

---

# Peran Kepuasan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah

Kadek Sintya Kusuma Dewi <sup>(1)</sup>

Putu Herny Susanti <sup>(2)</sup>

Ni Luh Adisti Abiyoga Wulandari <sup>(3)</sup>

<sup>(1)(2)(3)</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia  
e-mail: [sintyakusumadewi29@gmail.com](mailto:sintyakusumadewi29@gmail.com)

## ABSTRACT

*Notary Office and PPAT Ni Kade Arini, SH., M.Kn is a professional agency engaged in the field of law in the field of community services, which collaborates with several companies such as private banks and state-owned banks and also serves the needs of individual communities or public customers. This study aims to determine the effect of satisfaction on job satisfaction, to determine the partial effect of satisfaction and job satisfaction on customer loyalty and to determine the indirect effect of satisfaction on customer loyalty through job satisfaction. The population in the study was 632 customers. Determination of the sample using purposive sampling technique is a technique of determining the sample with certain considerations. The research method used is quantitative. The data analysis technique used in this study is the validity test, reliability test, and sobel test. From the results of the study it can be seen that service quality has a positive and significant effect on job satisfaction, satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty, service quality has a positive and significant effect on customer loyalty and service quality has an indirect effect on customer loyalty through job satisfaction.*

**Keywords :** *Service Quality; Satisfaction; Customer Loyalty*

## ABSTRAK

Kantor Notaris dan PPAT Ni Kade Arini, SH., M.Kn adalah instansi profesi yang bergerak di bidang hukum dalam bidang jasa pelayanan masyarakat, yang bekerja sama dengan beberapa perusahaan seperti bank swasta maupun bank milik negara dan juga melayani kebutuhan masyarakat perorangan atau nasabah umum. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap kepuasan kerja, untuk mengetahui pengaruh kepuasan dan kepuasan kerja secara parsial terhadap loyalitas nasabah serta untuk mengetahui pengaruh secara tidak langsung kepuasan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan kerja. Populasi dalam penelitian sebanyak 632 nasabah. Penentuan sampel menggunakan teknik purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas, Uji Reabilitas, dan Uji Sobel. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja, kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dan kualitas pelayanan berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan kerja.

**Kata kunci :** *Kualitas Pelayanan; Kepuasan; Loyalitas Nasabah*

---

## Pendahuluan

Pada Era Globalisasi khususnya pada perkembangan Revolusi Industri 4.0, perusahaan baik dibidang jasa maupun barang akan semakin sulit mempertahankan eksistensinya. Meningkatnya intensitas persaingan dan adanya jumlah pesaing yang meningkat membuat perusahaan harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah dan berusaha memenuhi harapan nasabah dengan cara memberikan pelayanan yang baik, meningkatkan kualitas pelayanan yang memuaskan dibanding pesaing lainnya. Menurut Irawan (2012) loyalitas merupakan komitmen terhadap perusahaan, merk ataupun pemasok yang didasarkan atas sikap positif yang tercermin dalam bentuk pembelian yang berulang secara konsisten. Nasabah yang benar-benar loyal bukan saja berpotensi menjadi *word of mouth advertisers*, tetapi kemungkinan besar juga loyal pada portofolio produk dan jasa perusahaan selama bertahun-tahun.

Loyalitas nasabah dalam konteks pemasaran jasa sebagai respon yang terkait erat dengan ikrar atau janji untuk memegang teguh komitmen yang mendasari kontinuitas relasi, dan biasanya tercermin dalam pembelian berkelanjutan dari penyedia jasa yang sama atas dasar dedikasi maupun kendala pragmatis (Tjiptono, 2012). Menurut Griffin (2010) loyalitas nasabah tampaknya merupakan ukuran yang lebih dapat diandalkan untuk memprediksi pertumbuhan penjualan dan keuangan. Berbeda dari kepuasan, yang merupakan sikap, loyalitas dapat didefinisikan berdasarkan perilaku membeli. Adapun indikator dari loyalitas nasabah adalah: melakukan pembelian berulang secara teratur, membeli antar lini produk atau jasa, mereferensikan kepada orang lain, menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

Kantor Notaris dan PPAT Ni Kade Arini, SH., M.Kn merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa yang terus berkembang di bidang hukum. Kantor tersebut telah berdiri sejak 2015 dan sudah menangani banyak kasus dalam jasa pembuatan akta tanah. Kantor Notaris dan PPAT Ni Kade Arini, SH., M.Kn berlokasi di Jalan Raya Mengwitani No. 20 A, Badung. Kantor ini didirikan untuk membantu dalam proses pembuatan sertifikat tanah, turun waris, akta hibah, akta pembagian hak bersama, proses peminjaman uang di Bank rekanan yang disebut dengan akta pemberian hak tanggungan, dan transaksi-transaksi lainnya. Notaris dan PPAT dalam menjalankan jabatannya tidak memiliki ketentuan mengenai berapa setiap bulannya seorang Notaris/PPAT harus memiliki transaksi sesuai dengan UUJN dan Peraturan PPAT. Karena, Notaris dan PPAT merupakan perusahaan jasa yang tidak boleh melakukan promosi atau publikasi diri, siapapun yang ingin memakai jasa tersebut bisa memilih kemana ia akan melakukan transaksi, terlebih lagi saat ini banyak Notaris dan PPAT yang telah beredar di Kabupaten Badung. Di dalam UUJN hanya mengatur bahwa jika Notaris ingin melakukan perpindahan kedudukan wilayah maka seorang Notaris wajib memiliki 100 akta selama 3 tahun, setelah terpenuhi maka Notaris dapat

---

mengurus perpindahan wilayah kedudukan. Kedudukan PPAT pun akan mengikuti kedudukan Notaris sesuai Surat Keputusan yang ada.

Setelah menelaah data dan hasil wawancara dapat diketahui bahwa selama tahun 2021 Kantor Notaris dan PPAT Ni Kade Arini, SH., M.Kn mengalami pasang surut dalam pembuatan akta dan pemberian jasa layanan. Penurunan dan kenaikan yang terjadi tersebut dapat disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu faktor dari segi kualitas pelayanan, penyampaian informasi dari karyawan, keterlambatan penyelesaian berkas, dan kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan yang buruk akan menyebabkan menurunnya jumlah nasabah sehingga jumlah akta yang dibuat mengalami penurunan begitupun sebaliknya.

Loyalitas dapat diartikan dengan kesetiaan. Loyalitas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah loyalitas nasabah terhadap perusahaan. Dimana nasabah menggunakan atau membeli sebuah jasa dari sebuah perusahaan, kemudian nasabah tersebut setia atau dapat dikatakan loyal kepada produk atau jasa perusahaan tersebut (Farisi & Siregar, 2020). Menurut Kurniawan (2018:218), Kepuasan merupakan tataran pendapat sesudah membandingkan keinginannya dengan suatu kinerja barang atau suatu hal yang dirasakan orang. Rasa puas ialah perasaan seseorang baik bahagia ataupun putus harapan diakibatkan dari membandingkan yang diinginkan dengan ekspektasinya. Irawan (2012) mendefinisikan kepuasan sebagai persepsi terhadap produk atau jasa yang telah memenuhi harapannya.

Menurut Tjiptono (2012) pelayanan (*service*) bisa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama, yakni *service operations* yang kerap kali tidak tampak atau tidak diketahui keberadaannya oleh nasabah (*back office* atau *backstage*) dan *service delivery* yang biasanya tampak (*visible*) atau diketahui nasabah (sering disebut pula *front office* atau *frontstage*) (Rahmah, Citra Anita, 2020). Menurut Lovelock-Wright yang diterjemahkan oleh Tjiptono (2011) mengemukakan bahwa “Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan produk maupun jasa yang diharapkan atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.” Jasa akan diterima oleh konsumen apabila sesuai dengan yang diharapkan (Rohaeni, 2018).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lusiah *et al.* (2019) dan Normasari *et al.* (2013) yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan, jadi hal sekecil apapun yang diberikan oleh perusahaan dalam pelayanan tentunya akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dengan terus meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan tentunya akan menarik nasabah-nasabah lainnya untuk menerima pelayanan yang tinggi serta tentunya mendapatkan kepuasan yang tinggi. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut. H1 : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan

---

signifikan terhadap kepuasan pada Kantor Notaris dan PPAT Ni Kade Arini, SH., M.Kn Kabupaten Badung.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nalendra (2018) dan Rafiah (2019) yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dan positif antara kepuasan terhadap loyalitas. Untuk meningkatkan kepuasan, perusahaan perlu mengatur strategi pemasaran yang baik agar nasabah merasa nyaman dan tertarik menggunakan jasa tersebut. Apabila nasabah merasa kepuasannya terpenuhi, hal tersebut akan membatasi nasabah untuk menggunakan produk atau jasa lainnya. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut. H2 : Diduga kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Kantor Notaris dan PPAT Ni Kade Arini, SH., M.Kn Kabupaten Badung.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Atmaja (2018) dan Nuraeni *et al.* (2019) yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dan positif antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut. H3 : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Kantor Notaris dan PPAT Ni Kade Arini, SH., M.Kn Kabupaten Badung.

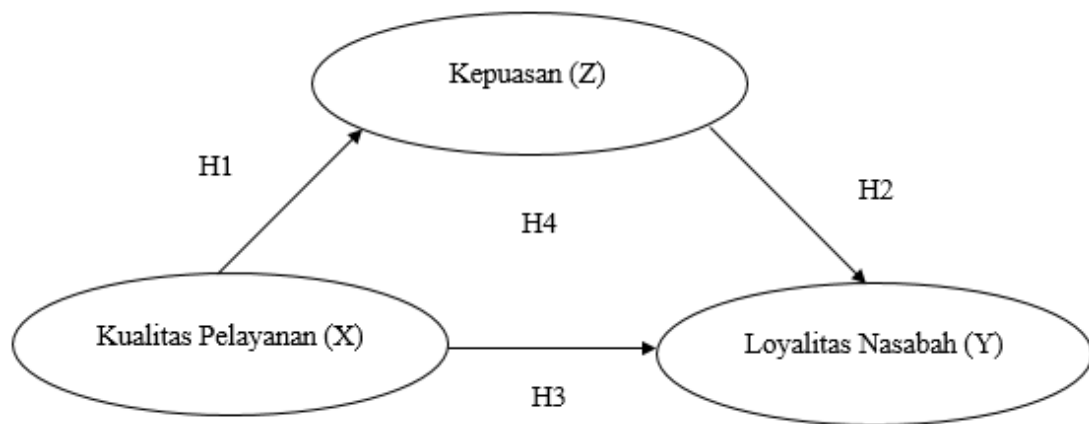
Menurut hasil penelitian Familiar & Maftukhah (2015) dan Handayani & Wijayanti (2018) yang menyatakan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tidak dapat berdiri sendiri namun harus didukung dengan adanya kepuasan nasabah yang harus dicapai oleh penyedia jasa. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut. H4 : Diduga kepuasan berpengaruh positif dan signifikan dalam memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Kantor Notaris dan PPAT Ni Kade Arini, SH., M.Kn Kabupaten Badung.

### **Metode Penelitian**

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yang dalam penelitian ini dirumuskan untuk mengetahui Peran Kepuasan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Kantor Notaris dan PPAT Ni Kade Arini, SH., M.Kn Kabupaten Badung. Penelitian ini dilakukan pada Kantor Notaris dan PPAT Ni Kade Arini, SH., M.Kn yang beralamat di Jalan Raya Mengwitani Nomor 20 A, Badung. Variabel penelitian dibedakan menjadi variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X), variabel terikat yaitu loyalitas nasabah (Y) dan variabel intervening yaitu kepuasan (Z).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah selama periode 2021 pada Kantor Notaris dan PPAT Ni Kade Arini, SH., M.Kn Kabupaten Badung sebanyak 632 nasabah. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin. Alasan peneliti menggunakan rumus tersebut karena populasi dalam penelitian ini sudah diketahui jumlahnya (Langgeng Ratnasari & Alivhia Thiyarara, 2020). Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus slovin maka

penelitian dalam responden ini yang digunakan disesuaikan menjadi 86 responden. Hal ini dilakukan agar memudahkan dalam perhitungan sampel (Pratiwi, 2020). Menurut Sugiyono (2016:85) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini antara lain responden berusia 18 tahun ke atas atau sudah menikah, yang dikatakan telah cakap hukum menurut Pasal 39 ayat (1) Undang-Undang Jabatan Notaris, responden merupakan nasabah yang pernah menerima pelayanan Kantor Notaris dan PPAT Ni Kade Arini, SH., M.Kn paling tidak sebanyak 2 kali dan Responden bersedia mengisi kuisioner penelitian. Untuk menjawab hipotesis yang telah diajukan digunakan analisis path.



**Gambar 1. Kerangka Berpikir**

## Hasil Penelitian dan Pembahasan

### Uji Instrumen Penelitian

Pengujian validitas dan reliabilitas masing-masing indikator variabel kepuasan, kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah sebagai instrumen diperoleh dari jawaban kuisioner sangatlah penting dilakukan untuk memperoleh hasil penelitian yang valid dan reliabel. Adapun hasil uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan terhadap instrumen penelitian dengan bantuan program SPSS *version 26.0 for Windows* dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

No	Variabel	Item Pertanyaan	Koefisien Korelasi	Keterangan
		X.1	0,911	Valid

		X.2	0,919	Valid
		X.3	0,742	Valid
		X.4	0,812	Valid
		X.5	0,752	Valid
		X.6	0,927	Valid
		X.7	0,906	Valid
		X.8	0,865	Valid
1	Kualitas pelayanan (X)	X.9	0,921	Valid
		X.10	0,921	Valid
		X.11	0,793	Valid
		X.12	0,718	Valid
		X.13	0,875	Valid
		X.14	0,921	Valid
		X.15	0,768	Valid
		X.16	0,731	Valid
		Z.1	0,937	Valid
		Z.2	0,925	Valid
		Z.3	0,839	Valid
2	Kepuasan (Z)	Z.4	0,944	Valid
		Z.5	0,925	Valid
		Z.6	0,947	Valid
		Z.7	0,933	Valid
		Z.8	0,877	Valid
		Z.9	0,927	Valid
		Z.10	0,900	Valid
		Y.1	0,842	Valid
		Y.2	0,817	Valid
		Y.3	0,779	Valid
3	Loyalitas nasabah (Y)	Y.4	0,937	Valid
		Y.5	0,915	Valid
		Y.6	0,900	Valid
		Y.7	0,890	Valid
		Y.8	0,920	Valid

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji instrument pada Tabel 1, dapat dilihat bahwa seluruh indikator variabel pada penelitian ini yaitu kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas nasabah valid karena memiliki nilai koefisien korelasi lebih dari r tabel 0,212.

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kualitas pelayanan (X)	0,973	Reliabel
2	Kepuasan (Z)	0,978	Reliabel
3	Loyalitas nasabah (Y)	0,956	Reliabel

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji realibilitas instrumen pada Tabel 2, dapat dilihat instrumen-instrumen variable pada penelitian ini yaitu kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas nasabah ini dikatakan reliabel karena masing-masing variabel memiliki nilai *alpha* lebih besar dari 0,60.

### Hasil Analisis Jalur (*Path Analysis*)

**Tabel 3. Hasil Analisis Struktur 1**

Variabel	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t hitung	Sig. uji t
	B	<i>Std. Error</i>	Beta		
(Constant)	4,540	2,772		1,638	0,105
Kualitas pelayanan	0,543	0,050	0,767	10,955	0,000
R Square: 0,588					

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil analisis jalur struktur 1 seperti yang disajikan pada Tabel 4.10, maka dapat dibuat persamaan struktural sebagai berikut :

$$Z = \beta_1 X + e_1$$

$$Z = 0,543X + e_1$$

Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,543 yang bernilai positif dan nilai signifikansi uji t kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel kepuasan.

Besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan yang ditunjukkan oleh nilai determinasi total (R Square) sebesar 0,588 mempunyai arti bahwa sebesar 58,8% variasi kepuasan dipengaruhi oleh variasi kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebesar (100% - 58,8%) = 41,2% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model.

**Tabel 4. Hasil Analisis Struktur 2**

Variabel	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t hitung	Sig. uji t
	B	<i>Std. Error</i>	Beta		
(Constant)	2,447	1,596		1,533	0,129
Kualitas pelayanan	0,234	0,044	0,456	5,345	0,000
Kepuasan	0,337	0,062	0,465	5,449	0,000
R Square: 0,751					

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil analisis struktur 2 seperti yang disajikan pada Tabel 4.11, maka dapat dibuat persamaan struktural sebagai berikut :

$$Y = \beta_2 X + \beta_3 Z + e_2$$

$$Y = 0,234X + 0,337Z + e_2$$

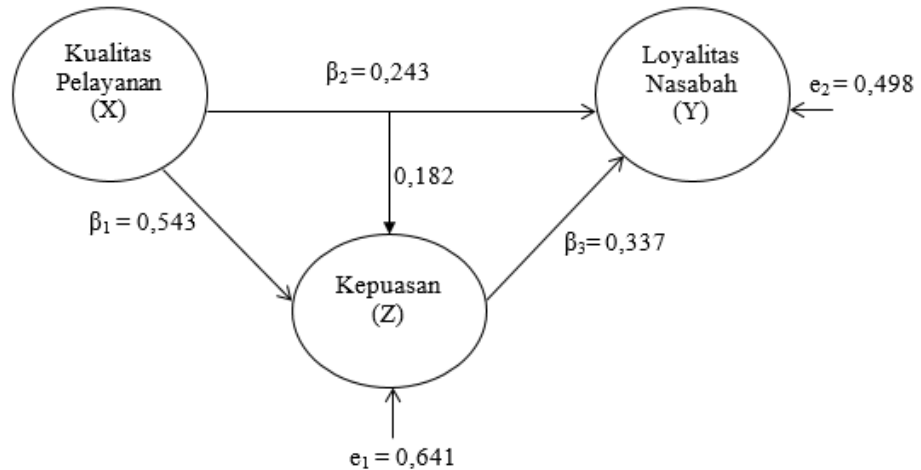
Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,234 yang bernilai positif dengan nilai signifikansi uji t kurang dari 0,05. Hal ini bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah.

Nilai koefisien regresi variabel kepuasan sebesar 0,337 yang bernilai positif dengan nilai signifikansi uji t kurang dari 0,05. Hal ini bahwa secara parsial variabel kepuasan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah.

Besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang ditunjukkan oleh nilai determinasi total (R Square) sebesar 0,751 mempunyai arti bahwa sebesar 75,1% variasi loyalitas nasabah dipengaruhi oleh variasi kualitas pelayanan dan kepuasan, sedangkan sisanya sebesar  $(100\% - 75,1\%) = 24,9\%$  dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model.

**Meringkas dan Menyimpulkan**

Hasil koefisien jalur pada hipotesis penelitian dapat digambarkan pada gambar berikut:



**Gambar 2. Model Diagram Jalur Akhir**

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan diagram jalur pada Gambar 2, maka dapat dihitung besarnya pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung serta pengaruh total antar variabel. Perhitungannya dirangkum dalam Tabel 5 sebagai berikut :

**Tabel 5 Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung serta Pengaruh Total Analisis Jalur Variabel Penelitian**

Pengaruh variabel	Pengaruh langsung	Pengaruh tidak langsung melalui Z	Pengaruh Total
X→Z	0,543		0,543
Z→Y	0,337		0,337
X→Y	0,234	0,182	0,416

Sumber : Data diolah, 2023

Pada Tabel 5 ditampilkan hasil ringkasan nilai masing-masing jalur pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel pada masing-masing persamaan struktural yang dihasilkan melalui teknik analisis jalur.

**Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan hasil pembahasan pada bab sebelumnya maka simpulan dari penelitian ini adalah 1) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan



terhadap kepuasan Kantor Notaris dan PPAT Ni Kade Arini, SH., M.Kn. 2) Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. 3) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. 4) Kualitas pelayanan berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan. Hal ini dapat nilai Z hitung sebesar 4,918, jika dibandingkan nilai nilai Z hitung  $4,918 > 1,96$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima.

### Daftar Pustaka

- Ambarwati, I. A. T., Kawiana, I. G. P., & Mahayasa, I. G. A. (2022). Mediasi Kepuasan Konsumen Pada Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pada PT Prisma ElektriKa Bali. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 2(3), 832-843.
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4941>
- Familiar, K., & Maftukhah, I. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, 4(4), 348–354.
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4941>
- Griffin, J. (2010). Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. In *Customer Loyalty*. Erlangga.
- Handayani, R., & Wijayanti, H. T. (2018). Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Home Industri Frozen Food). *Seminar Nasional Edusainstek FMIPA UNIMUS 2018*, 1–11.
- Irawan, H. (2012a). *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek*. PT. Salemba Empat Patria.
- Langgeng Ratnasari, S., & Alivhia Thiyarara, O. (2020). Pengaruh Hard Skill, Soft Skill, dan Pelatihan terhadap Produktivitas Pegawai Peserta Pelatihan. *Jurnal Bening*, 7(2), 221–232.
- Langgeng Ratnasari, S., & Alivhia Thiyarara, O. (2020). Pengaruh Hard Skill, Soft Skill, dan Pelatihan terhadap Produktivitas Pegawai Peserta Pelatihan. *Jurnal Bening*, 7(2), 221–232.
- Mahayasa, I. G. A., & Martayanti, N. M. P. (2020). Analysis Of The Influence Of Member's Commitment And Satisfaction On Loyalty Of Cooperative Members. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 2(1), 48-55.
- Ningsih, A. S., & Nurfarida, I. N. (2022). Efek kualitas layanan pada loyalitas pelanggan: peran mediasi kepuasan pelanggan. *MBR (Management and Business Review)*, 6(1), 81–90. <https://doi.org/10.21067/mbr.v6i1.6962>
- Nalendra, A. rangga A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan IM3 Madiun). *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer*, 3(2), 281–288.
- Normasari, S., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan Survei pada Tamu Pelanggan yang Menginap di Hotel Pelangi Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 1–9.
- Nuraeni, R., Eldine, A., & Muniroh, L. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4), 487–493.
- Pratiwi, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Bauran Pemasaran Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada McDonald's Di Kota Denpasar. *Jurnal Ekonomi*, 45–61.
- Rafiah, K. K. (2019). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Berbelanja melalui E-commerce di Indonesia. Al

- 
- Tijarah, 5(1), 46–56.
- Rahmah, Citra Anita, S. E. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda IDK 2 Medan*. 12(2), 30–44.
- Rohaeni, H. dan N. M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Ecodemica*, 2, 312–318. <https://doi.org/10.53978/jd.v5i1.45>
- Pratiwi, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Bauran Pemasaran Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada McDonald's Di Kota Denpasar. *Jurnal Ekonomi*, 45–61.
- Putri, I. W., & Suprpti, I. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Dengan Variabel Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Pada Wisata Petik Apel Kelompok Tani Makmur Abadi (Ktma). *Agriscience*, 1(1), 219–231. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i1.8004>
- Rahmah, Citra Anita, S. E. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda IDK 2 Medan*. 12(2), 30–44.
- Rohaeni, H. dan N. M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Ecodemica*, 2, 312–318. <https://doi.org/10.53978/jd.v5i1.45>
- Sugiharto, S., & Wijaya, R. A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Di Kafe One Eighteenth, Siwalankerto–Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 11. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/10194>
- Wahyudi, R., & Budiarti, A. (2019). Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen di Mediasi Kepuasan Konsumen Jasa Pengiriman PT Pos Indonesia (PERSERO). *Jurnal Ilmu Dan Riset Management*, 1–22.