



**PENGARUH KUALITAAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN YANG DIMEDIASI OLEH NYAMAN *COFFEE* MATARAM**

*The Influence Of Service Quality On Consumer Loyalty Mediated By Nyaman
Coffee Mataram*

Ayu Khairunnisa¹, Junaidi Sagir², Rusminah³

^{1,2,3}Universitas Mataram

Email : Ayukhairunnisa572@gmail.com

Abstract

The goals of this research is to determine the effect of E-Service Quality on E-Customer Loyalty by mediating E-Customer Satisfaction (Nyaman Coffee consumer study in Mataram). The population is all Shopee consumers in Mataram City, while the sample is 85 consumers using purposive sampling. This type of research is associative research. Processing data in this study using SPSS 23.0 for windows software. In which the validity test, reliability test, classical assumption test, analisis path test, significance test (t test), coefficient of determination test (R²), and sobel test were carried out. Based on the results of the analysis, all variables have a partial effect where E-Service Quality affects E-Customer Loyalty, E-Customer Satisfaction affects E-Customer Loyalty, E-Service Quality affects E-customer satisfaction. Based on these results, it is recommended that Shopee can improve the quality of E-Service Quality and increase customer satisfaction, resulting in increased customer loyalty to product purchases in the Nyaman Coffee. The results showed that service quality has a positive and significant influence on Nyaman Coffee consumer loyalty, customer satisfaction has a positive and significant influence on consumer loyalty at Nyaman Coffee, and service quality has a positive and significant influence on customer satisfaction at Nyaman Coffee.

Keywords: *E-Service Quality, E-Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

Abstrak

Penelitian ini ditunjukkan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan (Studi terhadap konsumen Nyaman *Coffee* Mataram). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Nyaman *Coffee* di Kota Mataram sedangkan sampel dari penelitian ini sebanyak 85 konsumen Nyaman *Coffee* dengan menggunakan teknik pengampilan *Purposive sampling*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif asosiatif. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan *SPSS 23.0 for windows*. Dimana dilakukan Uji validitas, Uji reliabilitas, Uji asumsi klasik, Uji analisis jalur, Uji signifikansi (uji t), Uji koefisien determinasi (R²), dan Uji sobel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Nyaman *Coffee*, kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas

konsumen pada Nyaman *Coffee*, dan kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Nyaman *Coffee*.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Konsumen

PENDAHULUAN

Salah satu bisnis yang sekarang sedang berkembang dikalangan masyarakat adalah bisnis kedai kopi atau dikenal dengan *coffee shop*. Pada zaman modern seperti ini usia bukan lagi alasan untuk para perekonsumsi kopi, tua dan muda bahkan anak kecil sudah mengenal kopi. Bagi semua orang kopi telah menjadi gaya hidup terutama anak kaum milenial. Kopi bukan hanya menjadi tradisi disaat perjamuan tamu namun di era modern saat ini kopi telah menjadi menu utama bagi kalangan masyarakat didalam hal apa pun. Bahkan saat ini kopi telah menjadi bagian dari komunikasi, karena dengan adanya secangkir kopi dapat mempererat keakraban. Jika diprediksi bisnis kopi akan terus berkembang.

Loyalitas konsumen lebih banyak dikaitkan dengan perilaku (behavior) dari pada dengan sikap. Jika seseorang merupakan konsumen loyal, konsumen akan menunjukkan perilaku pembelian yang didefinisikan sebagai pembelian non-random yang diungkapkan dari waktu ke waktu oleh beberapa unit pengambilan keputusan. Menurut Zikmund (2003) Aspek aspek loyalitas konsumen diantaranya: Kepuasan (*Satisfaction*), Ikatan Emosi (*Emotional Bonding*), Kepercayaan (*Trust*), Kemudahan (*Choice reduction and Habit*), Pengalaman dengan perusahaan (*History with the company*).

Dalam upaya untuk mempertahankan pelanggan, faktor terpenting yang harus diprioritaskan yaitu kepuasan. Akan tetapi agar lebih maksimal kalau perusahaan dapat mengukur kepuasan pelanggan secara terstruktur. Karena dengan mengukur kepuasan pelanggan perusahaan dapat mengetahui seberapa besar kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Salah satunya dengan mengembangkan strategi untuk memenuhi kepuasan serta mempertahankan loyalitas konsumen melalui kualitas layanan. Strategi yang digunakan adalah dengan menyediakan jasa pelayanan yang berkualitas, sehingga disini pihak manajemen perusahaan harus memperhatikan kualitas yang sesuai dengan yang diharapkan konsumen

Salah satu kafe di Kota Mataram yang menarik untuk diteliti adalah Nyaman *Coffee*. Dengan konsep *indoor* dan *outdoor* Pada area *indoor* juga sekaligus tempat bar atau tempat cara pembuatan dan jenis-jenis kopi. Nyaman *coffee* merupakan salah satu *coffee shop* yang mengusung konsep bar seperti *slow bar* yang tidak Cuma menawarkan informasi seputar kopi yang dipesan, tetapi dapat juga mendapat informasi seputar asal, variasi, proses pencucian atau penjemuran, pemanggangan, hingga tren terkini seputar industri kopi yang dijelaskan langsung oleh barista-barista yang cukup berpengalaman.

Berdasarkan survey yang telah dilakukan oleh peneliti pada nyaman *coffee*, kesan pertama saat mengunjungi nyaman *coffee* ini adalah pandangan konsumen yang tertuju pada desain interior yang kekinian dan *intagenic*. Dimana nyaman *coffee* ini mengusung konsep industrial sekaligus *coworking space*. Suasana tenang dan nyaman membuat kafe ini menjadi pilihan yang tepat bagi Masyarakat Mataram untuk melakukan berbagai aktivitas.

Berkembangnya pertumbuhan *coffee shop* di Indonesia menjadikan nyaman *coffee* harus mampu mengembangkan Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Konsumen agar mampu menstabilkan jumlah konsumen *coffee shop* di

Indonesia khususnya di Kota Mataram dan mampu bersaing dengan para pesaing lainnya melakukan pengembangan dan peningkatan Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Konsumen diharapkan dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian di Nyaman *coffee*.

METODE

Penelitian yang akan dilakukan termaksud ke dalam jenis penelitian asosiatitif dengan pendekatan kuantitatif. tujuan penelitian ini merupakan penelitian deskriptif sedangkan jika ditinjau dari tingkat eksplanasi penelitian ini merupakan penelitian dengan bentuk hubungan bersifat kausal. Penelitian ini menguji pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen. Berlokasi Kompleks Ruko Gegutu. Rembiga, Kota Mataram. Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Agustus sampai Oktober 2023. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berkunjung pada Nyaman *coffee*. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel survey. teknik sampling yang menggunakan metode *non probability sampling*. Teknik dan alat pengumpulan data yang digunakan yaitu Observasi, Wawancara, dan Angket. Pada penelitian ini menggunakan Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Analysis Jalur, dan Uji Hipotesis. Uji validitas diketahui bahwa masing-masing indikator yang digunakan baik dalam variabel independen (Kualitas Layanan), variabel dependen (Loyalitas Konsumen), dan variabel penghubung (Kepuasan Pelanggan) mempunyai nilai signifikan yang lebih besar dari 5% dan Rhitung lebih besar dari Rtabel. Sedangalam hasil uji reabilitas membuktikan bahwa kuisioner dinyatakan reliabel karena nilai setiap indikator rata-rata 0,94 melebihi *cronback alpha* yaitu 70.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Normalitas dilakukan dengan melihat nilai residual dikatakan berdistribusi normal. Pelaksanaa uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji *Komograv-Smirno*, jika nilai signifikasi sebesar 0,844 berarti variabel penelitian ini memiliki nilai residual yang berdistribusi normal karena nilai signikasi lebih besar dari 0,05. Hasil analisis uji Multikolinearitas dinyatakan tidak terjadi Multikolineartitas. Hal ini dapat dilihat nilai *tolarance* yang lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF yang kurang dari 10,00.

Path Analysis Model 1

Uji *Path Analysis* dipakai dalam analisis hubungan merupakan sebab akibat yang inheren antar variabel yang disusun berdasarkan urutan sementara dengan memakai koefisien jalur sebagai besar nilai dalam penentuan pengaruh variabel bebas dan terikat.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1 (Constant)	8,005	2,880		2,779	,007
Kualitas Layanan	,185	,047	,395	3,916	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Dari analisis jalur yang telah diperoleh maka persamaan pada model regresi ini adalah sebagai berikut:

$$Z = (\text{Kepuasan Pelanggan}) = \alpha + \beta (\text{Kualitas Layanan}) + e1$$

$$Z = 8,005 + 0,185 + e1$$

Path Analysis Model 2

Hasil regresi antara variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z) sebagai berikut.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,662	3,652		,455	,650
Kualitas Layanan	,192	,062	,320	3,077	,003
Kepuasan Pelanggan	,356	,133	,278	2,671	,009

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Dari hasil analisis jalur yang didapat maka dibuat persamaan sebagai berikut:

$$Y = (\text{Loyalitas Konsumen}) = \alpha + \beta1 (\text{Kualitas Layanan}) + \beta2 (\text{Kepuasan Pelanggan}) + e2$$

$$Y = 1,662 + 0,192 + 0,356 + e2$$

Uji T didefinisikan sebagai seberapa jauh suatu variabel bebas secara personal dalam menjelaskan variasi dari variabel bebas. jika t hitung > t tabel dan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 maka secara parsial variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat dan sebaliknya.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8,005	2,880		2,779	,007
Kualitas Layanan	,185	,047	,395	3,916	,000

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa nilai t hitung untuk Kualitas Layanan adalah sebesar 2,779. Dimana nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t tabel distribusi t. Dengan jumlah sampel yang ada pada penelitian ini

adalah 85 dan taraf signifikansi sebesar 0,05 dengan derajat $df = 85$ dengan nilai t yang didapatkan sebesar 1,663 yang artinya bahwa nilai t hitung besar dibandingkan dengan t tabel ($3,916 > 1,663$) sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Uji Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Uji T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1,662	3,652		-,455	,650
Kualitas Layanan	,192	,062	,320	3,077	,003
Kepuasan Pelanggan	,356	,133	,278	2,671	,009

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa nilai t hitung untuk Kualitas Layanan adalah sebesar 3,077 dan Kepuasan Pelanggan 2,671. Dimana ini akan dibandingkan dengan nilai t tabel distribusi t . Dengan jumlah sampel yang ada pada penelitian dengan jumlah 85 dan taraf signifikansi sebesar 0,05 dengan $df = 85$ maka nilai t tabel sebesar 1,663 yang berarti bahwa nilai t hitung kualitas pelayanan lebih besar daripada t tabel ($3,077 > 1,663$) dan kepuasan pelanggan lebih besar daripada t tabel ($2,671 > 1,663$) sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 , H_2 diterima dan H_0 ditolak yang artinya Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen dan kepuasan pelanggan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan dengan menggunakan variabel-variabel yang diteliti, maka diperoleh hasil perhitungan yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Kualitas Layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada pelanggan Nyaman *coffee*. Hal tersebut diukur dengan lima indikator yang menjadi tolak ukur dalam variabel Kualitas Layanan yaitu Berwujud (*Tangible*), Empati (*Emptathy*), Keandalan (*Reabillity*), Daya Tanggap (*Responsivennes*), Jaminan (*Assurance*). Pada analisis deskriptif, Kualitas layanan memiliki rata-rata sebesar 4,05 dan berada pada kategori sangat baik. Berdasarkan hasil statistik uji t untuk variabel Kualitas Layanan, diperoleh uji t hitung sebesar 3,916 dengan Tingkat signifikan 0,000 dan nilai regresi bernilai positif sebesar 0,185. Dikarenakan nilai $< 0,05$ maka dapat disimpulkan H_0 ditolak H_a diterima sehingga Kualitas Layanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Nyaman *coffee*.
- b. Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada Nayaman *coffee*. Hal tersebut diukur dengan empat indikator yaitu menjadi tolak ukir dalam variabel Kepuasan

Pelanggan yaitu Terpenuhi harapan konsumen, Sikap atau keinginan menggunakan produk, Kenikmatan (*Enjoyment*), Reputasi yang baik, Lokasi. Pada analisis deskriptif, kepuasan pelanggan memiliki rata-rata 3,37 pada kategori Netral. Berdasarkan hasil statistik uji t untuk variabel Kepuasan pelanggan, diperoleh nilai t hitung sebesar 2,671 dengan Tingkat signifikansi 0,000 dan nilai regresi bernilai positif sebesar 0,356. Dikarenakan nilai $\text{sig} < 0,05$ maka dapat disimpulkan H_0 ditolak H_a diterima sehingga Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Konsumen Nyaman *coffee*.

- c. Kualitas Layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada pelanggan Nyaman *coffee*. Hal tersebut diukur dengan lima indikator yang menjadi tolak ukur dalam variabel Kualitas Layanan yaitu Berwujud (*Tangible*), Empati (*Emptathy*), Keandalan (*Reability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*).

Pada analisis deskriptif, Kualitas layanan memiliki rata-rata sebesar 4,05 dan berada pada kategori sangat baik. Berdasarkan hasil statistik uji t untuk variabel Kualitas Layanan, diperoleh uji t hitung sebesar 3,077 dengan Tingkat signifikansi 0,000 dan nilai regresi bernilai positif sebesar 0,192. Dikarenakan nilai $< 0,05$ maka dapat disimpulkan H_0 ditolak H_a diterima sehingga Kualitas Layanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Nyaman *coffee*.

KESIMPULAN

Dari hasil yang telah dijabarkan, maka penelitian ini menyimpulkan beberapa poin – poin berikut:

1. Kualitas Layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada Nyaman *coffee*. Artinya bahwa semakin tinggi Tingkat Kualitas Layanan terhadap konsumen saat berkunjung pada Nyaman *coffee* maka Loyalitas Konsumen semakin tinggi.
2. Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada Nyaman *coffee*. Artinya bahwa semakin tinggi Tingkat Kepuasan Pelanggan saat berkunjung pada Nyaman *coffee* maka Loyalitas Konsumen akan semakin tinggi terhadap Nyaman *coffee*.
3. Kualitas Layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Nyaman *coffee*. Artinya bahwa semakin baik Kualitas Layanan yang dilakukannya oleh Nyaman *coffee* akan semakin tinggi Kepuasan Pelanggan terhadap Nyaman *coffee*.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi (2006). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asnawi, Nur. & Masyhuri. (2011). *Metodologi Riset Manajemen Pemassaran*. Malang: UIN MALIKI PRESS
- Asnawi, Nur. & Masyhuri. (2011). *Metodologi Riset Manajemen Pemassaran*. Malang: UIN MALIKI PRESS
- Azwar, Syafuddin. (2012). *Realibilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Duli, Nikoluas. (2019). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Echdar, Saban. (2017). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia.



- Ferdinand, Augusty (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.). Semarang: AGF Books.
- Ferdinand, Augusty. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Motode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Gedalia, Clara Catherina & Subagio, Hartono (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen dan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Monopole Pemasaran Petara)*. 3(1).
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan*. Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS*. Edisi Sembilan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. (2002). *Customer loyalty How to Earn it, How To keep it*. Singapore: Lexington Books.
- Griffin, Jill. (2003). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Airlangga.
- Griffin, Jill. (2005). *Customer Loyalty*. Jakarta: Erlangga.
- Gultom, Dedek. & Arif, Muhammad. & Fahmi, Muhammad. (2020). *Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*. 3(2).
- Handoko, Bagus. (2017). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JnE Medan. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. 18(1:61-72).
- Hardiansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media.
- Hasan, Ali. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta.
- Indriantoro, Supomo (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akutansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPF.
- Irawan, Ade. (2006). *Buruk Wajah Pendidikan Dasar*. Jakarta: ICW.
- Kotler, Philip, & Keller (2009). *Manajemen Pemasaran*. 1(13). Jakarta: Erlangga.
- Komalig, Anastasya. (2013). *Manajemen Hubungan Pelanggan dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Debitor Pada PT. Bank Sulut Cabang Calaca Manado. Jurnal EMBA 1(4) Desember 2013*.
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management*. Edisi Milenium. Prentice Hall Intl, Inc New Jersey.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen pemasaran*. Jilid kedua. (10th ed). Jakarta: Prenhallindo.
- Lamiah, Riedel. & Rondunuwu, Dianne. & Takaendengan, Mita. (2015). *Analisis Hubungan Kualitas Pelanggan Pelayanan Dan Tingkat Kepuasan Pelanggan Outlet Coffee Shop. Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata*. 2(1).



- Lupiyoadi, Rambat. & Hamdani, Dady (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik, Salemba Empat*. Jakarta.
- Malhotra, Naresh K. (2009). *Riset Pemasaran*. 4(1). Jakarta: Indeks.
- Margono, Soekarjo (1997). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Rineka Cipta: Jakarta.
- Nazir, Moh. (2005). *Metodologi Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nona, Risna & Susanti Rina. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Kosumen Pada Bngkel Motor Rn Jaya Sangatta. *Jurnal Tinta Nusantara*. (2)2.
- Normaheya, Yashinta. & Soesanto, Hary. (2016). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang (Studi Pada Online Store Lazada.co.id). *Jurnal Mannajemen Diponegoro*. 5(3:1-3).
- Oliver, Richard. (1996). *Satisfaction, A Behavioral Perspective on the Customer*. New York: Mc Graw Hill.
- Priyanto, Duwi (2013). *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS*, Yogyakarta: Gaya Media.
- Ridwan, Kuncoro. (2003). *Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis dengan SPSS*. Bandung: Alfabeta.
- Rondonuwu, Priscilia. (2013). Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Nissan March Pada PT. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA 1(4) Desember 2013*.
- Sarwono. (2014). *Path Analysis*. Jakarta: PT Elex Media Koputindo.
- Soekanto, Soerjono (2007). *Sosiologi suatu pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Stanton, William. (2003). *Prinsip Pemasaran*. 7(1). Erlangga: Jakarta.
- Sucihat, Suhartini. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen di PT. Asuransi Ramayana Serang. *Jurnal Manajemen Perusahaan*. 1(1).
- Sugiyono (2008). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supertini, Telagawathi, & Yuliathini. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen pada Pusaka Kebaya. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol 2(1:1-13)*.
- Syahrudin, Eki. Yusup, Eka. Oxygentri, Oky (2022) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pelanggan Kopi Yor Pasar Alam Bekasi. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*. 9(5).
- Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (1996). *Manajemen Jasa*. Penerbit: Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (1997). *Strategi Pemasaran. Edisi 1*. Yogyakarta: Andi.



- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran. Edisi 3*. Jakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Umar, Husein, (2000). *Metodologi Penelitian, Aplikasi Dalam Pemasaran*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Winarso, Kuku. (2010). Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Produk Susu Bayi Menggunakan Servive Quality dan Path Analysis. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*.
- Zeithaml, Mary Jo, dkk. (2003). *Service Marketing*. Boston: McGraw-Hill.
- Zikmund, Wiliam. (2003). *Business Research Methods*. 7th Edition, Thomson/South-Western.