

Pengaruh *Servicescape* Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Anggota Sebagai Variabel Mediasi

Ni Putu Meydi Darma Putri¹

Putu Herny Susanti²

I Made Suasti Puja³

⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia,
Jl. Sangalangit, Penatih, Kec. Denpasar Timur, Kota Denpasar, Bali 80238
e-mail: pandemeydi@gmail.com

Diterima: 20 April 2021

Direvisi: 25 April 2021

Disetujui: 27 April 2021

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of servicescape and satisfaction on loyalty and the role of satisfaction in mediating the effect of servicescape on loyalty. This research was conducted at the Pinang Sari Cooperative in Abiansemal Badung. Questionnaires that have been tested for validity and reliability were given to 83 respondents. Data collection techniques are observation, interviews, documentation, literature and questionnaires. While the data analysis techniques are path analysis and sobel test. The test results show that Servicescape has a positive and significant effect on satisfaction seen from the t value of 8.096 and sig 0.00. Member satisfaction has a positive and significant effect on oyalty seen from the t value of 7,814 with sig 0,000. Servicescape has a positive and significant effect on loyalty seen from the t value of 3.670 with sig 0.000. Member satisfaction is able to mediate the influence of Servicescape on Loyalty seen from the calculated z value that is greater than z table $5,590 > 1.98$.

Keyword : *Servicescape, Customer Satisfaction, and Loyalty*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *servicescape* dan kepuasan terhadap loyalitas dan peran kepuasan memediasi pengaruh *servicescape* terhadap loyalitas. Penelitian ini dilakukan pada Koperasi Pinang Sari di Abiansemal Badung. Kuesioner yang sudah diuji validitas dan reliabilitasnya diberikan kepada 83 responden. Teknik pengumpulan datanya adalah observasi, wawancara, dokumentasi, kepustakaan dan kuisisioner. Sedangkan teknik analisis datanya adalah *path* analisis dan uji sobel test. Hasil pengujian menunjukkan *Servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dilihat dari nilai t hitung sebesar 8,096 dan sig 0,00. Kepuasan anggota berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas dilihat dari nilai t hitung sebesar 7,814 dengan sig 0,000. *Servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas dilihat dari nilai t hitung sebesar 3,670 dengan sig 0,000. Kepuasan anggota mampu memediasi pengaruh *Servicescape* terhadap loyalitas dilihat dari nilai z hitung yang lebih besar dari z tabel $5,590 > 1,98$.

Kata kunci : *Servicescape, Kepuasan, dan Loyalitas*

Pendahuluan

Perkembangan Perekonomian Nasional yang dihadapi dunia usaha termasuk koperasi dan usaha kecil menengah saat ini sangat cepat dan dinamis. Koperasi merupakan salah satu bentuk badan usaha yang sesuai dengan kepribadian bangsa Indonesia yang pantas di tumbuhkan kembangkan sebagai badan usaha penting dan bukan sebagai alternatif terakhir. Koperasi adalah perkumpulan orang bukan perkumpulan modal, sehingga anggota berperan penting bagi koperasi. Dalam Undang Undang No.25 Tahun 1992 tentang perkoperasian disebutkan salah satu kewajiban anggota koperasi adalah berpartisipasi dalam kegiatan usaha yang diselenggarakan oleh koperasi. Partisipasi mereka sangat dibutuhkan untuk memajukan usaha koperasi. Namun, koperasi tidak hanya membutuhkan partisipasi anggota, loyalitas merekapun dibutuhkan karena anggota tidak hanya berperan sebagai anggota tetapi juga sebagai pelanggan koperasi.

Koperasi Pinang Sari adalah salah satu Koperasi Simpan Pinjam yang berada di Jln Oleg, Batanbuah Desa Abiansemal Dauh Yeh Cani yang didirikan dengan tujuan membangun ekonomi masyarakat dalam menata pemenuhan kebutuhan keuangannya secara mandiri dan terencana, mendorong para anggota untuk berpola hidup hemat dan memperkecil ketergantungan terhadap hutang untuk meningkatkan kesejahteraan. Memiliki banyak anggota dengan loyalitas yang tinggi merupakan suatu yang diharapkan oleh Koperasi Pinang Sari demi kemajuan koperasi untuk dimasa yang akan datang. Perkembangan anggota yang meminjam kredit di Koperasi Pinang Sari dalam empat tahun terakhir seperti pada Tabel 1 yang menunjukkan pada jumlah anggota dan jumlah kredit di Koperasi Pinang Sari tahun 2016 sampai dengan 2019

Tabel 1 Data Jumlah Anggota yang meminjam kredit di Koperasi Pinang Sari Tahun 2016-2019

No	Tahun	Jumlah Anggota
1	2016	641
2	2017	636
3	2018	527
4	2019	499

Sumber : data diolah (2021)

Dari Tabel 1. menunjukkan bahwa terjadi penurunan jumlah anggota yang meminjam kredit secara signifikan, hal ini dikarenakan anggota yang meminjam kredit megeluh akibat dana yang diberikan tergolong rendah dan pelayanan yang masih belum optimal oleh karena itu anggota memilih untuk mencari kredit yang lebih besar hal ini menunjukkan anggota yang

kurang puas dengan pelayanan kredit yang diberikan. Anggota yang banyak menjadi nasabah kredit mengalami penurunan maka anggota yang meminjam kredit ikut menurun. Dilihat dari data empat tahun terakhir menunjukkan bahwa anggota yang meminjam kredit di Koperasi Pinang Sari kurang loyal dalam melakukan pinjaman kredit. Dari tahun 2016 jumlah anggota yang meminjam kredit di Koperasi Pinang Sari mencapai 641 anggota terjadi penurunan sampai paling sedikit pada tahun 2019 dengan jumlah 449 anggota.

Ada beberapa unsur yang tidak mendukung Lingkungan Fisik (*Servicescape*) yang ada di Koperasi Pinang Sari, seperti tempat duduk yang kurang untuk anggota yang sedang melakukan transaksi sehingga beberapa anggota berada di luar kantor, kurangnya pendingin ruangan dan wangi udara yang membuat anggota tidak nyaman saat bertransaksi dikarenakan koperasi yang kecil dan anggota yang melakukan transaksi banyak. Dengan ditingkatkannya *servicespace* dengan menghadirkan fasilitas kasat mata yang diharapkan mampu menghadirkan kesan positif bagi anggota dengan tujuan untuk membuat anggota merasa puas.

Penelitian ini berupaya menggali seberapa besar *servicescape* berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pada Koperasi Pinang Sari, dimana belum pernah perusahaan ini mengadakan penelitian mengenai *servicescape*, loyalitas serta kepuasan anggota. Maka dari itu Koperasi Pinang Sari harus mampu meningkatkan *servicescape* untuk mendapatkan kepuasan anggota dan menjaga loyalitas anggota agar menjadi koperasi pilihan yang terpercaya. Dari permasalahan diatas didapatkan rumusan masalah 1) Bagaimanakah pengaruh *Servicescape* terhadap Kepuasan Anggota Pada Koperasi Pinang Sari di Abiansemal Badung? 2) Bagaimanakah pengaruh Kepuasan Anggota terhadap Loyalitas pada Koperasi Pinang Sari di Abiansemal Badung? 3) Bagaimanakah pengaruh *Servicescape* terhadap Loyalitas pada Koperasi Pinang Sari di Abiansemal Badung? 4) Bagaimanakah peran Kepuasan Anggota Memediasi pengaruh *Servicescape* terhadap Loyalitas pada Koperasi Pinang Sari di Abiansemal Badung?

Menurut Timm (2013:7), loyalitas pelanggan adalah pelanggan yang selalu melakukan pembelian ulang, yang pada gilirannya menjamin aliran pendapatan bagi perusahaan, memiliki kecenderungan membeli lebih banyak, mau membayar dengan harga yang lebih mahal, yang akan berdampak secara langsung kepada keuntungan yang diperoleh perusahaan. Dixon, (2013:204) menyampaikan bahwa loyalitas pelanggan didorong oleh usaha-usaha yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi janji-janjinya dan menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan. Jasfar (2012:22) berpendapat

loyalitas pelanggan adalah komitmen yang sangat mendalam dari pelanggan untuk membeli kembali suatu produk yang disukai dengan konsisten di masa mendatang.

Servicescape adalah sebuah konsep yang dikembangkan oleh Bitner untuk menekankan dampak lingkungan fisik di mana suatu proses pelayanan berlangsung. Bitner pada tahun 1992 dalam Rosenbaum & Massiah (2011:471) mendefinisikan *servicescape* adalah: “*physical setting in which a marketplace exchange its performed, delivered and consumed within a service organization*”. artinya adalah bahwa *servicescape* merupakan tampilan fisik dimana pertukaran transaksi jasa dilakukan, disampaikan dan dikonsumsi dalam sebuah organisasi jasa. Dimensi fisik dalam *servicescape* yang dimaksud oleh Bitner tersebut memiliki karakteristik yang bisa dikontrol, objektif dan menjadi stimulus bersifat material pada pelayanan (Rosenbaum dan Massiah, 2011:481). Pemasar harus menyadari bahwa mereka harus memenuhi kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi dan bagaimana mengkomunikasikan kemampuan pemasar untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan tersebut melalui stimulus dari *servicescape* (Rosenbaum dan Massiah, 2011:483).

Kotler dan Keller (2016:153) mendefinisikan Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan suatu produk atau jasa (hasil) dengan harapannya. Jika kinerja gagal memenuhi harapannya, maka pelanggan akan merasa tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan harapannya, maka pelanggan akan merasa puas. Jika melebihi harapannya, maka pelanggan akan merasa sangat puas atau senang. Daryanto dan Setyobudi (2014:43) menyatakan kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi.

Berdasarkan kajian teoritik dan penelitian sebelumnya yang dijadikan bahan referensi dalam penelitian ini, dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh *Servicescape* terhadap Kepuasan.

Penelitian yang dilakukan oleh Pingkan Gosal, dkk (2018) bahwa *Servicescape* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Penelitian yang sejalan dengan Pricilia Sinta Sakinda, dkk (2020) menyatakan bahwa pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan.

H1 : Diduga *Servicescape* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota pada Koperasi Pinang Sari di Abiansemal Badung.

2. Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas

Penelitian yang dilakukan oleh Novianti, dkk (2018) menyatakan bahwa pengaruh ada pengaruh langsung signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Selvy Normasari, dkk (2013) bahwa Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

H2 : Diduga Kepuasan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Anggota pada Koperasi Pinang Sari di Abiansemal Badung.

3. Pengaruh *Servicescape* terhadap Loyalitas

Penelitian yang dilakukan oleh Erdina Novita Putri, dkk (2018) menyatakan bahwa pengaruh *Servicescape* memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Bahwa *Servicescape* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas.

H3 : Diduga *Servicescape* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Anggota pada Koperasi Pinang Sari di Abiansemal Badung.

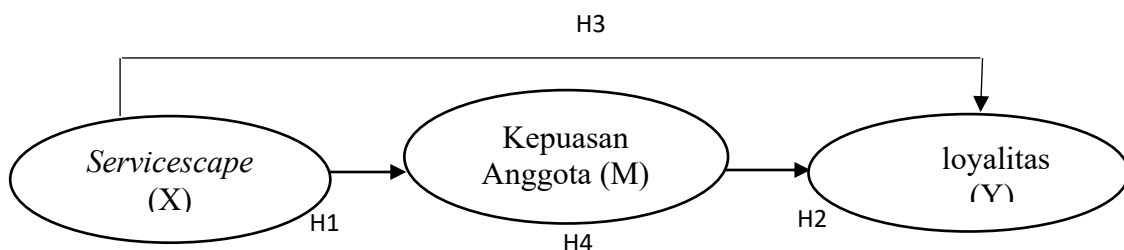
4. Diduga Kepuasan berperan memediasi pengaruh *Servicescape* terhadap Loyalitas.

Penelitian yang dilakukan oleh Pricilia Sinta Sakinda, dkk (2020) menyatakan bahwa Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap *Servicescape* dan Loyalitas.

H4 : Diduga Kepuasan berperan memediasi pengaruh *servicescape* terhadap loyalitas Anggota pada Koperasi Pinang Sari di Abiansemal Badung

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian jenis asosiatif kausal berguna untuk menganalisis pengaruh *Servicescape* terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Anggota sebagai variabel Mediasi pada Koperasi Pinang Sari di Abiansemal Badung. Kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Sumber : Putri, Gosal (2018), Sakinda (2020)

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota yang menggunakan produk atau jasa pada Koperasi Pinang Sari tahun 2019 adalah 499 anggota. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 83 orang anggota yang meminjam kredit di Koperasi Pinang Sari. Data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data tersebut dikumpulkan dengan wawancara langsung melalui kuesioner yang didesain untuk memperoleh data. Disamping itu, dipergunakan pula sejumlah data sekunder yang dikumpulkan melalui hasil observasi dan kepustakaan untuk mendukung ataupun memperkaya hasil analisis dalam penelitian ini. Data penelitian dikumpulkan dengan instrumen berupa kuesioner yang disebarakan secara langsung kepada responden. Instrumen penelitian yang digunakan terlebih dahulu diuji dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Selanjutnya teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah path analisis dan uji sobel.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hasil perhitungan dalam uji validitas dan uji reliabilitas, menunjukkan bahwa bahwa seluruh instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel yang digunakan adalah valid dan reliabel, karena memiliki r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sebesar 0,3 dan koefisien reliabilitas (*alpha cronbach*) lebih besar dari 0,6. Dengan demikian seluruh variabel penelitian tersebut dapat digunakan untuk analisis statistik lebih lanjut.

Tabel 2. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Variabel		Pengaruh langsung	Pengaruh Tidak langsung Melalui kepuasan anggota	Pengaruh Total
<i>Servicescape</i>	→ Kepuasan anggota	0,667	-	0,667
	Loyalitas	0,292	0,181	0,473
Kepuasan anggota	→ Loyalitas	0,622	-	0,622

Sumber : data diolah (2021)

Diketahui bahwa difrensiasi produk berpengaruh langsung terhadap *customer satisfaction* sebesar 0,752 dan *customer satisfaction* berpengaruh langsung terhadap *customer loyalty* sebesar 0,604. Difrensiasi produk memiliki pengaruh langsung terhadap *customer loyalty* sebesar 0,365 dan ketika melalu variabel mediasi (*customer satisfaction*)

pengaruh difrensiasi produk terhadap *customer loyalty* menjadi 0,583 atau meningkat sebesar 0,218.

Tabel 3. Path Analisis

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.520	1.958		.776	.440
	<i>Servicescape</i>	.661	.082	.667	8.096	.000

Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	13.802	.954		14.462	.000
	<i>Servicescape</i>	.195	.053	.292	3.670	.000
	Kepuasan anggota	.419	.054	.622	7.814	.000

Sumber : data diolah (2021)

1. Pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan anggota

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh taraf signifikansi penelitian untuk variabel *servicescape* terhadap kepuasan anggota sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan kata lain *servicescape* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota Koperasi Pinang Sari. Hasil ini sekaligus menjawab hipotesis pertama penelitian ini. Hasil analisis data menunjukkan bahwa *servicescape* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota. Hasil analisis memiliki makna bahwa semakin meningkatnya *servicescape* maka semakin meningkat pula kepuasan anggota. Dengan kata lain jika pihak Koperasi Pinang Sari mampu menciptakan *servicescape* yang baik maka kepuasan anggota yang terbangun akan semakin meningkat dan para anggota akan semakin senang. Anggota pada umumnya telah mencoba berbagai jenis fasilitas produk sehingga mencapai titik kepuasan tertentu. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pingkan Gosal, dkk (2018) bahwa *Servicescape* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Penelitian yang sejalan dengan Pricilia Sinta Sakinda, dkk (2020) menyatakan bahwa pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan..

2. Pengaruh kepuasan anggota terhadap loyalitas .

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh taraf signifikansi penelitian untuk variabel kepuasan anggota terhadap loyalitas sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan kata lain kepuasan anggota berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pada Koperasi Pinang Sari. Hasil ini sekaligus menjawab hipotesis kedua penelitian ini.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa kepuasan anggota memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas. Hasil analisis memiliki makna bahwa semakin meningkatnya kepuasan anggota maka semakin meningkat pula loyalitas. Dengan kata lain jika pihak Koperasi Pinang Sari mampu meningkatkan kepuasan anggota yang dimiliki maka hal itu akan berdampak pada peningkatan loyalitas. Karena dengan kepuasan anggota yang tinggi akan mampu lebih baik dalam memutuskan. Kepuasan anggota merupakan faktor paling penting dalam hubungan antara penyedia layanan dan pengguna layanan. Untuk mencapai kepuasan anggota di titik tertinggi tentu tidak mudah. Namun ketika Koperasi Pinang Sari mampu memberikan kepuasan terbaik kepada anggotanya tentu akan sulit memikirkan tempat lain selain Koperasi Pinang Sari. Secara pasti hal tersebut juga akan menimbulkan loyalitas terhadap Koperasi Pinang Sari dimana anggota koperasi enggan untuk mencoba tempat lain ketika mendapatkan kepuasan maksimal disini. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Novianti, dkk (2018) menyatakan bahwa pengaruh ada pengaruh langsung signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Selvy Normasari, dkk (2013) bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan..

3. Pengaruh *servicescape* terhadap loyalitas

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh taraf signifikansi penelitian untuk variabel *servicescape* terhadap loyalitas sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan kata lain *servicescape* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pada Koperasi Pinang Sari. Hasil ini sekaligus menjawab hipotesis ketiga penelitian ini. Hasil analisis data menunjukkan bahwa *servicescape* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas. Hasil analisis memiliki makna bahwa semakin baik *servicescape* yang tercipta maka semakin meningkat pula loyalitas. Dengan kata lain jika pihak Koperasi Pinang Sari mampu meningkatkan dan mengembangkan *servicescape* yang selama ini ada maka anggota koperasi yang ada akan mampu meningkatkan loyalitasnya seiring dengan *servicescape* yang terbentuk. Banyaknya fasilitas yang ditawarkan tempat lain tentu membuat anggota koperasi terpengaruh. Namun jika pihak Koperasi Pinang Sari mampu memberikan jangkauan yang lebih luas dari tempat lain hal itu membuat Koperasi Pinang Sari memiliki nilai lebih untuk membangkitkan loyalitas konsumen. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Erdina Novita Putri, dkk (2018) menyatakan bahwa pengaruh *servicescape* memiliki pengaruh

terhadap loyaltitas pelanggan.

4. Pengaruh *servicescape* terhadap loyalitas melalui kepuasan anggota.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh $Z_{hitung} (5,590) > Z_{tabel} (1,98)$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan kata lain kepuasan anggota merupakan variabel *intervening* yang menghubungkan *servicescape* dengan loyalitas. Analisis peran mediasi dalam penelitian ini atas konstruk atribut kepuasan anggota terhadap hubungan antara *servicescape* dan loyalitas menemukan bahwa kepuasan anggota merupakan variabel mediasi karena hasil pengolahan data menunjukkan bahwa dari variabel mediasi (kepuasan anggota) memiliki pengaruh yang signifikan sehingga dapat dikatakan dalam hal ini kepuasan anggota merupakan variabel mediasi. Artinya kepuasan anggota dapat membantu meningkatkan loyalitas yang diakibatkan *servicescape*. Dengan memberikan jangkauan produk yang lebih luas hal ini akan membuat anggota koperasi merasa puas. Hal ini akan mendorong kepuasan yang ada dalam diri konsumen menjadi muncul dan tak jarang menjadikannya sebuah loyalitas karena apa yang mereka dapatkan di Koperasi Pinang Sari belum tentu bisa mereka temukan di tempat lain. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pricilia Sinta Sakinda, dkk (2020) menyatakan bahwa *servicescape* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas

Simpulan

Hasil pengujian menunjukkan *servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Pinang Sari. Kepuasan anggota berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pada Koperasi Pinang Sari. *Servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pada Koperasi Pinang Sari. Kepuasan anggota mampu memediasi pengaruh *servicescape* terhadap loyalitas pada Koperasi Pinang Sari.

Dari segi *servicescape* diharapkan pihak koperasi meningkatkan fasilitas yang dapat meningkatkan kenyamanan di ruang tunggu agar sesuai dengan kegunaanya. Dari segi kepuasan anggota diharapkan memberikan melatih lagi karyawan yang dimiliki agar dapat memberikan pelayanan yang lebih cepat dan akurat. Dari segi loyalitas sebaiknya pihak koperasi lebih meningkatkan produk yang dimiliki agar membuat nasabah menjadi lebih tertarik.

Daftar Rujukan

- Afandi, Muhammad Riza, dkk. 2019. *Dampak Kualitas layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan loyalitas Pelanggan Pada Dira Cafe & Pool Pontang Ambulu Jember*. Jurnal Penelitian Ipteks Vol. 4 No. Ham: 79-91.
- Gosal, Pingkan, dkk. 2018. *Pengaruh kualitas pelayanan dan servicescape terhadap kepuasan nasabah (studi kasus di bank BRI kampus fisip unsrat manado)*. Jurnal EMBA Vol.6 No.4 . Hal. 3983 – 3992.
- Haryanto, Resty Avita. 2013. *strategi promosi, kualitas produk, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran mcdonald's manado*. Jurnal EMBA. Vol.1 No.4. Halaman 1465-1473.
- Irawan, Deny dan Japariato Edwin. 2013. *Analisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada pelanggan restoran POR KEE Surabaya*. Jurnal manajemen pemasaran. Vol. 1, No. 2. Hal 1-8.
- Khuswati, Enny dan Relita Dessy Triana. 2019. *Pengaruh kualitas pelayann koperasi terhadap kepuasan anggota koperasi simpan pinjam (KSP) bhakti lestari kecamatan sungai tebelian*. Jurnal Pendidikan Ekonomi. Volume 4, no 2. Hal 91-98.
- Enny dan Relita Desy Triana. 2019. *Pengaruh kualitas pelayanan koperasi terhadap kepuasan anggota koperasi simpan pinjam (KSP) bhakti lestari kecamatan sungai tebelian*. Jurnal Pendidikan Ekonomi Vol. 4, no 2. Halaman 90-98.
- Kiroyan, Mutiara, dkk. 2019. *Pengaruh servicescape dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di hotel sahid kawanua manado*. Jurnal EMBA. Vol.7 No.4 Oktober 2019, Hal. 6013-6021.
- Kurniawan, Rieskie, dkk. 2018. *Pengaruh servicescape terhdap service performance dan customer satisfaction pada pelabuhan kelas IV pelindo I cabang rengat, kabupaten indragiri hulu, propinsi riau*. Jurnal Tepak Manajemen Bisnis. Vol. X. No. 3. Hal. 515-533.
- Novianti, Endri dan Darlius. 2018. *Kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap loyalitas pelanggan*. Jurnal Ilmiah Manajemen. Volume VIII No. 1. Halaman 90-108.
- Normasari, Selvy, dkk. 2013. *Pengaruh kualitas pelayanan terhadapkepuasan pelanggan, citra perusahaan dan loyalitas pelanggan Survei padaTamu Pelanggan yang Menginap di Hotel Pelangi Malang*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) | Vol. 6 No. 2. Hal 1-9.
- Purnomo, Angie Deva Tiffani, Priansa Donni Juni. 2019. *Pengaruh servicescape terhadap kepuasan berkunjung ke museum sri baduga -Proceeding of Applied Science : Vol.5, No.2. Page 829*.
- Putri, Erdina Novita, dkk. 2018. *Pengaruh servicescape terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (Survei pada Pelanggan Toko Oen Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). |Vol. 62 No. 1. Hal 63-72.
- Purnama, Rizky Ardi dan Andajani Erna. 2019. *Pengaruh servicescape terhadap customer loyalty restaurant limited service di MCDONALD'S Surabaya*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol. 6, No.2. Hal 157-176.
- Ruata, Wanly, dkk. 2018. *Pengaruh servicescape dan kualitas pelayanan komitmen nasabah tabungan pada bank sulutgo manado*. MBA Vol.6 No.3 Juli 2018, Hal. 1328 – 1337.
- Sudirman, I Made Stevana Adi Santhika. 2018. *Pengaruh Kualitas layanan Online Terhadap Kepuasan, Komitmen, dan loyalitas Nasabah Internet Banking di Kota Denpasar*. Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia. Volume 1, Nomor 4. Hal 473-488.
- Sakinda, Pricilia Sinta, dkk. 2020. *Pengaruh Servicescape dan Kualitas Komunikasi terhadap loyalitas nasabah melalui Kepuasan nasabah sebagai variabel intervening (studi pada*

-
- nasabah Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kantor Cabang Yogyakarta). The Journal Of Business and Management. : Volume 3. Nomor 2. Hal 125-135.*
- Setiawan, Heri, Maria Magdalena Minarsih, Azis Fathoni. “ *Pengaruh kualitas produk, Kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening (Studi kasus pasa nasabah Koperasi Jero Agung sukses cabang ngalihan).*” *Jurnal of Manajemen*, Volume 2 No. 2 Maret 2016.
- Tjahjaningsih, Endang. 2013. *Pengaruh citra dan promosi terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan (studi pada pelanggan supermarket carrefour di semarang).* *Media Ekonomi dan Manajemen* Vol 28. No.2. Halaman 13-27.
- Wijayanto, Thomas, dkk. 2018. *Analisis pengaruh promosi terhadap loyalitas konsumen dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi.* *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* Vol. 18 No. 3. Halaman 370-378.
- Wanda, lastika, lutfie Harrie. 2018. *Analisa kepuasan konsumen berdasarkan dimensi servicescape dengan menggunakan metode IPA (Studi Kasus pada Restoran Cepat Saji KFC Cabang Buah Batu Bandung Tahun 2018).* *e-Proceeding of Applied Science : Vol.4, No.3. Halaman 1-10*