
Outline Journal of Management and Accounting

Journal homepage: <http://outlinepublisher.com/index.php/OJM/index>

Research Article

Analysis of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty

(Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan)

Ihdina Gustina¹, Dedy Lazuardi², Zulkarnain Siregar³

¹Manajemen, STIE Eka Prasetya, Indonesia

³Manajemen, Universitas Negeri Medan

*Correspondence: ihdina@eka-prasetya.ac.id

Abstrac

Keywords:

Service Quality,
Customer Satisfaction,
Customer Loyalty.

This study aims to determine the effect of Service Quality on Customer Loyalty at Jhon Electro, to determine the effect of Customer Satisfaction on Customer Loyalty at Jhon Electro, to determine the effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty at Jhon Electro. The research population that will be used in the study are all customers who made purchases at the company during the 2020 period as many as 173 customers. By using the Slovin formula with an error rate of 5%, the total sample size is 121 respondents. The results showed that Service Quality and Customer Satisfaction partially had a positive and significant effect on Jhon Electro's customer loyalty. The results showed that Service Quality and Customer Satisfaction simultaneously had a positive and significant effect on Jhon Electro's customer loyalty. The results of this study are supported by the value of R square (R²) which means that Service Quality and Customer Satisfaction have an influence on Customer Loyalty. While the rest is influenced by other factors that come from outside this research model such as price discounts, advertising, customer behavior, price, location and other variables.

Pendahuluan

Pentingnya pemasaran menyebabkan pengusaha berusaha berhasil pada bidangnya dengan melakukan berbagai langkah strategis dalam memasarkan produk maupun jasanya. Setiap bidang penjualan usaha, baik yang melakukan penawaran barang maupun jasa selalu dihadapkan dengan berbagai permasalahan yang ada dan tidak terkecuali juga untuk pengusaha yang bergerak dalam bidang jasa perbaikan dinamo seperti Jhon Electro Medan.

Jhon Electro merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam bidang reparasi atau servis pada berbagai produk seperti dinamo, generator, electro motor, AC, AVR, transformator, pompa air, dan berbagai produk lainnya. Jhon Electro bukan merupakan satu-satunya toko yang bergerak dalam bidang perbaikan dinamo dan

masih banyak lagi toko-toko lainnya. Walaupun demikian, Jhon Electro tetap dapat mempertahankan Loyalitas Pelanggannya. Jhon Electro yang telah lama berdiri ini memiliki banyak sekali pelanggannya sehingga setiap tahunnya hasil rekomendasi dari pelanggan tersebut dapat menghasilkan berbagai konsumen baru yang pada akhirnya menjadi pelanggan baru bagi toko. (Nurwendari, W., Herliani, R., & Nurhayani, U. 2022)

Peningkatan tersebut dapat diketahui dari banyaknya pelanggan yang dapat tetap Loyal menggunakan jasa dari Jhon Electro dan terus mengalami peningkatan penggunaan jasa seperti pelanggan yang biasanya menggunakan jasa yang hanya sekali setiap 1 minggu, tetapi, untuk saat ini pelanggan menggunakan jasa dari Jhon Electro seminggu sebanyak 3 kali sampai dengan 4 kali pemakaian. Adapun beberapa pelanggan untuk saat ini menjadikan Jhon Electro sebagai alternatif utamanya saat ingin menggunakan jasa reparasi. Terlebih lagi beberapa pelanggan yang biasanya menggunakan jasa Jhon Electro terus merekomendasikannya kepada rekan kerja ataupun teman yang membutuhkan jasa reparasi. Beberapa hal tersebut tentunya memperlihatkan semakin meningkatnya minat pelanggan untuk menggunakan jasa dari Jhon Electro sehingga Loyalitas mereka turut mengalami peningkatan.

Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh Jhon Electro diduga menjadi salah satu pemicu meningkatnya Loyalitas Pelanggan tersebut. Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh Jhon Electro dinilai sangat baik dimana karyawan dinilai dapat melakukan pelayanan dengan cepat tanggap sehingga membuat konsumen tidak harus menunggu lama. Adapun sebagian pelanggan merasa bahwa karyawan dapat diandalkan seperti mengetahui dengan jelas kerusakan yang dialami ataupun dapat memberikan informasi dengan jelas kapan produk yang diperbaiki tersebut dapat selesai. Selain itu, Jhon Electro juga menyediakan fasilitas yang dapat memberikan kemudahan layanan bagi pelanggannya. Rasa nyaman dan adanya jaminan atas keamanan jasa reparasinya membuat pelanggan mulai merekomendasikannya kepada konsumen lainnya sehingga ketika adanya pelanggan membutuhkan jasa reparasi, pelanggan akan datang ke Jhon Electro karena memiliki pelayanan yang sangat baik.

Kepuasan Pelanggan juga diduga memberikan pengaruh terhadap meningkatnya Loyalitas Pelanggan dalam menggunakan jasa yang ditawarkan oleh Jhon Electro. Kepuasan biasanya tercipta jika harapan yang diinginkan oleh pelanggan terpenuhi dengan baik bahkan jika bisa melewati harapan tersebut, pelanggan akan merasa sangat puas pada penawaran yang diberikan kepadanya. Kepuasan menjadi landasan bagi seorang pelanggan untuk merasa senang atau tertarik dalam membeli produk yang ditawarkan sehingga jika perasaan tersebut hilang, maka pelanggan tentunya tidak akan berminat lagi dan mulai beralih.

Dalam hal ini, Kepuasan Pelanggan Jhon Electro dinilai mengalami peningkatan yang terlihat dari jarang nya pelanggan yang menyampaikan keluhan ataupun saran perbaikan kepada mereka. Selain itu, Jhon Electro juga dapat memberikan hasil kerja yang berada diluar ekspektasi pelanggan sehingga konsumen yang telah merasa dampak hasil kerjanya yang memuaskan, mulai menggunakan jasa Jhon Electro kembali secara rutin yang pada akhirnya menjadi loyal dan hanya menggunakan jasa reparasi dari Jhon Electro.

Menurut Firmansyah (2019:104), Loyalitas adalah urutan pengulangan atau pemilihan pembelian dari merek yang sama dalam semua kasus pembelian yang didasarkan pada komitmen yang mendalam untuk melakukan pembelian ulang produk atau jasa yang menjadi preferensi secara konsisten.

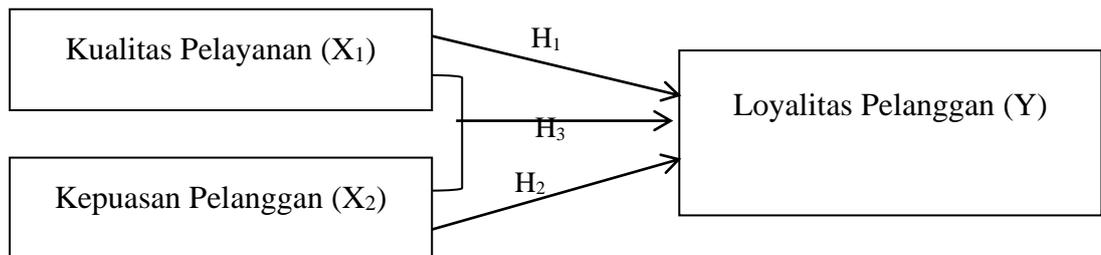
Menurut Tjiptono dan Chandra (2019:101), Kualitas Pelayanan adalah perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi konsumen yang diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan konsumen.

Menurut Tjiptono dan Diana (2019:116), Kepuasan Pelanggan merupakan konsep pokok dalam teori dan praktik pemasaran kontemporer yang dipandang sebagai elemen utama yang menentukan keberhasilan sebuah organisasi pemasaran, baik organisasi bisnis maupun nirlaba.

Pengujian hipotesis penelitiannya:

- H1: Adanya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan menggunakan jasa Jhon Electro Medan.
- H2: Adanya pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan menggunakan jasa Jhon Electro Medan.
- H3: Adanya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan menggunakan jasa Jhon Electro Medan.

Kerangka teoritis dalam penelitian ini akan menjelaskan hubungan antara masing-masing variabel yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Metode

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana data kuantitatif merupakan data-data yang berupa angka yang karakteristiknya selalu dalam bentuk numerik seperti data pendapatan, jumlah penduduk, tingkat konsumsi, bunga bank dan sebagainya. Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah seluruh pelanggan yang melakukan pembelian pada perusahaan selama periode 2020 sebanyak 173 pelanggan. Dikarenakan jumlah populasi yang digunakan adalah sebanyak 173 pelanggan maka jumlah populasi akan diperkecil dengan teknik sampel slovin dengan tingkat kepercayaan 95% dan tingkat error 5% dimana didapatkan sebanyak 121 sampel.

Untuk mendapatkan data yang relevan dalam penelitian maka dilakukan dengan cara wawancara yang dibantu dengan instrumen penelitian yaitu kuesioner yang diberikan kepada responden, pengamatan langsung, serta studi kepustakaan. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada pihak yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Untuk menilai tanggapan responden maka penulis menggunakan skala *Likert*. Model analisis data yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah model analisis regresi berganda. Peneliti menggunakan regresi linear berganda karena model ini berguna untuk mencari pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat yang ada. Model persamaan regresi berganda adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \quad (1)$$

Keterangan:

- Y = Loyalitas Pelanggan
- a = Konstanta
- b₁₋₂ = Koefisien Regresi Variabel Independen
- X₁ = Variabel Kualitas Pelayanan
- X₂ = Variabel Kepuasan Pelanggan
- e = Standard Error

Hasil dan Pembahasan

Deskripsi responden merupakan deskripsi tentang unit analisis/observasi yang diteliti yang mencakup karakteristik atau profil responden yang diperoleh dari hasil pengolahan data kuesioner. Hasil pengumpulan data yang dilakukan pada 121 pelanggan dari Jhon Electro yang dijadikan sebagai responden diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dominan pelanggan yang menggunakan jasa adalah pria, umur dominan responden yang menggunakan jasa adalah pelanggan yang berumur 36 tahun sampai 45 tahun, manfaat menggunakan jasa dominan responden yang menggunakan adalah pelanggan yang menggunakan untuk permintaan kantor, informasi lokasi dominan responden yang menggunakan adalah pelanggan yang memperoleh informasi dari rekomendasi dan frekuensi menggunakan jasa dominan responden yang menggunakan adalah pelanggan dengan frekuensi menggunakan jasa lebih dari 10 kali.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

Hasil untuk pengujian uji normalitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut ini :

Tabel 1. Uji Kolgomorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		121
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.53998217
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.047
	Negative	-.066
Kolmogorov-Smirnov Z		.731
Asymp. Sig. (2-tailed)		.659
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Berdasarkan Tabel 1 di atas, dapat dilihat bahwa hasil pengujian normalitas *Kolmogorov-smirnov* membuktikan bahwa nilai tingkat signifikan yang dihasilkan lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa pengujian statistik normalitas tergolong berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Hasil untuk pengujian multikolinieritas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut ini :

Tabel 2. Uji Multikolinieritas Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Pelayanan	.983	1.018
Kepuasan Pelanggan	.983	1.018

a. Dependent Variabel : Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan Tabel 2 diatas dapat dilihat bahwa nilai korelasi untuk variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan mempunyai nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan tidak terdapat adanya gejala multikolinieritas.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil untuk pengujian analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel sebagai berikut ini:

Tabel 3. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	1.091	3.335
	Kualitas Pelayanan	.414	.072
	Kepuasan Pelanggan	.344	.068

Dependent Variabel : Loyalitas Pelanggan

$$\text{Loyalitas Pelanggan} = 1,091 + 0,414 \text{ Kualitas Pelayanan} + 0,344 \text{ Kepuasan Pelanggan} + e \quad (2)$$

Berdasarkan Tabel 3 diatas, diperoleh persamaan regresi linier berganda dimana jika nilai variabel bebas (X1) yaitu Kualitas Pelayanan dan variabel (X2) yaitu Kepuasan Pelanggan bernilai 0 maka Loyalitas Pelanggan adalah tetap sebesar 1,091. Setiap peningkatan aspek Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 1 satuan, maka Loyalitas Pelanggan akan meningkat sebesar 41,4%. Setiap peningkatan aspek Kepuasan Pelanggan (X2) sebesar 1 satuan, maka Loyalitas Pelanggan akan meningkat sebesar 34,4%.

Uji Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis secara parsial (Uji-t) dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4. Uji Parsial Coefficients^a

Model		t	Sig.
1	(Constant)	.327	.744
	Kualitas Pelayanan	5.737	.000
	Kepuasan Pelanggan	5.020	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai thitung (5,737) > ttabel (1,980) dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05 dan Variabel Kepuasan Pelanggan (X2) memiliki nilai thitung (5,020) > ttabel (1,980) dengan tingkat signifikan 0,00 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jhon Electro.

Uji Simultan

Hasil pengujian hipotesis secara simultan (Uji-F) dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5. Uji Simultan

Model		ANOVA ^b			F	Sig.
		Sum of Squares	df	Mean Square		
1	Regression	438.695	2	219.347	33.433	.000 ^a
	Residual	774.181	118	6.561		

Total	1212.876	120
a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan		
b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan		

Berdasarkan Tabel 5 diatas, dapat dilihat nilai Fhitung (33,433) > Ftabel (3,07) dengan signifikansi $0,00 < 0,05$ sehingga disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jhon Electro Medan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel dibawah ini sebagai berikut :

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.601 ^a	.362	.351	2.561
a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan				
b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan				

Berdasarkan Tabel 6 diatas, dapat dilihat Nilai R Square (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,362 artinya variabel Loyalitas Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan sebesar 36,2% sedangkan sisanya 63,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti potongan harga, iklan, perilaku pelanggan, harga, lokasi dan variabel lainnya.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai thitung (5,737) > ttabel (1,980) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jhon Electro.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tiong (2018), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa variabel Kepuasan Pelanggan memiliki nilai thitung (5,020) > ttabel (1,980) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jhon Electro.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahendra (2017) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji-F, diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan memiliki nilai Fhitung (33,433) > Ftabel (3,07) dengan signifikansi $0,00 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jhon Electro.

Nilai R Square (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,362 artinya variabel Loyalitas Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan sebesar 36,2% sedangkan sisanya 63,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti potongan harga, iklan, perilaku pelanggan, harga, lokasi dan variabel lainnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Amelia dan Erdiansyah (2018), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa baik secara parsial dan simultan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Oktaviani dan Ramenusia (2013), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut ini, Hasil yang diperoleh dari analisis regresi linier berganda yaitu jika nilai Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kepuasan Pelanggan (X_2) tidak bernilai, maka Loyalitas Pelanggan adalah sebesar konstanta. Setiap peningkatan Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar satu satuan, Loyalitas Pelanggan akan sebesar b_1 . Setiap peningkatan Kepuasan Pelanggan (X_2) sebesar satu satuan, Loyalitas Pelanggan akan meningkat sebesar b_2 . Hasil Uji-t menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jhon Electro. Hasil Uji-t menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jhon Electro. Hasil Uji-F menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jhon Electro. Untuk koefisien determinasi didapatkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan dapat menjelaskan keterkaitannya dengan Loyalitas Pelanggan pada Jhon Electro.

Daftar Pustaka

- Amelia., & Erdiansyah Rezi. 2018. "Pengaruh Brand Awareness dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Spring Bed di Toko Prioritas Pekanbaru." *Jurnal Prologia*, Pekanbaru.
- Djunaidi, F. G. 2020. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Minyak Kayu Putih Pada Ketel Walbarua di Desa Ubung. Penerbit Qiara Media, Pasuruan.
- Firmansyah, A. 2018. Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). Penerbit Deepublish Publisher Yogyakarta.
- _____. 2019. Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). Penerbit Deepublish Publisher, Yogyakarta.
- Indahningwati, A. 2019. *Jakad Media Publishing*. Penerbit Jakad Media Publishing, Surabaya.
- Herlina, V. 2019. Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS. Penerbit PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Indahningwati, A. 2019. Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Layanan SIM Keliling. Penerbit CV. Jakad Publishing Surabaya, Surabaya.
- Ismainar, H. 2015. Keselamatan Pasien di Rumah Sakit. Penerbit Deepublish Publisher, Yogyakarta.
- Jaya, I. M. L. M. 2019. Pengolahan Data Kesehatan Dengan SPSS. Penerbit Thema Publishing, Yogyakarta.
- Lase, F. S., & Mali, O. B. 2020. Smart Converter Pada Outbound Dengan Arduino. Penerbit Kreatif Industri Nusantara, Bandung.
- Mahendra. 2017. "Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Berbelanja Furniture Pada PD. Indo Furniture Pontianak" *Jurnal Fakultas Ekonomi*. Pontianak.
- Manulang, R., & Sihite, F. N. (2022). The Effect Of Financial Education In The Family And Self-Control On Saves In Business Education Students' Interest In Business Education 2017 State University Of Medan. *Outline Journal of Management and Accounting*, 1(2), 43-55.
- Mutiawati, C., Suryani, F. M., Anggraini, R., & Azmeri. 2019. Kinerja Pelayanan Angkutan Umum Jalan Raya. Penerbit Deepublish Publisher, Yogyakarta.

- Nurwendari, W., Herliani, R., & Nurhayani, U. (2022). The Effect of Profitability, Leverage and Dividend Payout Ratio on Profit Smoothing in Manufacturing Companies Listed on the IDX for the 2018–2020 Period. *Outline Journal of Management and Accounting*, 1(2), 68-79.
- Priyatno, D. 2018. *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*. Penerbit CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Putra, H. A., & Ngatno 2017. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen PT. Lontar Media Digital Printing Semarang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Semarang.
- Ramenusa, O. 2013. “Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. DGS Manado” *Jurnal EMBA*, Manado.
- Sari, A. R. P., & Yasa, N. N. K. 2019. Kepercayaan Pelanggan Di Antara Hubungan Citra Perusahaan dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall.com. Jakarta : Klaten.
- Santoso, M. 2019. *Loyalitas Nasabah PDBANK PERKREDITANRAKYAT Wilayah Cirebon*. Penerbit Deepublish Publisher, Yogyakarta.
- Sudarso, A. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan (Dilengkapi Dengan Hasil Riset Pada Hotel Berbintang di Sumatera Utara)*. Penerbit Deepublish Publisher, Yogyakarta.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Penerbit CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Tiong, P. 2018. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Primagum Sejati di Makassar” *Jurnal SEIKO*. Makassar.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. 2019. *Service Quality & Customer Satisfaction*. Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- _____, & Diana, A. 2019. *Kepuasan Pelanggan-Konsep, Pengukuran dan Strategi*. Penerbit CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Wahyoedi, S., & S. 2019. *Loyalitas Nasabah Bank Syariah : Studi Atas Religitas, Kualitas Layanan, Trust & Loyalitas*. Penerbit Deepublish Publisher, Yogyakarta.
- Wahyudi, S. T. 2017. *Statistika Ekonomi : Konsep, Teori dan Penerapan*. Penerbit UB Press. Jakarta.