

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dimediasi Kepuasan Konsumen

I Dewa Made Tri Nugraha(1)

I Wayan Suartina(2)

Ni Luh Adisti Abiyoga Wulandari(3)

(1)(2)(3)Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia
email: dewanugraha0211@gmail.com

ABSTRACT

Customer loyalty is a loyal feeling that customers have to continue using the products or services offered. The purpose of this study was to find out how the influence of service quality on customer satisfaction and loyalty. This research was conducted at PT. Beautiful Bali Star. The number of samples taken was 100 respondents. Data collection techniques are observation, interviews, documentation, literature and questionnaires. The research instrument test uses validity and reliability tests. While the data analysis technique is by path analysis and sobel test. The test results show that service quality has a positive and significant effect on consumer loyalty at PT. Beautiful Bali Star. Based on a sig value of 0.000. Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction at PT. Beautiful Bali Star. Based on a sig value of 0.000. Consumer satisfaction has a positive and significant effect on consumer loyalty at PT. Beautiful Bali Star. Based on a sig value of 0.002. Consumer satisfaction is able to mediate the effect of service quality on consumer loyalty at PT. Beautiful Bali Star. Based on Zcount value (2.06) > Z table (1.98). The suggestion of this research is that it is hoped that the company will emphasize more so that employees pay attention to appearance so that consumers are comfortable when dealing face to face. the company should pay more attention to how to handle consumer complaints so that consumer satisfaction is maintained. the company should provide more value, especially in terms of price so that consumers do not turn to competing companies.

Keywords: Service Quality; Satisfaction; Loyalty

ABSTRAK

Loyalitas pelanggan adalah perasaan setia yang dimiliki pelanggan untuk tetap menggunakan produk ataupun jasa yang ditawarkan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini dilakukan di PT. Bintang Bali Indah. Jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan datanya adalah observasi, wawancara, dokumentasi, kepustakaan dan angket. Uji instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Sedangkan teknik analisis datanya adalah dengan *path analisis* dan uji sobel. Hasil pengujian menunjukkan Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada PT. Bintang Bali Indah. Berdasarkan nilai sig sebesar 0,000. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Bintang Bali Indah. Berdasarkan nilai sig sebesar 0,000. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada PT. Bintang Bali Indah. Berdasarkan nilai sig sebesar 0,002. Kepuasan konsumen mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada PT. Bintang Bali Indah. Berdasarkan nilai Z_{hitung} (2,06) > Z_{tabel} (1,98). Saran penelitian ini diharapkan pihak

perusahaan lebih menekankan agar karyawan memperhatikan penampilan agar konsumen nyaman ketika berhadapan langsung. pihak perusahaan sebaiknya memperhatikan lagi bagaimana cara menangani keluhan konsumen agar kepuasan konsumen terjaga. sebaiknya pihak perusahaan memberikan nilai lebih terutama dalam segi harga agar konsumen tidak berpaling ke perusahaan pesaing.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan; Kepuasan; Loyalitas

Pendahuluan

Loyalitas konsumen didefinisikan sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai (Kotler dan Keller, 2018:134). Loyalitas konsumen merupakan konsistensi pembelian ulang secara periodik dan terus-menerus dalam jangka waktu yang lama karena adanya ketertarikan konsumen terhadap sebuah produk ataupun merek (Ishak dan Luthfi, 2017). Menurut Oliver (2018) loyalitas adalah komitmen konsumen bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten pada masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Loyalitas konsumen bentuknya beragam dan tidak bisa disamaratakan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah kualitas pelayanan. Menurut Arianto (2018:83) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan konsumen. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2016:143) kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan. Menurut Kasmir (2017:47) kualitas pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen ataupun karyawan. Konsumen yang mendapatkan pelayanan yang baik dan sesuai harapan akan merasa puas dan membuat mereka memiliki loyalitas terhadap produk ataupun jasa yang ditawarkan perusahaan.

Penelitian yang dilakukan Regata (2019) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Sejalan dengan penelitian Alfian (2020) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas. Penelitian lain oleh Hidayat (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Selain kualitas pelayanan, faktor lain yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah kepuasan. Setiap konsumen memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda. Menurut Kotler (2018:35), konsumen bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau

kinerja dibawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa tetapi kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasakan sangat puas senang atau gembira. Menurut Oliver(2018) kepuasan konsumen merupakan evaluasi terhadap surprise yang inheren atau melekat pada pemerolehan produk dan/atau pengalaman konsumsi. Churchill & Suprenant (2017) merumuskan kepuasan konsumen sebagai hasil pembelian dan pemakaian yang didapatkan dari perbandingan antara reward dan biasa pembelian dengan konsekuensi yang diantisipasi sebelumnya. Day (2017) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai penilaian evaluatif purnabeli spesifik. Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang memiliki peranan penting dalam bisnis. Kepuasan konsumen merupakan tonggak utama dalam keberhasilan suatu perusahaan. Konsumen yang puas akan mampu menumbuhkan loyalitas pada perusahaan yang bersangkutan.

Penelitian ini dilakukan di PT. Bintang Bali Indah. PT. Bintang Bali Indah merupakan distributor terkemuka di Bali, dengan menjadi pelopor distribusi minuman bermerek nasional dan internasional sejak dekade 70-an, dimulai dari Kota Denpasar. PT. Bintang Bali Indah terus memperluas pasar sampai ke Nusa Tenggara Barat. Saat ini PT. Bintang Bali Indah mempunyai lokasi penjualan dan gudang di Denpasar, Singaraja, Negara, Klungkung, Nusa Dua dan Mataram. PT. Bintang Bali Indah merupakan mitra PT Multi Bintang Indonesia dalam mengembangkan distribusi dan pemasaran Produk Bir Bintang di Bali dan Lombok. Selain Bir Bintang, produk lainnya adalah Heineken, Bintang Zero, Green Sand, Recharge dan minuman Soda dimana jenis minuman bersoda yang ada di PT. Bintang Bali Indah hanya satu jenis yaitu merek Zoda. Tentu untuk dapat bertahan perusahaan memerlukan konsumen yang loyal untuk terus membeli produknya. Dengan adanya konsumen yang loyal diharapkan penjualan produk akan dapat meningkat dari waktu ke waktu seiring bertambahnya konsumen baru. Dan yang dimaksud konsumen adalah toko atau customer yang sudah teregister di PT. Bintang Bali Indah dan masuk dalam jadwal kunjungan tim salesman.

Dari data yang didapat hasil penjualan minuman jenis soda PT. Bintang Bali Indah selama tahun 2022 hanya tiga kali mencapai target yaitu di bulan Januari, Juni dan Desember. Dan secara keseluruhan pada tahun 2022 PT. Bintang Bali Indah hanya mampu mencapai mencapai target penjualan sebesar 96 persen. Ini berbanding terbalik dengan minuman beralkohol yang hampir selalu mampu mencapai dan melampaui target yang ditetapkan. Dari hasil wawancara awal dengan konsumen PT. Bintang Bali Indah yang ditemui diketahui permasalahan terkait kualitas pelayanan adalah kurangnya daya tanggap yang dimiliki karyawan PT. Bintang Bali Indah terutama dalam menanggapi pesanan yang telah diminta konsumen. Kadangkala pihak PT. Bintang Bali Indah menunggu pesanan lain masuk terlebih dahulu agar dapat mengirimkan produk secara bersamaan

sehingga konsumen yang memesan lebih awal harus menunggu dahulu atau mengambil sendiri produk yang akan di beli ke gudang. Dari segi jaminan, untuk beberapa produk yang kurang populer pihak PT. Bintang Bali Indah kurang mampu memberi jaminan kapan produk tersebut tersedia kembali sehingga konsumen seringkali beralih ke distributor lain untuk membelinya. Permasalahan mengenai kualitas pelayanan inilah yang berimbas pada turunnya kepuasan konsumen sehingga mengakibatkan loyalitas berkurang.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka hipotesis yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah, H1: Diduga bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada PT. Bintang Bali Indah, H2: Diduga bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Bintang Bali Indah, H3: Diduga bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada PT. Bintang Bali Indah, H4: Diduga kepuasan konsumen memiliki peran dalam memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada PT. Bintang Bali Indah

Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2021) penelitian ini pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif. Analisis yang digunakan adalah analisis statistik dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Penelitian ini dilakukan pada PT. Bintang Bali Indah yang terletak pada Jalan Raya Sempidi No.2, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung, Bali 80351. Variable penelitian yang digunakan ada tiga jenis, yaitu variabel independen yaitu kualitas pelayanan, variabel mediasi yaitu kepuasan konsumen dan variabel dependen yaitu loyalitas konsumen.

Menurut sugiyono, (2018) populasi merupakan generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian hari ditarik kesimpulannya. Populasi yang menjadi objek penelitian ini adalah konsumen PT. Bintang Bali Indah yang tidak dapat ditentukan jumlahnya. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive random sampling yaitu konsumen yang ditemu dijadikan sampel penelitian setelah dimintai kesediaanya terlebih dahulu. Jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 orang responden sebagai sampel penelitian.

Data dikumpulkan dengan metode observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuisioner dengan skala linkert. Menurut (Sugiyono, 2018) “skala likert digunakan dengan lima pilihan jawaban yang terdiri atas Jawaban sangat setuju diberi skor 5, jawaban setuju diberi skor 4, jawaban kurang setuju diberi skor 3, jawaban tidak setuju diberi skor 2, dan jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1”.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Menurut Sugiyono (2019:136) Proses pengembangan instrumen penelitian terdiri dari dua bagian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas yang digunakan untuk menguji tiap item pernyataan yang terdapat pada kuisioner yang dibuat oleh peneliti. Apabila item pernyataan sudah valid dan reliabel maka item pernyataan pada kuisioner tersebut sudah bisa digunakan untuk mengumpulkan data.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item Pertanyaan	Koefisien Korelasi	Keterangan
1	Kualitas pelayanan	1	0,844	Valid
		2	0,936	Valid
		3	0,837	Valid
		4	0,908	Valid
		5	0,948	Valid
		6	0,948	Valid
		7	0,849	Valid
		8	0,880	Valid
		9	0,928	Valid
		10	0,892	Valid
2	Kepuasan konsumen	1	0,712	Valid
		2	0,871	Valid
		3	0,827	Valid
		4	0,785	Valid
		5	0,843	Valid
		6	0,871	Valid
3	Loyalitas konsumen	1	0,776	Valid
		2	0,864	Valid
		3	0,916	Valid
		4	0,797	Valid
		5	0,917	Valid
		6	0,772	Valid

Sumber : data diolah (2022)

Pada hasil pemaparan tabel, maka dapat menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian yang digunakan adalah valid karena memiliki koefisien korelasi lebih besar dari 0,3. Dengan demikian variabel penelitian tersebut dapat digunakan untuk analisis statistik lebih lanjut.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Koefisien Reliabilitas	Keterangan
1	Kualitas pelayanan	0,971	Reliabel
2	Kepuasan konsumen	0,893	Reliabel
3	Loyalitas konsumen	0,914	Reliabel

Sumber : data diolah (2022)

Pada hasil pemaparan tabel maka dapat menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian yang digunakan adalah reliabel, karena memiliki koefisien reliabilitas (*alpha cronbach*) lebih besar dari 0,6. Dengan demikian variabel penelitian tersebut dapat digunakan untuk analisis statistik lebih lanjut.

Tabel 3. Coefficients Substruktur 1 (Model 1)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	,398 ^a	,158	,150	3,02819

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	16,108	1,837		8,769	,000
	kualitas pelayanan	,199	,046	,398	4,295	,000

Sumber : data diolah (2022)

Tabel 4. Coefficients Substruktur 2 (Model 2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	,624 ^a	,390	,377	3,04538

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5,732	2,468		2,322	,022
	kualitas pelayanan	,272	,051	,462	5,347	,000
	Kepuasan	,322	,102	,274	3,167	,002

Sumber : data diolah (2022)

Tabel 5. Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung dan Pengaruh Total

Variabel			Pengaruh langsung	Pengaruh Tidak langsung	Pengaruh Total
Kualitas pelayanan	→	Kepuasan konsumen	0,398	-	0,398
Kualitas pelayanan	→	Loyalitas konsumen	0,462	0,126	0,588
Kepuasan konsumen	→	Loyalitas konsumen	0,274	-	0,274

Sumber : data diolah (2022)

Dari tabel 4.9 diatas diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,398 dan kepuasan konsumen berpengaruh langsung loyalitas konsumen sebesar 0,274. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen sebesar 0,462 dan ketika melalui variabel mediasi (kepuasan konsumen) pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen menjadi 0,588 atau meningkat sebesar 0,126.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka disimpulkan sebagai berikut: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada PT. Bintang Bali Indah. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai β sebesar 0,462 dan taraf signifikansi

penelitian untuk variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan kata lain semakin baik kualitas pelayanan yang diterapkan maka akan semakin baik juga loyalitas konsumen pada PT. Bintang Bali Indah. Hasil ini sekaligus menjawab hipotesis pertama penelitian ini.

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Bintang Bali Indah. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai β sebesar 0,398 dan taraf signifikansi penelitian untuk variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan kata lain semakin baik penerapan kualitas pelayanan akan semakin membuat kepuasan konsumen semakin baik pada PT. Bintang Bali Indah. Hasil ini sekaligus menjawab hipotesis kedua penelitian ini.

Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada PT. Bintang Bali Indah. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai β sebesar 0,274 dan taraf signifikansi penelitian untuk variabel kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan kata lain semakin baik kepuasan konsumen dapat semakin meningkatkan loyalitas konsumen pada PT. Bintang Bali Indah. Hasil ini sekaligus menjawab hipotesis ketiga penelitian ini.

Kepuasan konsumen mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada PT. Bintang Bali Indah. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh $Z_{hitung} (2,06) > Z_{tabel} (1,98)$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan kata lain kepuasan konsumen mampu memediasi hubungan kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen. Kepuasan konsumen merupakan variabel mediasi sebagian karena pengaruhnya sebagai variabel mediasi lebih kecil dari pengaruh hubungan langsung. Hasil ini sekaligus menjawab hipotesis keempat penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Birgelen, Marcel Van, Ko de Ruyter dan Wetzels, M. (2018). "The Impact of Incomplete Information on the Use of Marketing Research Intelligence in International Service Settings". *Journal of Service Research*. Vol. 2, No. 4.
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa.
- Dewi dan Dkk. 2018. Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas konsumen Nasabah PT BPR Hoki Di Kabupaten Tabanan. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* Vol.3
- Delgado, E., Muneura, J.L. and Yague, M.J. 2018. Development And a Validation Brand Trust Scale, *International Journal Of Market Research*, Vol 45 No. 1, pp. 35-54.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas konsumen Konsumen*. Bandung: ALFABETHA.
- Jimanto, Riswanto Budiono dan Kunto, Yohanes Sondang. 2018. Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas konsumen Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening

- Pada Ritel Bioskop The Premiere Surabaya; *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2, No. 1, Suarabaya*. Program Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra.
- Kartajaya, Hermawan. 2016. *Hermawan Kartajaya on Targeting*. Mizan: Bandung
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management. Edisi 14*. Boston: Pearson Education.
- Lupiyoadi, Rambat. 2018. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mauludin, Hanif. 2010. *Marketing Research: Panduan Bagi Manajer, Pimpinan Perusahaan Organisasi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Mubasher, Ferwa, et al. (2018). "Employee Religiosity: Impack on Job Stress and Job Satisfaction", *New Horizon*, vol. 9, no. 2, pp 1-28.
- Musanto, Trisno. 2004. "Faktor –Faktor Kepuasan konsumen dan Loyalitas konsumen: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya," *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol.6, No.2,
- Nugroho, Adi Wahyu dan Budi Sudaryanto, 2018. "pengaruh kinerja layanan, kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman barang". *Journal of management*, Vol 2, No. 3.
- Normasari, Selvydkk.2018. "Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen, Citra Perusahaan dan Loyalitas konsumen Survei pada Tamu Konsumen yang Menginap di Hotel Pelangi Malang". *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 6 No. 2 Desember 2018.
- Oliver, R. L. 2018. *Satisfaction : A Behavioral Perspective on The Cunsomer. 2nd Edition*. New York. M. E Sharpe, Inc
- Parasuraman., 2018., *The Behaviorial Consequenses of Service Quality*. New Jersey : Prentince Hall.
- Pramana, Yogi; Rastini, Made 2016. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah dan loyalitas konsumen nasabah bank mandiri cab. Veteran Denpasar Bali. *Skripsi Sarjana Jurusan Manajemen* pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali.
- Pratiwi, Dinar Ika. 2010. "Analisis Pengaruh Harapan Konsumen, Kualitas Produk, Kepuasan konsumen Terhadap Loyalitas konsumen Internet Flash Unlimited di Semarang". *Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Putri, Rosita Widya. 2015. Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas konsumen (Survey Pada Konsumen Auto 2000 Waru Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)| Vol. 1 No. 1 Januari 2015*
- Putro, dkk. 2018. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan konsumen dan Loyalitas konsumen Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya". *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol.2, No.1, hal. 1-9
- Roesdian Bayu Ardiyanto (2018) Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas konsumen Nasabah Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Nasabah Pada Bank BRI Syariah Surakarta. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Sangadji, E.M., dan Sopiha. 2018. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Septianita, Winda, dkk. 2018. Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas pelayanan Rail Ticketing System (RTS) terhadap Kepuasan Pengguna. *E-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, Volume 1 (1) : 53-56 : Universitas Jember.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Tjiptono. 2018. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta. Andi
- Tjiptono dan Gregorius chandra. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Umar, Husein. 2002. *Metodologi Penelitian Aplikasi dalam pemasaran. edisi II*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Widjojo, Paulus Ongko .2018. Pengaruh Persepsi Nilai Konsumen dan Kepuasan konsumen Terhadap Loyalitas konsumen Konsumen Hypermart Pakuwon Trade Center di Surabaya).*Jurnal Kajian Ilmiah Manajemendan bisnis*.Vol 2, No 4 (2018).
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. 2016. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*6thed. Mc.Graw-Hill. Boston.