

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY WITH  
CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE (STUDY ON  
AMONG US GAME USERS)***

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(STUDI PADA PENGGUNA GAME AMONG US)**

**Aldo Septa Nugraha**  
Universita Airlangga

[Aldo.septa.nugraha-2021@feb.unair.ac.id](mailto:Aldo.septa.nugraha-2021@feb.unair.ac.id)

***ABSTRACT***

*This research was conducted to determine the effect of product quality on consumer satisfaction and its effect on consumer loyalty in the Among Us game. Data analysis techniques using path analysis. The population in this study were users of the Among Us game in Malang City with a sample of 96 respondents who had played the Among Us game and were aged 18-35 years. Data collection techniques using a questionnaire. Meanwhile, the results of the study show that the results of product quality have a significant effect on consumer loyalty, product quality has a significant effect on visitor satisfaction, consumer satisfaction has a significant and negative role in mediating consumer loyalty and product quality.*

**Keywords:** *Consumer Loyalty, Consumer Satisfaction, Product Quality*

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dan pengaruhnya pada loyalitas konsumen game Among Us. Teknik analisis data menggunakan path analisis. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna game Among Us di Kota Malang dengan sampel yang sudah pernah bermain game among Us dan berusia 18-35 tahun berjumlah 96 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Adapun, hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen, kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung, kepuasan konsumen berperan secara signifikan dan negative dalam memediasi loyalitas konsumen dan kualitas produk.

**Kata Kunci:** Loyalitas Konsumen, Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk

**PENDAHULUAN**

Loyalitas konsumen merupakan hal yang sangat penting. sikap loyal konsumen pada produk atau jasa biasanya tercipta karena kepuasan konsumen setelah menggunakan suatu produk. Konsumen yang loyal akan mengkonsumsi produk dari satu

perusahaan secara berulang-ulang. Adanya loyalitas dari konsumen maka pertumbuhan keuangan perusahaan akan meningkat, diakibatkan oleh adanya penggunaan produk dari perusahaan yang dilakukan secara berulang dan terus menerus.

Menurut (Lupiyoadi, 2014) loyalitas merupakan sikap komitmen dan meneruskan penggunaan suatu produk, yang disebabkan oleh adanya sikap positif konsumen. Loyalitas pelanggan adalah sikap setia konsumen dalam jangka Panjang untuk menggunakan berulang suatu barang secara konsisten (Wedarini, 2013). Kekecewaan konsumen dapat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, namun jika konsumen mendapat kepuasan atau kesenangan maka akan membawa dampak positif kepada perusahaan, karena mengakibatkan konsumen akan loyal. Menurut hasil penelitian (Widayatma dan Lestari, 2019) Loyalitas dan kepuasan saling berkaitan yang berarti jika kepuasan ditingkatkan maka loyalitas konsumen akan ikut meningkat.

Konsumen menilai kualitas suatu produk setelah mereka menerima dan mengkonsumsi produk tersebut. Hal ini membuktikan bahwa kualitas produk yang diekspektasikan bagus akan dinilai oleh konsumen setelah mengkonsumsi suatu produk, apakah sesuai ekspektasi atau tidak. Menurut (Stevenson, 2014) kualitas produk adalah kesanggupan sebuah produk yang secara konstan melebihi harapan pelanggan. Menurut hasil penelitian (Ananti dan Sri, 2018) kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen. jadi bisa disimpulkan bahwa, jika kualitas produk meningkat maka akan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen yang ikut meningkat.

Salah satu game online yang menarik banyak pemain adalah Game Among Us, game ini menggunakan konsep bermain peran, yang dimana pada game ini menceritakan sebuah pekerja kapal luar angkasa yang menyelesaikan misi, yang dimana salah

satu atau dua pekerja menjadi pelaku sabotase sistem pada kapal luar angkasa serta membunuh hingga habis pekerja yang lain pada kapal luar angkasa tersebut, apabila pekerja sabotase itu berhasil divoting menjadi pelaku, maka pekerja yang lain memenangkan game tersebut. Game ini ada 2 versi yaitu versi smartphone dan versi laptop. Berdasarkan data dari Google Play Game ini target pasarnya orang-orang yang berusia lebih dari 10 tahun.

Game Among Us yang sebenarnya sudah rilis pada tahun 2018, tepatnya 15 juni 2018, meskipun begitu pada tahun 2020 Game Among Us mulai populer, yang berawal dari dibuatkan suatu konten tentang Game Among Us di Twitch dan Youtube (Sari, 2020). Dilihat dari segi kualitas produk game among us, melalui ulasan di Google Play beberapa complain yang mengatakan bahwa game ini sering mengalami eror, hal ini dapat mempengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen.

Namun, yang paling menarik perhatian saya sebagai peneliti adalah intensitas penginstal dan pengguna Game Among Us pada tahun 2020, berikut Pada tabel data konsumen yang menginstal Game Among Us pada tahun 2020:

**Tabel 1. Data Penginstal Game Among Us**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah penginstal</b>
Januari	1.100.000
Februari	1.200.000
Maret	1.600.000
April	1.700.000
Mei	1.800.000
Juni	1.800.000
Juli	2.400.000
Agustus	18.400.000
September	41.900.000
<b>Total</b>	<b>71.900.000</b>

Sumber: sensortower.com

Berdasarkan tabel tersebut data penginstal game among us 2020, jumlah penginstal pada tahun 2020 dari hasil akumulasi dari bulan januari sampai September 2020 berjumlah 71.900.000 konsumen yang telah menginstal. Kenaikan jumlah penginstal yang sangat drastis terjadi pada bulan agustus dan September yaitu 18.400.000 pada bulan agustus dan 41.900.000 pada bulan September. setelah di telusuri dari halaman kompas.com sudah terdapat 217 juta perangkat android maupun ios yang sudah menginstal game ini pada bulan November 2020 (Stephanie, 2020). Ditambah lagi pada tahun 2020 game among us menurut data dari aptopia.com, among us berada pada peringkat 1 dengan jumlah penginstal game sebanyak 264 juta (Stephanie, 2021). Seiring berjalannya waktu beberapa ulasan dan rating yang menggambarkan keburukan game among us muncul, berikut beberapa ulasan pada tabel berikut:

**Tabel 2. Ulasan Dan Rating Game Among Us**

No	Konsumen	Ulasan	Rating
1	Felicia	saya suka game ini tapi terlalu banyak hacker, tolong ditindaki secepatnya Jadi malas maen game ini, tolonglah ban hacker, ditunggu update selanjutnya dan saat itu saya harap hacker sudah di-ban	1/5
2	Nayli Fildza Hasnamudhia	Jelek, sering banget kena disconnect padahal udah handphone bagus wifi lancar, sudah siap main di peta Polus malah disconnect terus, tidak suka dah, saya sarankan jangan download ini game, bikin kecewa	1/5
3	Farel artanto	Sering sekali terjadi bug, malahan selalu. Setiap saya bermain lalu dilaporkan ada	1/5

No	Konsumen	Ulasan	Rating
		mayat dan yang lain berdiskusi, saya malahan terus berjalan dan tidak bisa ikut diskusi. Tolong developer perbaiki ini agar dapat bermain dengan lancar lagi	
4	Nazhifa Zahra	Game nya sih udah bagus tapi bug nya masih ada. Pas ada yang report pasti ada bug tidak bergerak dan tidak bisa apa apa cuma bisa nunggu sampai selesai vote. Itu doang tapi bug nya udah lama tidak diperbaiki	1/5
5	Indra maulana27	Game ini kayaknya nge-bug deh. Aku kan lagi main tapi tiba-tiba berhenti gitu aja. Dan saya gak bisa gerak tapi ada suara suara ngechat dan vote gitu. Tapi gak ada kok layar Tabelt among US nya. Mohon diperbaiki lagi	1/5

Sumber: Google Customer Review (2021)

Dari ulasan dan rating Game Among Us pada Tabel tersebut menunjukkan bahwa beberapa konsumen yang melakukan complain melalui Aplikasi Google Play dengan memberikan ulasan beserta penilaian yang negatif terhadap Game Among Us. Ulasan negatif dan Rating 1 diberikan berdasarkan pengalaman konsumen dalam menggunakan produk atau tingkat kepuasan konsumen setelah menggunakan produk, yang mengakibatkan keengganan konsumen untuk menggunakan Kembali Game ini.

Ketika konsumen merasa puas, maka konsumen akan melakukan penggunaan kembali maupun menyebarkan hal positif tentang game tersebut kepada orang terdekatnya.

Adanya ucapan yang positif ini, maka akan membawa konsumen baru yang menginstal dan memainkan Game Among Us. Kepuasan yang diterima oleh konsumen akan mempengaruhi loyalitas dari konsumen .

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Game Among Us)”

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode survei, dimana untuk mendapatkan data dari suatu tempat digunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data. Data dalam penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Kemudian untuk sumber data menggunakan data primer. Dalam penelitian ini, digunakan daftar pertanyaan kuesioner bersifat tertutup, di mana alternatif jawaban telah disediakan. Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang pernah bermain Game Among Us. Teknik judgement sampling metode yang dipilih peneliti apabila peneliti menentukan subjek dari sample yang dipilih berdasarkan judgement / penilaian dari peneliti saja. Karakteristik responden yang digunakan pada penelitian ini yaitu: Pernah bermain Game Among Us dan berusia 18-35 Tahun.

### **Uji instrument**

#### **Uji validitas**

Menurut (Ghozali, 2018) uji validitas ini digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisinoner. data dinyatakan valid apabila  $r$  hitung lebih besar dari pada  $r$  tabel ( $r$  hitung  $>$   $r$  tabel), sedangkan

apabila  $r$  hitung lebih kecil dari pada  $r$  tabel ( $r$  hitung  $<$   $r$  tabel) maka data dinyatakan tidak valid.

### **Uji reliabelitas**

Suatu alat ukur instrumen dapat dikatakan reliable jika jawaban responden terhadap pertanyaan suatu konsisten dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018). Menurut Sugiyono dalam (Fanani & Djati, 2016) hasil penelitian yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Setelah semua pertanyaan sudah valid, analisis selanjutnya dengan uji reliabilitas dengan cronbach's alpha dan pengambilan keputusan jika  $\alpha$  positif dan  $\alpha >$   $r$  tabel maka instrumen reliabel.

### **Teknik analisis data**

Analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan antara variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Model yang digunakan dalam analisis jalur yaitu;

- a. Pengaruh langsung kualitas Produk terhadap loyalitas konsumen
- b. Pengaruh tak langsung kualitas Produk kepada kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen
- c. Total pengaruh korelasi kualitas produk terhadap loyalitas konsumen

### **Uji Hipotesis**

#### **Uji t**

Tujuan dari uji hipotesis yaitu untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Dimana dalam penelitian ini variabel kualitas produk adalah variabel independen dan variabel loyalitas konsumen adalah variabel dependen.

### Uji Sobel

Uji sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung antara variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel mediasi (Ghozali, 2018). Untuk menentukan ada tidaknya pengaruh mediasi variabel kepuasan konsumen terhadap hubungan variabel kualitas produk ke variabel loyalitas konsumen, maka nilai jalur dihitung menggunakan kalkulator Sobel test. Apabila nilai p value lebih kecil dibandingkan 0,05 (p value < 0,05) maka dapat dikatakan terdapat pengaruh mediasi.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji validitas dinyatakan bahwa masing-masing indikator yang digunakan mempunyai r hitung yang lebih besar dari rtabel. Berdasarkan hasil uji reliabilitas diketahui bahwa nilai dari *Cronbach's Alpha* ketiga variabel yaitu kualitas produk, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen > rtabel maka menunjukkan bahwa nilai koefisien dari ketiga variabel tersebut handal untuk diuji berkali-kali hasilnya sama atau konsisten.

**Tabel 3. Hasil uji t pengaruh antara variabel kualitas produk, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen**

Hubungan variabel	Nilai t hitung	Nilai t Tabel	Signifikansi	Keterangan
Kualitas produk-kepuasan konsumen	7,324	1,985	0,000	Signifikan
Kualitas produk-loyalitas konsumen	3,210	1,985	0,002	Signifikan
Kepuasan konsumen-loyalitas konsumen	7,166	1,985	0,000	Signifikan

Dari Tabel diatas didapatkan hasil hubungan variabel kualitas produk terhadap variabel kepuasan konsumen dengan nilai t hitung sebesar 7,324 lebih

besar dibandingkan t Tabel, dengan tingkat signifikansi 0,00 lebih kecil dari 0,05. Hasil analisis tersebut menunjukkan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, maka dari itu dapat disimpulkan hipotesis satu diterima, yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Hubungan variabel kedua yaitu variabel kualitas produk terhadap variabel loyalitas konsumen menghasilkan nilai t hitung sebesar 3,210 lebih besar dibandingkan t tabel dengan tingkat signifikansi 0,00 lebih kecil dibandingkan 0,05. Hasil analisis tersebut menunjukkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, maka dari itu dapat disimpulkan hipotesis dua diterima, yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Hubungan variabel ketiga yaitu variabel kepuasan konsumen terhadap variabel loyalitas konsumen menghasilkan nilai t hitung sebesar 7,166 lebih besar dibandingkan nilai t tabel dengan tingkat signifikansi sebesar 0,02 lebih kecil dibandingkan 0,05. Hasil analisis tersebut menunjukkan kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, maka dari itu dapat disimpulkan hipotesis tiga diterima, yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Model Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen

**Tabel 4. Hasil Uji Sobel**

Hasil perhitungan			
	Test Statistic	Standard error	P value
Sobel	4.69072926	0.03576096	0.00000272
a:	b: 0,633	Sa: 0,036	Sb: 0,104
	0,265		

Sumber: Data diolah 2021

Hasil perhitungan pada Tabel di atas dapat diketahui nilai p value (0.00000272) lebih kecil dibandingkan dengan 0,05 (p value < 0,05), maka dapat disimpulkan koefisien pengaruh tidak langsung sebesar 0,3835 adalah signifikan, yang berarti kepuasan konsumen berperan secara signifikan dalam memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.

Untuk mengetahui pengaruh variabel mediasi kepuasan konsumen itu sifatnya positif atau negatif maka perlu diperhatikan hasil pengujian koefisien jalur model 2 setelah kepuasan konsumen ditambahkan menjadi variabel mediasi antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen. Jenis mediasi yang terjadi adalah mediasi parsial (partial mediation) apabila nilai signifikan variabel kualitas produk terhadap loyalitas konsumen menurun tidak sama dengan nol dan jika nilai signifikasinya menurun sampai 0 maka disebut mediasi sempurna.

Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada Tabel dibawah ini:

**Tabel 5. Pengujian Koefisien Analisis Jalur Model 2 (X-Y) dan (Z-Y)**

Model	Unstandardize Co.		Standardize Sig	
	Beta	Std.Error	Beta	
X-Y	-0.030	0.046	-0.069	0.509
Z-Y	0.633	0.104	0.636	0.000

Sumber : Data diolah, 2021

Dari Tabel 5 diatas signifikansi variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen tidak menurun nilai signifikasinya yaitu bahkan bertambah menjadi 0,509 setelah dimasukan kepuasan konsumen, hal ini menunjukkan adanya pengaruh kepuasan konsumen dalam memediasi kualitas produk terhadap loyalitas konsumen tetapi bersifat berkebalikan atau negatif.

Pada uji t yang telah dilakukan pada data penelitian, ditemukan hasil bahwa variabel kualitas produk secara

parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. indikator *Performance*, fitur, *reliability*, konformasi, daya tahan, *serviceability*, estetika dan persepsi pada produk game among us membuat konsumen puas. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kualitas produk game Among us maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Putro, 2014), (Sari, 2015), dan (Ananti dan Sri, 2018), menyatakan kualitas produk berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen.

Pada uji t yang telah dilakukan pada data penelitian, ditemukan hasil bahwa variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas konsumen. *Performance*, fitur, *reliability*, konformasi, daya tahan, *serviceability*, estetika dan persepsi pada produk game Among Us membuat konsumen loyal. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kualitas produk game Among us maka akan semakin tinggi tingkat loyalitas konsumen. Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Trianah (2017), (Widayatma & Lestari, 2019) dan (Panji, 2017), yang menyatakan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Pada uji t yang telah dilakukan pada data penelitian, ditemukan hasil bahwa variabel kepuasan konsumen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Indikator kepuasan yaitu tidak ada keluhan, perasaan puas pelanggan, kesesuaian ekspektasi dan terlampaui harapan pada produk game among us membuat konsumen loyal. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kepuasan pada konsumen game Among Us maka akan semakin tinggi tingkat loyalitas pada

konsumen game *Amoong Us*. Sesuai hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Wedarini, 2013), (Kurriwati, 2015) dan (Kusumasasti et al., 2017) menyatakan kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Hipotesis yang keempat menyatakan kepuasan konsumen berperan secara signifikan dan positif dalam memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen. Dalam penelitian ini sesuai dengan hasil uji sobel yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh signifikan dalam memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen, akan tetapi hasil uji sobel menyatakan berpengaruh secara negatif, karena tidak mengalami penurunan signifikansi ketika kepuasan konsumen ditambahkan sebagai variabel mediasi kualitas produk terhadap loyalitas konsumen. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh penelitian Widayatma dan Lestari (2019) yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh secara positif dalam memediasi kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen, kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung, kepuasan konsumen berperan secara signifikan dan negative dalam memediasi loyalitas konsumen dan kualitas produk.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Ananti, D. L. R., & SRI, R. T. A. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap

Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen Produk Obat Coparcetin di Kota Semarang).

Ellitan, L. (2006). Strategi inovasi dan kinerja perusahaan manufaktur di Indonesia: pendekatan model simultan dan model sekuensial. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 6.

Fanani, I., & Djati, S. P. (2016). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi terhadap Organizational Citizenship Behavior (OCB). *Fundamental Management Journal*, 1(04), 40–53.

Ferdinan, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.

Griffin, J. (2005). Customer loyalty: Menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan. *Jakarta: Erlangga*.

Ishak, F., & Abd Ghani, N. H. (2013). *A review of the literature on brand loyalty and customer loyalty*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta : *Erlangga*.

Kotler, P., Keller, & Lane, K. (2011). *Manajemen Pemasaran. Translated by MM Bob Sabran. Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta : ERLANGGA.

Kurriwati, N. (2015). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen. *Eco-Entrepreneur*, 1(1), 48–55.

Kusumasasti, I., Andarwati, A., & Hadiwidjojo, D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

- Coffee Shop. *Ekonomi Bisnis*, 22(2), 123–129.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 3*. Salemba Empat.
- Mawarni Sari, R. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Sophie Martin Di Surakarta. *Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Oliver, R. L. (2010). *Satisfaction A Behavioral Perspective on the Customer*. Mc Grow Hill.
- Panji, S. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Kartu Indosat (Studi Kasus: Warga di Taman Wisma Asri RW 04 Kelurahan Teluk Pucung Bekasi Utara). *Universitas Darma Persada*.
- Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1–9.
- Sari, S. P. (2020). *Mengenal Game Among Us yang Viral di Media Sosial*. Inews.Id. <https://www.inews.id/techno/internet/mengenal-game-among-us-yang-viral-di-media-sosial>
- Stephanie, C. (2020). *Game Among Us Diunduh 217 Juta Kali di Android dan iOS*. Kompas.Com. <https://tinyurl.com/y2s4n443>
- Stephanie, C. (2021). *10 Game Mobile Terpopuler 2020, Among Us Juara*.
- Stevenson, W. J. (2014). *Manajemen Operasi Perspektif Asia Edisi 9-Buku 2*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sugiyono, P. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV Alfabeta,
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif*. Jakarta : CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Jakarta : Alfabeta.
- Susiyanto, S. (2019). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pelanggan Taman Rekreasi Sengkaling UMM). *Universitas Muhammadiyah Malang*.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik (Mengupas Pemasaran Strategik, branding strategy, customer sarisfaction, stategi kompetitif, hingga e-Marketing*. Andi.
- Triannah, L., Pranitasari, D., & Marichs, S. Z. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 26(01), 105–122.
- Utomo, R. M. (2016). *Rata-Rata Usia Gamer adalah 35 Tahun, Bukan Anak-Anak*. Medcom.Id. <https://tinyurl.com/y55y52c6>
- Wedarini, N. M. S. (2013). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan telkom flexi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 2(5).
- Widayatma, C. P., & Lestari, S. P. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Serat Acitya*, 7(3), 25.