan mempunyai peranan penting dalam pembangunan pertanian. Perkembangan produk buah-buahan di Indonesia selama ini terlihat dari meningkatnya konsumsi buah per kapita setiap tahunnya. Sebagai informasi, pada tahun 2012 konsumsi buah per kapita sebesar 17.520 kg. Pada tahun 2013, konsumsi buah per kapita meningkat menjadi 21.111 kg. Konsumsi buah per kapita juga mengalami peningkatan pada tahun 2014 yaitu mencapai 24.513 kg. Peningkatan konsumsi buah-buahan diperkirakan akan terus meningkat setiap tahunnya, seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk.

Pertumbuhan penduduk yang didasari oleh pendapatan dan kualitas pendidikan, serta kesadaran masyarakat akan perlunya komposisi gizi seimbang, juga memberikan peluang bagi pasar buah-buahan (Patiroi, 2008). Munculnya berbagai jenis usaha merupakan salah satu bentuk perkembangan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat terhadap buah-buahan segar. Perubahan tersebut terlihat dengan munculnya pasar-pasar modern yang menjual

buah-buahan segar, perlahan-lahan mengubah posisi pasar tradisional sebagai pusat perdagangan buah-buahan segar.

Salah satu bentuk pengembangan pasar modern adalah penjualan buah secara eceran modern. Ritel modern berlandaskan konsep one stop shopping dan menawarkan banyak keunggulan dibandingkan ritel tradisional, seperti harga tetap, suasana nyaman, lingkungan bersih, relatif aman dari tindak kriminal, produk beragam, kualitas produk terjamin, pelayanan baik, transaksi mudah. dan Promosi berkelanjutan yang dilakukan oleh pengecer melalui media elektronik dan cetak (Saefullah, Fadli, et al., 2023)

Menghadapi perubahan pasar yang semakin cepat, setiap perusahaan harus mampu bersaing dalam skala global. Untuk memenangkan persaingan, suatu perusahaan harus mampu memuaskan pelanggannya, misalnya dengan menyediakan produk dengan kualitas yang lebih baik, harga yang lebih murah, pengiriman produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dibandingkan pesaing (Saefullah & Agustina, 2023).

Dalam hal konsumsi buah-buahan, rata-rata konsumsi masyarakat Indonesia adalah 81,14 gram/orang/hari (BPS, 2021), namun jumlah tersebut hanya 54,09% dari angka kecukupan gizi minimum WHO, sehingga menurut Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) masih rendah. ditingkatkan. Indonesia merupakan salah satu negara penghasil buah-buahan terbesar, karena buah-buahan dapat dengan mudah Anda temukan di berbagai tempat, baik di pasar maupun di supermarket modern. Tentunya banyak masyarakat yang lebih memilih membeli buah di pasar modern yang memberikan kualitas, kemudahan dan banyak kemudahan sehingga masyarakat dapat meningkatkan konsumsi buahnya (Agustina & Saputri, 2022)

Produksi buah-buahan di Indonesia sangat rendah. Hal ini memaksa para petani dan penjual buah-buahan untuk memperbaiki strategi pemasarannya guna menarik konsumen yang awalnya hanya ingin membeli untuk kebutuhan sehari-hari, berbelanja atau sekedar membeli dan akhirnya tertarik untuk membeli pohon buah-buahan. Buah-buahan yang ditata secara menarik, kualitas yang terjaga, harga terjangkau, diskon dan pemberian pelayanan merupakan beberapa strategi untuk meningkatkan faktor kepuasan pelanggan dalam menjual buah-buahan

UD. Mekar Jaya Buah perlu melakukan suatu upaya agar konsumen tetap loyal dengan cara mengidentifikasi segala hal yang berkaitan dengan kepuasan konsumen baik terhadap buah-buahan yang diperjual belikan maupun pelayanan UD.Mekar Jaya Buah.

Penelitian Terdahulu dilakukan oleh (Saefullah, 2022) tentang tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada toko online shop xyz. Hasil temuan bahwa meningkatkan kualitas pelayanan, harus diarahkan dan meningkatkan keterampilan dan kerja

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN DAN LOYALITAS
KONSUMEN DI UD. MEKAR JAYA BUAH KOTA TANGERANG
(Studi Kasus Kepuasan Konsumen di UD. Mekar Jaya Buah)**

karyawan dalam bekerja. 5 unsur yang digunakan meningkatkan kepuasan pelayanan pelanggan yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan perhatian).

(Alfinasari & Purnomo, 2022) menganalisa kualitas produk dan pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Romo Kopi Kediri. Hasil analisis data menunjukkan kesimpulan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial (terpisah) maupun secara bersama-sama (simultan).

Lalu (Pramono, 2021) menelaah bagaimana pengaruh harga dan brand image terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Sari Jangek Medan. Hasil menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen . Dan Brand Image juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Terdapat kesenjangan atau gap yang dapat diidentifikasi antara penelitian-penelitian terdahulu dan penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen di UD. Mekar Jaya Buah, Kota Tangerang. Dengan melihat gap tersebut menjadi alasan penting mengapa penelitian ini memiliki relevansi dan nilai kontribusi yang signifikan. Gap nya yaitu konteks dan industri yang berbeda, variabel yang diperiksa, lokasi dan demografi konsumen, budaya dan sosial, kekuatan dan keterbatasan.

Penting untuk melakukan penelitian sekarang karena dengan memahami faktor-faktor yang khusus mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen di UD. Mekar Jaya Buah, Anda dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam kepada pemilik bisnis atau pengambil keputusan di perusahaan tersebut. Penelitian ini juga dapat membantu mengisi celah pengetahuan dalam literatur tentang pengaruh faktor-faktor tertentu dalam konteks bisnis yang lebih spesifik, sehingga memiliki dampak praktis yang nyata.

Berdasarkan uraian di atas, maka masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini yaitu seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan terhadap penjualan buah ? dan Faktor apa saja yang berkorelasi terhadap tingkat kepuasan konsumen dalam membeli buah-buahan ?

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap buah-buahan segar yang diperjual belikan di UD Mekar jaya Buah, untuk mengetahui kaitan atribut penjualan buah-buahan segar terhadap kepuasan pelanggan UD.Mekar Jaya Buah serta untuk mengetahui tindakan yang harus dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen UD Mekar Jaya Buah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif (Rukajat, 2018), metode kualitatif deskriptif ini akan membantu untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam

tentang faktor yang berpengaruh dalam kepuasan dan loyalitas konsumen di UD Mekar Jaya Buah kota Tangerang Selatan. Populasi dalam penelitian tersebut adalah seluruh konsumen yang membeli buah di pasar buah sudirman. Pengumpulan data menggunakan Wawancara, Observasi, dan literatur pustaka. Data **d**inalisis melalui : a) Transkripsi Wawancara, b) Analisis Kualitatif, c) Verifikasi dan Triangulasi data dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumen yang dikumpulkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tujuan berbisnis adalah untuk mendapatkan keuntungan (Holle, 2019). Kepuasan pelanggan menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi antara harapan pelanggan dan kinerja aktual roduk yang dirasakan setelah pembelian (Saefullah, Arza, et al., 2023). Artinya pelanggan akan merasa puas apabila kinerja aktual produk sesuai dengan harapan setelah dilakukannya pembelian. Menurut (Kotler et al., 2018) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang diharapkan.

UD. Mekar Jaya Buah, sebuah usaha dagang yang bergerak dalam penjualan buah-buahan di Kota Tangerang, tidak terkecuali dari dinamika ini. Keberhasilan UD. Mekar Jaya Buah dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas konsumen akan sangat bergantung pada pemahaman mendalam terhadap faktor-faktor yang memengaruhi pola perilaku konsumen tersebut.

Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen di UD. Mekar Jaya Buah. Analisis ini akan membantu memahami preferensi pasar lokal dan faktor-faktor yang memengaruhi pembelian. Penelitian ini akan mempertimbangkan aspek kualitas produk, pelayanan, harga, persepsi konsumen, dan lainnya yang memengaruhi keputusan beli. Selain memberikan wawasan, penelitian ini akan membantu UD. Mekar Jaya Buah dalam merancang strategi pemasaran yang lebih baik. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen, UD. Mekar Jaya Buah dapat meningkatkan pelayanan, kualitas produk, dan interaksi dengan konsumen. Tujuan utama penelitian ini adalah mendukung pertumbuhan UD. Mekar Jaya Buah dalam persaingan bisnis yang kompleks. Dengan menganalisis preferensi dan perilaku konsumen, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi positif dalam mengembangkan strategi bisnis dan meraih kesuksesan di masa depan.

Penelitian ini memberikan dampak positif antara lain perbaikan strategi pemasaran, peningkatan kualitas produk dan layanan, pertumbuhan loyalitas konsumen, pengembangan

hubungan dengan pelanggan. Adapun pengaruh negatif nya yaitu berpotensi keterbatasan generalisasi: Temuan dari penelitian memiliki keterbatasan dalam hal generalisasi karena fokus pada satu perusahaan dan lokasi tertentu. Hasilnya mungkin tidak dapat diterapkan secara langsung pada semua industri atau lokasi. b) Respon Negatif dari Konkuren, c) Potensi Perubahan Kebijakan Bisnis: Temuan dari penelitian ini mungkin mengarah pada perubahan dalam kebijakan bisnis atau operasional UD. Mekar Jaya Buah. Meskipun ini bisa positif dalam jangka panjang, perubahan ini memerlukan investasi tambahan atau penyesuaian yang dapat berdampak pada biaya dan waktu. Pihak yang merasakan manfaat dari penelitian ini adalah a) UD. Mekar Jaya Buah, b) Konsumen, c) industri dan komunitas bisnis, d) peneliti dan akademisi, dan e) masyarakat.

Menurut (Fauzia et al., 2020) persaingan yang ketat antar perusahaan makanan dapat mendorong para pengusaha untuk menyenangkan konsumen agar dapat mempertahankannya. Harga dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sedangkan produk dan pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan maka semakin tinggi loyalitas pelanggan. Produk, harga, pelayanan dan lokasi juga mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas. Restoran perlu melakukan perbaikan dalam hal produk, harga, pelayanan dan lokasi, mereka perlu meningkatkan rasa, keterjangkauan dan kebersihan toilet.

Temuan peneliti, menjaga komitmen terhadap kualitas, pelayanan pelanggan, dan respons terhadap kebutuhan konsumen adalah kunci utama dalam menjaga loyalitas dan kepuasan konsumen di UD Mekar Jaya Buah. Para responden meyakini dalam menjaga konsumen tetap loyal dan puas dalam membeli buah-buahan di UD Mekar Jaya, beberapa hal yang perlu diperhatikan seperti

1. Kualitas Produk: Menjaga kualitas buah-buahan yang dijual adalah kunci utama. Konsumen cenderung lebih puas dan loyal jika mereka mendapatkan produk yang segar, berkualitas, dan bebas dari cacat.
2. Konsistensi Kualitas: Penting untuk menjaga konsistensi kualitas produk dari waktu ke waktu. Konsumen ingin tahu bahwa mereka selalu mendapatkan produk yang sama baiknya setiap kali mereka berbelanja di UD Mekar Jaya.
3. Ketersediaan: Pastikan bahwa produk-produk buah-buahan selalu tersedia sesuai dengan permintaan konsumen. Kehabisan stok dapat membuat konsumen beralih ke tempat lain.

4. Pelayanan Pelanggan: Memberikan pelayanan yang ramah, responsif, dan membantu dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Tanggapi pertanyaan dan masukan dengan cepat dan efisien.
5. Harga yang Kompetitif: Menawarkan harga yang sesuai dengan kualitas produk dan pasar dapat menarik konsumen. Harga yang terlalu tinggi dapat menghalangi loyalitas.
6. Promosi dan Diskon: Mengadakan promosi khusus atau memberikan diskon kepada pelanggan setia dapat memperkuat loyalitas konsumen.
7. Varietas Produk: Menyediakan berbagai macam buah-buahan yang segar dan bervariasi dapat memenuhi beragam preferensi konsumen.
8. Kebersihan dan Penampilan Toko: Memastikan toko dan tempat penyimpanan buah-buahan tetap bersih dan menarik dapat memberikan kesan positif kepada konsumen.
9. Kualitas Pengemasan: Pengemasan yang baik membantu melindungi produk dan mempertahankan kualitasnya. Produk yang tiba dalam kondisi baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
10. Program Loyalitas: Membuat program loyalitas, seperti kartu member atau diskon khusus untuk pelanggan setia, dapat mendorong mereka untuk kembali berbelanja.
11. Mendengarkan dan Beradaptasi: Penting untuk mendengarkan umpan balik dari konsumen dan beradaptasi dengan perubahan preferensi atau kebutuhan mereka.
12. Kemudahan Berbelanja: Memudahkan konsumen dalam proses berbelanja, termasuk pembayaran dan pengambilan produk, dapat meningkatkan pengalaman positif.

Hal ini sesuai dengan hasil (Wisamana, 2022) yang menyatakan bahwa sifat fisik, keandalan dan daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dan (oktaviana, 2022) menjelaskan bahwa atribut rasa merupakan hal yang paling penting bagi konsumen.

Tabel 1. Perbedaan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan

Kepuasan	Loyalitas
Perbandingan antara harapan dan persepsi terhadap pengalaman yang dirasakan atau diterima pelanggan	kecenderungan pelanggan memilih merek atau perusahaan yang tahan terhadap pesaing

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN DAN LOYALITAS
KONSUMEN DI UD. MEKAR JAYA BUAH KOTA TANGERANG
(Studi Kasus Kepuasan Konsumen di UD. Mekar Jaya Buah)**

Diukur dengan melihat seberapa puas pelanggan terhadap produk atau jasa yang diberikan perusahaan	Hubungan jangka panjang antara pelanggan dan perusahaan di mana pelanggan secara konsisten memilih untuk menggunakan produk atau jasa perusahaan tersebut
Diukur dengan melihat seberapa puas pelanggan terhadap suatu produk atau layanan yang ditawarkan oleh suatu perusahaan	Dipengaruhi oleh faktor seperti citra merek, kepercayaan, hubungan pelanggan dan kepuasan pelanggan.
	Pelanggan setia cenderung tetap menggunakan produk atau layanan perusahaan yang sama, bahkan ketika pilihan lain tersedia

Dalam konteks pemasaran, penting untuk memahami perbedaan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan langkah awal yang penting dalam membangun loyalitas pelanggan. Pelanggan yang puas cenderung menjadi pelanggan setia, namun loyalitas pelanggan mencakup lebih dari sekedar kepuasan. Loyalitas pelanggan melibatkan hubungan jangka panjang dan preferensi yang konsisten terhadap merek atau perusahaan tertentu (Apa Itu Loyalitas Pelanggan? Faktor Penting Dan Indikatornya, 2022)

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen dapat berbeda-beda tergantung pada industri, kategori produk atau jasa, serta karakteristik individu konsumen. Namun, berikut beberapa faktor umum yang sering kali berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Ini sependapat dengan analisis (Hermansyah et al., 2021) faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah produk, harga, dan kualitas pelayanan, sedangkan promosi tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

Menurut (Nurhikmah et al., 2022), kualitas pelayanan mempunyai pengaruh penting terhadap loyalitas pelanggan, harga mempunyai pengaruh penting terhadap loyalitas pelanggan jasa transportasi online, kepuasan konsumen mempunyai pengaruh penting terhadap loyalitas pelanggan jasa transportasi online. Kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh yang menentukan, positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Peneliti menemukan data dari responden, literatur faktor yang dapat memberikan dampak bagi kepuasan dan loyalitas konsumen yaitu kualitas pelayanan, brand image, kualitas produk, kepercayaan, harga, hubungan pelanggan, kepuasan pelanggan, ketersediaan dan

aksesibilitas, inovasi, reputasi merek, pengalaman pengguna, komunikasi dan promosi, personalisasi.

Responden menyampaikan faktor emosional turut berdampak pada keputusan pembelian konsumen. Produk atau merek yang memicu emosi positif dapat membangun hubungan emosional dengan konsumen dan meningkatkan loyalitas. Dan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Ini sesuai dengan pendapat (Safira et al., 2021) tingkat kepuasan konsumen bergantung selera dan emosional saat membeli produk.

KESIMPULAN

Penelitian menyimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen di UD. Mekar Jaya Buah di Kota Tangerang meliputi kualitas produk, pelayanan pelanggan, harga, kenyamanan berbelanja, aksesibilitas, dan rasa keterikatan terhadap merek. Konsumen cenderung merasa puas dan lebih mungkin untuk tetap setia pada merek jika mereka merasa bahwa produk berkualitas, interaksi dengan staf pelayanan berjalan dengan baik, dan harga sesuai dengan nilai produk. Kemudahan akses dan kenyamanan berbelanja juga berkontribusi pada pengalaman positif konsumen. Selain itu, konsumen yang merasa keterikatan emosional terhadap merek cenderung lebih loyal.

REFERENSI

- Agustina, I., & Saputri, H. (2022). PENGELOLAAN KEUANGAN SEDERHANA UNTUK PARA PELAKU UMKM DI KAWASAN WISATA CIUNG WANARA, CIAMIS. *NUSANTARA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4), Article 4. <https://doi.org/10.55606/nusantara.v2i4.430>
- Alfinasari, S., & Purnomo, H. (2022). *Analisis Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Kedai Romo Kopi Kediri)*. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/2351>
- Apa Itu Loyalitas Pelanggan? Faktor Penting dan Indikatornya*. (2022). [Media Online]. <https://finance.detik.com/solusiukm/d-6315228/apa-itu-loyalitas-pelanggan-faktor-penting-dan-indikatornya>
- Arda, D. P., Saefullah, A., Fadli, A., & Amalia, F. (2023). Increasing the competitiveness of herbal beverage products garuda women farmer group, Cipayung Village, South Tangerang City through understanding of accounting and taxation digital based. *Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat Indonesia*, 3(1), Article 1.
- Fauzia, S., Relawati, R., & Ningsih, G. M. (2020). Faktor yang mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Rumah Makan Langensari. *Agriecobis : Journal of Agricultural Socioeconomics and Business*, 3(1), Article 1. <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/agriecobis/article/view/11621>

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN DAN LOYALITAS
KONSUMEN DI UD. MEKAR JAYA BUAH KOTA TANGERANG
(Studi Kasus Kepuasan Konsumen di UD. Mekar Jaya Buah)**

- Hermansyah, D., Roessali, W., & Prasetyo, E. (2021). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN PADA PEMBELIAN SAWI ORGANIK DI FARMERS MARKET SEMARANG. *Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah*, 19(2), Article 2. <https://doi.org/10.36762/jurnaljateng.v19i2.886>
- Holle, M. H. (2019). Implementasi Etika Islam Dalam Berbisnis. *Amal: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(01), Article 01. <https://doi.org/10.33477/eksy.v1i01.917>
- Kotler, P., Keller, K., Ang, S., Tan, C., & Leong, S. (2018). *Marketing management: An Asian perspective*. academia.edu. <https://www.academia.edu/download/58052402/marketing-management-an-asian-perspective-5th-edit.pdf>
- Nasution, S. M. A., & Nasution, A. E. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Jasa Gojek di Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i2.7651>
- Nurhikmah, T., Fauzi, A., Putri, S. C. T., Asmarani, D., Damayanti, V., & Thalitha, R. F. (2022). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN LAYANAN TRANSPORTASI ONLINE (GO-JEK): KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KEPUASAN KONSUMEN. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 646–656. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i6.946>
- Oktaviana, T. (2022). *SIKAP DAN KEPUASAN KONSUMEN KOPI BUBUK GUNUNG SEKINCAU DI KECAMATAN SEKINCAU KABUPATEN LAMPUNG BARAT* [Skripsi, FAKULTAS PERTANIAN]. <http://digilib.unila.ac.id/66468/>
- Pramono, B. (2021). *Pengaruh Harga dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan pada UD. Sari Jangek Medan* [Thesis, Universitas Medan Area]. <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/16164>
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan penelitian kualitatif (Qualitative research approach)*. books.google.com. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=qy1qDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA21&dq=qualitative+research&ots=88DoywE3LR&sig=dmupYWPJGOKzUvBuocQH Uq4gZuQ>
- Saefullah, A. (2022). Analisa Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Toko Online Shop XYZ. *Economic and Business Management International Journal (EABMIJ)*, 4(03), Article 03. <https://doi.org/10.556442/eabmij.v4i03.221>
- Saefullah, A., & Agustina, I. (2023). EFEKTIFITAS PROGRAM WEBINAR KEWIRAUSAHAAN BAGI MAHASISWA STIE GANESHA. *ANALISIS*, 13(1), Article 1. <https://doi.org/10.37478/als.v13i1.2520>
- Saefullah, A., Arza, Z., Putra, D., Fadli, A., & Aisha, N. (2023). Evaluasi Pelaksanaan Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) STIE Ganesha Tahun 2022. *Nuansa Akademik: Jurnal Pembangunan Masyarakat*, 8(2), Article 2. <https://doi.org/10.47200/jnajpm.v8i2.1686>
- Saefullah, A., Fadli, A., Nuryahati, Agustina, I., & Abas, F. (2023). Implementasi Prinsip Pareto Dan Penentuan Biaya Usaha Seblak Naha Rindu. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 20(1), Article 1. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v20i1.11077>
- Safira, S., Faradilla, C., & Indra, I. (2021). ANALISIS TINGKAT KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN PADA KEDAI KOPI DI KECAMATAN KUTA ALAM

KOTA BANDA ACEH. *Jurnal Agrisep*, 22(2), Article 2.
<https://doi.org/10.17969/agrisep.v22i2.23980>

Suarna, I. F., Sesario, R., Khasanah, Juhara, S., M.M, A., Zaena, R. R., Saefullah, A., Setiadi, B., Sutangsa, & Kamaruddin, M. J. (2022). *Manajemen Logistik*. Cendikia Mulia Mandiri.

Wisamana, R. (2022). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN BONGKAR MUAT PETI KEMAS DI PELABUHAN TANJUNG EMAS SEMARANG. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.55606/jimek.v2i1.204>