



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI SINAR JAYA SWALAYAN KEDIRI

Aprilia Dian Evasari¹, Ahmad Yani², & Erwin Syahputra³

Article History:

Submitted: 11- 02 – 2022

Revised: 20 – 03 - 2022

Accepted: 02- 04 - 2022

Keywords:

Service Quality, Customer Satisfaction, Loyalty

Kata Kunci:

Kualitas Pelayanan,
Kepuasan Pelanggan &
Loyalitas

Corresponding Author:

Manajemen, Universitas
Islam Kadiri, Jawa Timur,
Indonesia

Email:

aprilidianevea@uniska-kediri.ac.id

Abstract

The influence of service quality with indicators of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, empathy and customer satisfaction with indicators of feeling satisfied, always buying products, will recommend to others and fulfill expectations customer after buying a product is very important to know how much influence on customer loyalty in Sinar Jaya Swalayan Kediri. This research is a descriptive study with a quantitative approach. The sampling technique in this study used incidental sampling. While the samples taken were consumers and customers from the Sinar Jaya Swalayan in Kediri. Data obtained through questionnaires or questionnaires, interviews and observations. From the results of the analysis that has been done, the results of the study show that service quality has a partially significant effect on customer loyalty, customer satisfaction has a partially significant effect on customer loyalty, service quality and customer satisfaction have a significant effect simultaneously on customer loyalty.

Abstrak

Pengaruh kualitas pelayanan dengan indikator bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan kepuasan pelanggan dengan indikator perasaan puas, selalu membeli produk, akan merekomendasikan kepada orang lain dan terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk sangat penting untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Sinar Jaya Swalayan, Kediri. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling insidental. Sedangkan sampel yang diambil adalah konsumen dan pelanggan dari Sinar Jaya Swalayan Kediri. Data diperoleh melalui kuesioner atau angket, wawancara dan observasi. Dari hasil analisis yang telah dilakukan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan.

Akuntansi, Universitas Islam Kadiri Kediri, Jawa Timur, Indonesia²

Email : ahmadyani@uniska-kediri.ac.id

Manajemen, Universitas Islam Kadiri Kediri, Jawa Timur, Indonesia³

Email : erwinskyahputra@uniskakediri.ac.id

PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan bisnis di bidang kecantikan sangat berkembang pesat. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif juga harus dapat memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada para konsumen maupun pelanggannya, sehingga akan muncul kepuasan dalam benak konsumen maupun pelanggan dan diharapkan akan membawa dampak positif bagi perusahaan. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh secara signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di Sinar Jaya Swalayan, Kediri..

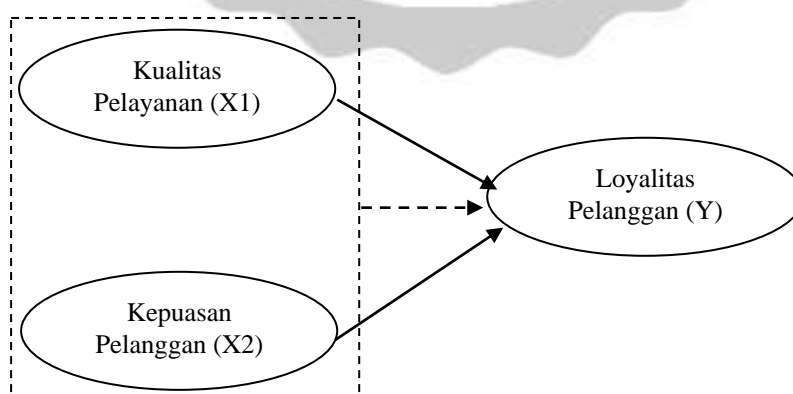
Lupiyoadi (dalam Nafisatin *et al.* 2018:187) kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan. Definisi mutu jasa berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Soedarmo (dalam Irawati 2015:6) kepuasan pelanggan merupakan suatu kondisi puas dan senang, yang dirasakan oleh konsumen ketika menerima suatu produk atau jasa yang ditawarkan di atas layanan sejenisnya. Griffin (dalam Nafisatin *et al.* 2018:182) loyalitas pelanggan secara umum dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa. Selain itu pelanggan yang memiliki komitmen tinggi akan loyalitasnya tidak akan terpengaruh oleh bentuk-bentuk pemasaran produk atau jasa yang diberikan perusahaan lain dan akan terus memilih produk dan jasa yang mereka pilih sebelumnya. Loyalitas pelanggan akan menjadi kunci sukses, tidak hanya dalam jangka pendek tetapi keunggulan bersaing yang berkelanjutan.

Dalam penelitian ini masing-masing variabel bebas tersebut diukur dengan menggunakan indikator-indikator yang sudah ditetapkan dari beberapa kajian teori. Permasalahan dalam penelitian ini dapat dideskripsikan bahwa : 1) apakah kualitas pelayanan secara parsial mempengaruhi loyalitas pelanggan, 2) apakah kepuasan pelanggan secara parsial mempengaruhi loyalitas pelanggan, 3) apakah secara simultan ada pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan kajian masalah yang akan dijabarkan, maka dapat dirumuskan pula suatu gambaran kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut :

Gambar 1
Kerangka Pikir



Sumber : Data diolah Peneliti, 2022

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif deskriptif. Menurut Kasiram (dalam Sujarweni 2015:39), penelitian kuantitatif yaitu suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Populasi responden adalah seluruh konsumen dan pelanggan di Sinar Jaya Swalayan tersebut berjumlah 155 orang (dalam seminggu). Maka sampel yang peneliti ambil sebagai penelitian jika menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat error 10%. Jadi sampel penelitian untuk populasi 155 orang dan tingkat kepercayaan 90% adalah 61 orang. Penulis menggunakan teknik analisis yaitu: uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji t, dan uji F untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kepuasan Pelanggan (X_2) Terhadap variabel terikat yaitu Loyalitas Pelanggan (X_3). Pada variabel Kualitas Pelayanan (X_1) memiliki 5 indikator menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (dalam Sabrina 2015:26) yaitu: Bukti Fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Emphaty*). Pada variabel Kepuasan Pelanggan (X_2) memiliki 4 indikator menurut Irawan (dalam Irawati 2015:10) yaitu: Perasaan Puas, Selalu Membeli Produk, Akan Merekomendasikan Kepada Orang Lain, Terpenuhinya Harapan Pelanggan Setelah Membeli Produk. Dan pada variabel Loyalitas Pelanggan (X_3) memiliki 3 indikator yaitu: Melakukan pembelian ulang secara teratur (*repeat purchase*), Mengajak orang lain (*referrals*), Menunjukkan kekebalan dari daya tarik persaingan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji ini digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Adapun criteria instrument valid apabila cara dimana probabilitas korelasi [sig. (2-tailed)] < dari taraf signifikan sebesar 0,05. Maka hasil uji validitas adalah sebagai berikut :

Tabel 1
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_1)

Korelasi antara	Nilai Korelasi (Pearson correlations)	Probabilitas Korelasi sig (2-tailed)	Keterangan
Item X1 ke 1	0,692	0,000	Valid
Item X1 ke 2	0,627	0,000	Valid
Item X1 ke 3	0,647	0,000	Valid
Item X1 ke 4	0,725	0,000	Valid
Item X1 ke 5	0,701	0,000	Valid

Sumber : Data Output SPSS, 2022

Bahwa seluruh item pernyataan kuisisioner variabel kualitas pelayanan (x_1) sebanyak 5 item diperoleh nilai signifikan < 0,05 artinya seluruh kuisisioner pada variabel ini dinyatakan valid.

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (X_2)

Korelasi antara	Nilai Korelasi (Pearson correlations)	Probabilitas Korelasi sig (2-tailed)	Keterangan
Item X1 ke 1	0,719	0,000	Valid
Item X1 ke 2	0,711	0,000	Valid

Item X1 ke 3	0,821	0,000	Valid
--------------	-------	-------	-------

Sumber : Data Output SPSS, 2022

Seluruh item pernyataan angket tentang kepuasan pelanggan mempunyai nilai signifikansi terlihat dibawah 0,05. Hal ini berarti bahwa seluruh item kuisisioner dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid.

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Kepuasan (Y)

Korelasi antara	Nilai Korelasi (Pearson correlations)	Probabilitas Korelasi sig (2-tailed)	Keterangan
Item X1 ke 1	0,792	0,000	Valid
Item X1 ke 2	0,827	0,000	Valid
Item X1 ke 3	0,771	0,000	Valid

Sumber : Data Output SPSS, 2022

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan angket pada variabel loyalitas pelanggan (Y) yang mempunyai diperoleh nilai signifikansi r hitung $< 0,05$. Hal ini berarti bahwa seluruh item angket variabel kinerja karyawan dapat dinyatakan Valid

Tabel 4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,683	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,616	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,712	Reliabel

Sumber : Data Output SPSS, 2022

Bahwa hasil uji reliabilitas setiap item variabel X1: *Cronbach Alpha* $> 0,60$ yaitu $0,683 > 0,60$. Hal ini dinyatakan bahwa variabel X₁ dalam kuesioner dinyatakan reliabel. X2: *Cronbach Alpha* $> 0,60$ yaitu $0,616 > 0,60$. Hal ini dinyatakan bahwa variabel X₂ dalam kuesioner dinyatakan reliabel. Y: *Cronbach Alpha* $> 0,60$ yaitu $0,712 > 0,60$. Hal ini dinyatakan bahwa variabel Y dalam kuesioner dinyatakan reliabel.

Tabel 5
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,315	1.370		4,609	.000
X1	-0,109	.050	-.0,183	-2,170	.034
X2	0,741	.078	0,803	9,510	.000
Multiple R	= 0,781		Adjusted R²	= 0,596	
R²	= 0,609				

Sumber : data Output SPSS 25.0, tahun 2022

Hasil persamaan regresi yang diperoleh perhitungan melalui software IBM SPSS version 25.0 sebagai berikut :

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2$$

$$Y = 6,315 - 0,109 X_1 + 0,741 X_2$$

Persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut :

Nilai konstanta sebesar 6,315 berarti jika variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dianggap sama dengan nol, maka variabel loyalitas pelanggan sebesar 6,315. Nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar -0,109, artinya bahwa apabila terjadi penurunan pada variabel kualitas pelayanan sebesar satu satuan, dengan asumsi kepuasan pelanggan (X_2) konstant maka akan menyebabkan penurunan proses loyalitas pelanggan (Y) sebesar -0,109 satuan. Nilai koefisien regresi untuk variabel kepuasan pelanggan (X_2) sebesar 0,741, artinya bahwa apabila terjadi peningkatan pada variabel kepuasan pelanggan (X_2) sebesar satu satuan, dengan asumsi kualitas pelayanan (X_1) konstant maka akan menyebabkan kenaikan proses loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,741 satuan.

Nilai R Square 0,609 berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi yaitu $0,781^2 = 0,609$. Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) adalah 0,609 atau sama dengan 60,9%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) dan variabel kepuasan pelanggan (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) sebesar 60,9%. Sedangkan sisanya ($100\% - 60,9\% = 39,1\%$) dipengaruhi oleh variabel lain.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dijelaskan secara individual pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat bahwa : 1) Probabilitas nilai t atau signifikansi $< 0,05$ dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk kualitas pelayanan (X_1) dengan taraf signifikansi sebesar $0,034 < 0,05$ yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini H_{a1} diterima dan H_0 ditolak. 2) Probabilitas nilai t atau signifikansi $< 0,05$ dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk kepuasan pelanggan (X_2) dengan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini H_{a2} diterima dan H_0 ditolak.

Nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dengan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini H_{a3} diterima dan H_0 ditolak. Pengujian ini membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian menerima hipotesis yang pertama yaitu kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini ditunjukkan dari hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan (X_1) dengan taraf signifikansi sebesar $0,034 < 0,05$ maka H_{a1} diterima dan H_0 ditolak artinya ada pengaruh secara signifikan pada variabel kualitas pelayanan (X_1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) di Sinar Jaya Swalayan. Menurut Tjiptono dan Chandra dalam Irawati dan Syahrial (2015:20) mengatakan bahwa kualitas pelayanan adalah fungsi harapan pelanggan pada pembelian, pada proses penyediaan kualitas yang diterima dan pada kualitas output yang diterima. Ini sesuai dengan hasil penelitian dari Laili Ika Nafisatin (2018) dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan, Komitmen Pelanggan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Swalayan Larisso Ambulu Jember, yang memperoleh hasil bahwa kualitas layanan, komitmen, dan kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Swalayan Larisso Ambulu Jember

Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian menerima hipotesis yang kedua yaitu kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini ditunjukkan bahwa kepuasan pelanggan (X_2) dengan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_{a2} diterima dan H_0 ditolak artinya ada pengaruh secara signifikan pada variabel kepuasan pelanggan (X_2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) di Sinar Jaya Swalayan. Menurut Kotler & Keller dalam Irawati (2015:6) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi maka pelanggan akan merasa sangat puas. Hal ini didukung dengan hasil penelitian Muhammad Rezha Pahlawan (2019) berjudul "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan

Terhadap Peningkatan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar”, yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada PDAM Kota Makassar

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian yang ketiga yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini ditunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dengan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, diketahui bahwa H_0 ditolak dan H_{a3} diterima maka variabel kualitas pelayanan (X_1) dan kepuasan pelanggan (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) secara simultan di Sinar Jaya Swalayan. Solomon dalam Siwalima (2018:27) menyatakan kualitas pelayanan menjadi salah satu hal terpenting dari beberapa aktivitas pemasaran, sebab kualitas pelayanan terdiri dari lima dimensi yaitu keandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan bukti fisik yang diharapkan untuk mencapai tujuan suatu perusahaan dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Sedangkan menurut Schnaars dalam Hartono (2018:2) pelanggan yang puas dapat menjadi dasar yang baik bagi perusahaan karena adanya pembelian berulang sehingga tercipta loyalitas pelanggan. Hasil ini sesuai dengan penelitian dari berjudul *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar* yang dilakukan oleh Muhammad Rezha Pahlawan (2019). Yang hasilnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sama-sama berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada PDAM Kota Makassar.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka peneliti akan menyampaikan kesimpulan bahwa : 1) Variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan di Sinar Jaya Swalayan, hal ini dibuktikan dengan taraf signifikansi sebesar $0,034 < 0,05$. 2) Variabel kepuasan pelanggan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan di Sinar Jaya Swalayan, hal ini dibuktikan dengan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. 3) Variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan di Sinar Jaya Swalayan, hal ini dibuktikan bahwa taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. dilihat dari hasil penelitian telah diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Maka perusahaan sebaiknya lebih meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanan secara terus menerus di Sinar Jaya Swalayan Kediri untuk menciptakan pelanggan yang loyal.

LITERATUR

- Anwar, S. (2011). Metode Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.
- Hartono, R. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di Toko Kalimas. AGORA. Vol. 6. No. 2. Hlm. 1-5
- Irawati dan Hery S. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Modem Smartfren Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area. Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen. Mei 2015. Vol. 1. No. 2. Hlm. 17-30
- Irawati. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Modem Smartfren Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area. Skripsi. Tidak dipublikasikan. Medan: Universitas Medan Area.
- Jatmiko, U. (2018). Pengaruh Lingkungan Bisnis Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Peningkatan Kinerja Pelaku UKM Pada Tahap Start-Up Di Desa Paron Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 1(3), 235–246. <http://ejournal.uniska-kediri.ac.id/index.php/ManajemenKewirausahaan/article/download/247/188>

- Jatmiko, U. (2019). Persepsi Jamah Mengenai Fasilitas dan Biaya dalam memilih jasa Umroh. *Jurnal Manajemen Advantage*, Vol 3 No 2. <http://ejournal.itbwigalumajang.ac.id/index.php/adv/article/view/470>
- Kotler, P dan Kevin L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi (12). Indonesia: PT Indeks.
- Nafisatin, L., I., M. Naely Azhad, dan Wahyu Eko Setyaningsih. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Komitmen Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Swalayan Larisso Ambulu Jember. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia (JSMBI)*. Desember 2018. Vol. 8. No. 2. Hlm. 180-195
- Nursaidah, M. & Qomariah. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Sains Manajemen & Bisnis Indonesia*. 212-221.
- Pahlawan, Muhammad Rezha dkk. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar. *Jurnal Administrasi Bisnis*. September 2019. Vol. 3. No. 2. Hlm. 228-244
- Putri, Y. L. & Utomo, H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Among Makarti* 10 (19), 70-90.
- Rohmiatin. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Strategi Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Home Industri Produk Kecap Rahayu Di Kecamatan Talun, Kabupaten Blitar. Skripsi. Tidak dipublikasikan. Tulungagung: IAIN Tulungagung.
- Sabrina, Elke. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey Pada Pengunjung "Pasar Santa" Jakarta). Skripsi. Tidak dipublikasikan. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta.
- Sembiring, Inka Janita., Suharyono dan Andriani Kusumawati. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Mc Donald's MT. Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Oktober 2014. Vol. 15. No.1. Hlm. 1-10
- Siwalima, Adam. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Baby Putri Di Bambu Kuning Trade Center Bandar Lampung. Skripsi. Tidak dipublikasikan. Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sujarweni, V Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Jilid (12). Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tanuwijaya, Melissa., dan Mohamad Yusak Anshori. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Pipop Copy. *Jurnal NeO-Bis*. Juni 2013. Vol. 7. No. 1. Hlm. 1-16
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. (2014). Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Zalukhu, Rianto, Raden Rudi Alhemp, dan Armis. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Counter Maharupa Gatra Mal Pekanbaru. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*. Agustus 2013. Vol. 1. No.2. Hlm. 116-139
- Zullhazmy, Okky Zhazan. (2017). Pengaruh Kepemimpinan, Jenjang Karir, dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai di Kantor UPTD Pendidikan TK dan SD Kecamatan Pagu. Tidak dipublikasikan. Kediri: Universitas Nusantara PGRI.