

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen

Ni Komang Juliantari⁽¹⁾

Gede Agus Dian Maha Yoga⁽²⁾

⁽¹⁾⁽²⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis, dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia
e-mail: juliantarikm33@gmail.com

ABSTRACT

This inquire about points to decide the impact of benefit quality on devotion through buyer fulfillment as a interceding variable on CV. Hanoman Cafe Ubud. The populace in this inquire about is all customers at CV. Hanoman Kafe Ubud in 2022. The test within the think about was 85 individuals decided employing a purposive inspecting strategy. The information investigation methods utilized in this inquire about are Legitimacy Test, Unwavering quality Test, Legitimacy Test and Sobel Test. From the investigate comes about it can be seen that: (1) Benefit quality features a positive and critical impact on buyer loyalty (2) Benefit quality features a positive and noteworthy impact on shopper fulfillment (3) Client fulfillment contains a positive and critical impact on shopper dependability. (4) Fulfillment intervenes the effect of benefit quality on shopper devotion. Recommendations that analysts can allow are CV. Within the future, Hanoman Kafe Ubud must make a more extensive stopping zone for its clients so that customers don't have trouble when stopping and they are comfortable when shopping at CV. Hanoman Cafe Ubud.

Keywords: *service quality; satisfaction; loyalty*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi pada CV. Hanoman Kafe Ubud. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pada CV. Hanoman Kafe Ubud tahun 2022. Sampel dalam penelitian 85 orang yang ditentukan dengan teknik *purposive sampling*. "Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Validitas dan Uji Sobel. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa : (1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Konsumen (2) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (3) Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen (4) Kepuasan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Saran yang dapat diberikan peneliti adalah CV. Hanoman Kafe Ubud kedepannya harus membuat areal parkir yang lebih luas untuk konsumennya sehingga konsumen tidak kesulitan saat akan parkir dan mereka nyaman ketika berbelanja pada CV. Hanoman Kafe Ubud".

Kata kunci: *kualitas pelayanan; kepuasan; loyalitas*

Pendahuluan

Penelitian ini dilakukan selama perjalanan hidup. Kafe Hanoman Ubud. Jalan Hanoman No. 44 Padang Tegal Sebuah restoran di Ubud dengan konsep makanan sehat. melanjutkan. Kafe Hanoman didirikan pada tahun 2004. Lokasi ini dipilih karena loyalitas pelanggan yang menurun akibat ketidakpuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan.

Penurunan loyalitas konsumen ditandai dengan realisasi hasil yang tidak dapat dicapai sepanjang hidup. Hanoman Cafe Ubud adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Data Target dan Realisasi CV. Hanoman Kafe Ubud Tahun 2020 – 2022

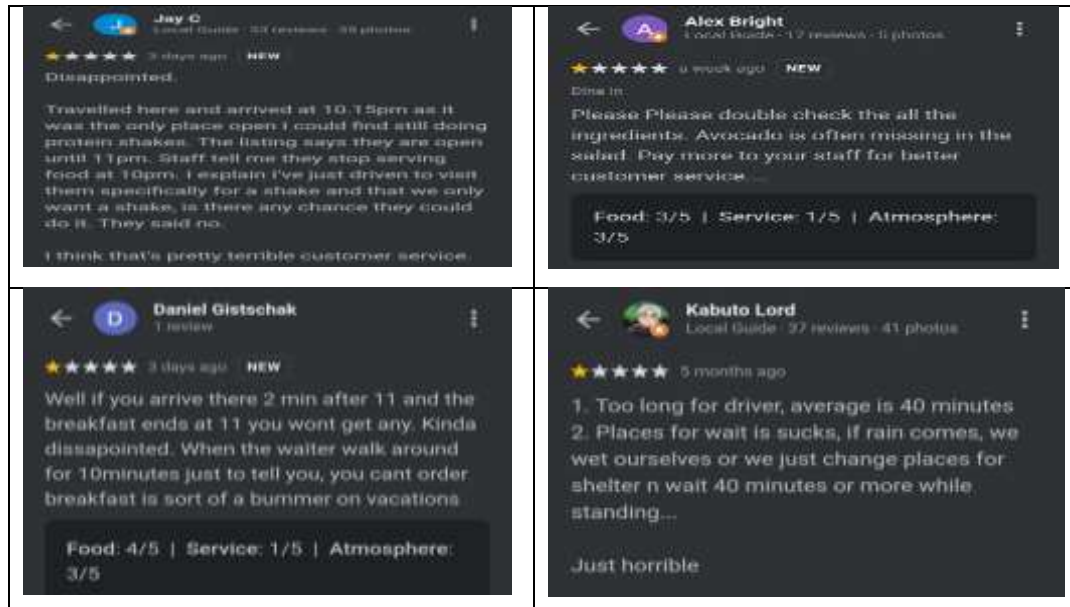
Tahun	Target (Rupiah)	Realisasi Pencapaian (Rupiah)
2020	700.000.000	741.032.942
2021	900.000.000	801.797.643
2022	1.000.000.000	997.816.000.

Sumber: CV. Hanoman Kafe Ubud, 2020 - 2022

Data di atas menunjukkan bahwa pencapaian kesuksesan terjadi melalui resume. Meski Hanoman Cafe Ubud terus berkembang, namun belum mencapai tujuan yang ditetapkan oleh tim manajemen. Jumlah target yang ditetapkan oleh manajemen disesuaikan setiap tahun untuk mencerminkan pedoman pemerintah mengenai peraturan restoran dan jam buka, dan terus berubah seiring dengan penyebaran pandemi virus corona. Pada tahun 2020, pemerintah menetapkan kawasan Ubud sebagai Zona Hijau, di mana Anda dapat bersantap dengan aman di tempat, meski dengan kapasitas dan jam kerja terbatas. Pada bulan Juni 2020, pemerintah menetapkan aturan era new normal dan target tahun 2020 ditetapkan sebesar Rp 700 juta, CV. Hanoman Cafe Ubud melakukan hal itu. Pada Oktober 2021, pemerintah setuju untuk melanjutkan operasi penerbangan internasional untuk merevitalisasi pariwisata di Bali. Kemudian tibalah akhir tahun dan Natal, ketika masyarakat kembali terbiasa makan dan minum di luar ruangan. Target yang dipatok manajemen pun dinaikkan menjadi Rp. 900 juta. Meski target tersebut tidak tercapai pada tahun 2021, namun pada tahun berikutnya manajemen kembali menaikkan target yang ditetapkan untuk karyawan menjadi Rp 1 miliar. Para pemilik bisnis mengambil tindakan ini bukan karena alasan yang baik, namun karena mereka melihat antusiasme yang besar di kalangan konsumen untuk memulai gaya hidup sehat dalam menghadapi kasus virus baru. Peraturan semakin dilonggarkan sehingga kapasitas layanan bisa dimaksimalkan meski jumlah konsumen masih berfluktuasi. Konsumen yang jumlahnya tidak dapat ditentukan dan jumlah pelanggan tetap yang datang ke CV. Hanoman Cafe Ubud menunjukkan loyalitas konsumen yang masih rendah. Adapun jumlah resume yang terjual. Meski Hanoman Cafe Ubud mendapat rating tinggi, namun hal tersebut tidak menjamin konsumen akan selalu setia terhadap CV. Hanoman Cafe Ubud untuk membandingkan pelayanan dan dukungan yang diharapkan konsumen.

Berdasarkan beberapa review konsumen yang ditemukan peneliti Google Ratings, kualitas pelayanan yang diberikan oleh petugas dinilai kurang memuaskan karena adanya keluhan konsumen seperti: Misalnya saja waktu tunggu makanan yang terlalu lama, makanan yang disajikan kurang segar, atau suasana kafe yang terlalu pengap karena antrian yang panjang

membuat jumlah pengunjung menjadi banyak. Kepuasan konsumen dapat diukur dari kualitas pelayanan yang diberikan. Buruknya kualitas pelayanan disebabkan konsumen kehilangan sikap positif terhadap resume akibat beberapa keluhan konsumen. Saya pergi ke Hanoman Cafe Ubud dan merasa tidak puas. Hal ini dibuktikan dengan hasil review resume konsumen Google. Hanoman Cafe Ubud adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Keluhan Konsumen

Sumber : Google Rating (2022)

Dari diagram diatas terlihat adanya keluhan konsumen terhadap pelayanan CV. Kafe Hanoman Ubud. Hal ini menyebabkan ketidakpuasan konsumen terhadap resume. Hanoman Cafe Ubud menyebabkan penurunan loyalitas konsumen CV. Kafe Hanoman Ubud. Penulis tertarik untuk menamai penelitiannya karena permasalahan yang dihadapi dalam bidang tersebut.

Ketika konsumen menerima kualitas layanan yang lebih tinggi atas uang yang mereka keluarkan, mereka yakin bahwa mereka mendapatkan nilai yang baik dan menjadi lebih loyal. Konsumen juga dapat menarik kesimpulan mengenai kualitas pelayanan dengan mengevaluasi lokasi, lokasi, orang, peralatan, sarana komunikasi, dan harga sebelum memutuskan untuk membeli lagi di kemudian hari. Kualitas pelayanan memungkinkan konsumen mengembangkan hubungan yang kuat dengan supermarket. Kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen. Hal ini sejalan dengan temuan Martin & Hamali (2020) dan Putri et al. (2021) menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas. Berdasarkan hal tersebut maka dibuat hipotesis, H1 : diduga bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada CV. Hanoman Kafe Ubud.

Pelayanan yang berkualitas pada suatu perusahaan menciptakan kepuasan konsumen. Setelah konsumen puas dengan produk dan jasa yang diterimanya, mereka membandingkan jasa yang ditawarkan. Ketika konsumen benar-benar puas, mereka akan membeli lagi dan merekomendasikan orang lain untuk berbelanja di sana. Oleh karena itu, perusahaan perlu mulai berpikir lebih matang mengenai pentingnya pelayanan pelanggan melalui kualitas pelayanan, seiring dengan semakin disadari bahwa kepuasan pelanggan merupakan aspek penting untuk bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Hal ini sesuai dengan temuan (Paputungan et al., 2021) dan (Nggaur, 2018), kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis, H2 : diduga bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV. Hanoman Kafe Ubud.

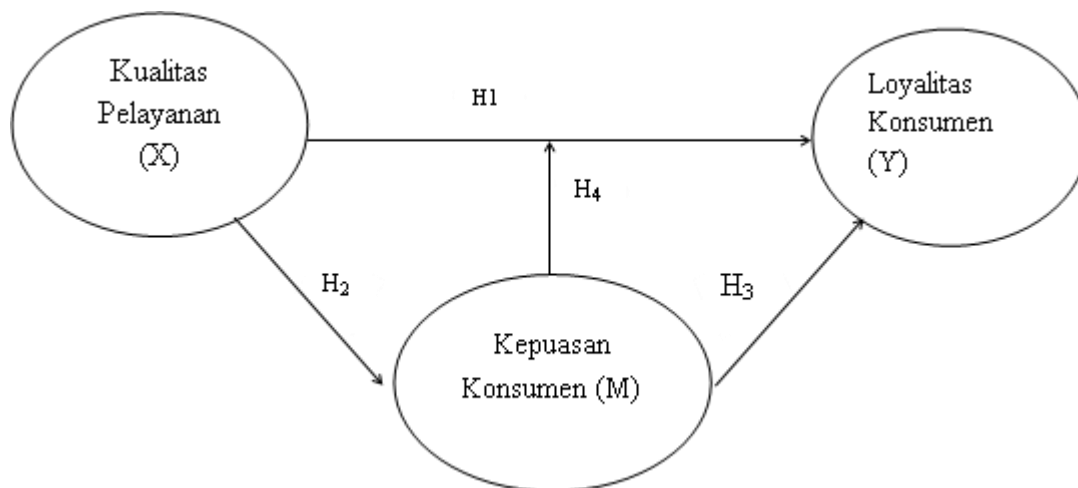
Loyalitas konsumen merupakan dampak akhir dari suatu pembelian dan dapat diartikan sebagai suatu sikap atau niat untuk berperilaku serupa di masa yang akan datang, misalnya melalui janji untuk membeli lagi dari suatu perusahaan pada saat produk tersebut dibutuhkan. Komitmen untuk merekomendasikan produk kepada orang lain dengan mengatakan hal-hal positif tentang perusahaan dan bersedia membayar lebih dari harga normal. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen memberikan kontribusi atau pengaruh terhadap keberhasilan suatu perusahaan secara linier. Keberhasilan suatu perusahaan juga dipengaruhi oleh loyalitas konsumen dalam membeli produknya. Mereka akan membeli produk tersebut berulang kali sehingga meningkatkan keuntungan perusahaan. Ketika kepuasan konsumen mencapai puncaknya, mereka justru menjadi loyal. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian (Susanti & Ekazaputri, 2018) yang menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis H3 : diduga bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada CV. Hanoman Kafe Ubud.

Loyalitas pelanggan dapat dicapai dengan banyak cara. Selain variabel fundamental, terdapat pula variabel mediasi atau mediasi. Misalnya, sebagian orang lebih memilih restoran A daripada restoran B karena restoran A memberikan pelayanan yang lebih baik dan memenuhi harapan pelanggan. Oleh karena itu, terciptalah perasaan loyalitas terhadap restoran tersebut. Loyalitas adalah komitmen mendalam untuk mengulangi suatu pola preferensi produk atau jasa di masa depan, bahkan ketika faktor situasional dan upaya pemasaran mempengaruhi merek yang sama. Hal ini mengakibatkan pembelian berulang terhadap seri merek yang sama. Sesuatu yang mungkin memicu suatu tindakan. Perubahan merek. Pelanggan cenderung tetap loyal terhadap merek karena terdapat hambatan yang tinggi untuk berpindah merek karena faktor teknis,

ekonomi, dan psikologis. Di satu sisi, pelanggan dapat mempertahankan loyalitas terhadap penyedia produk dan ingin melanjutkan hubungannya dengan penyedia produk atau layanan (Aryamti & Suyanto, 2019). Hal ini sesuai dengan temuan (Nggaur, 2018) bahwa kepuasan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas. Berdasarkan hasil tersebut, diajukan hipotesis, H4 : diduga bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas dimediasi oleh kepuasan konsumen pada CV. Hanoman Kafe Ubud.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di CV. Kafe Hanoman Ubud. Penelitian ini dilakukan di CV. Hanoman Kafe Ubud karena kafe ini lokasinya sangat strategis. Selain itu, permasalahan loyalitas konsumen tercermin dari ditemukannya ketidakkonsistenan penyampaian layanan dan berbagai keluhan konsumen mengenai kualitas layanan di CV. Setiap tahunnya, Hanoman Cafe Ubud menjadi sebuah fenomena yang patut untuk dieksplorasi lebih lanjut. "Populasi dalam penelitian ini tidak dapat menentukan secara pasti berapa jumlah orang yang akan dijadikan sampel, oleh karena itu populasi ini tergolong populasi tak terhingga. Populasi dalam penelitian ini seluruhnya adalah pengguna CV. Kafe Hanoman Ubud. Rumus rambut dapat digunakan karena jumlah sampel penelitian yang dapat diperoleh dari populasi tersebut tidak diketahui (tak terhingga). Menurut Hare dkk (2018), seluruh indikator penelitian dikalikan 5 sampai 10". Oleh karena itu, sampel penelitian ini berjumlah 85 responden, dan data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan teknik analisis jalur. Alasan penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber : Martin & Hamali (2020);Papatungan dkk (2021); Susanti & Ekazaputri (2018); Aryamti & Suyanto (2019)

Hasil Penelitian dan Pembahasan.

Dalam penelitian ini data lolos uji validitas dan reliabilitas. Hal ini terlihat dari koefisien korelasi yang diperoleh lebih besar dari 0,30 dan nilai alpha lebih besar dari 0,60. Penelitian ini menggunakan teknik analisis jalur untuk menguji data. Analisis jalur merupakan perpanjangan dari analisis regresi linier berganda untuk menguji hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Langkah-langkah melakukan teknik analisis jalur adalah sebagai berikut: Berdasarkan hasil Structural Path Analysis 1, kita dapat menyusun persamaan struktural berikut. $Y_1 = \beta_1 X + e_1$ $Y_1 = 0,571$ uji-t kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen dinyatakan dengan nilai judgement keseluruhan (R squared) sebesar 0,389 yang berarti 38,9% variasi kepuasan dipengaruhi oleh variasi kualitas pelayanan. Sisanya $(100\% - 38,9\%) = 61,1\%$ dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model.

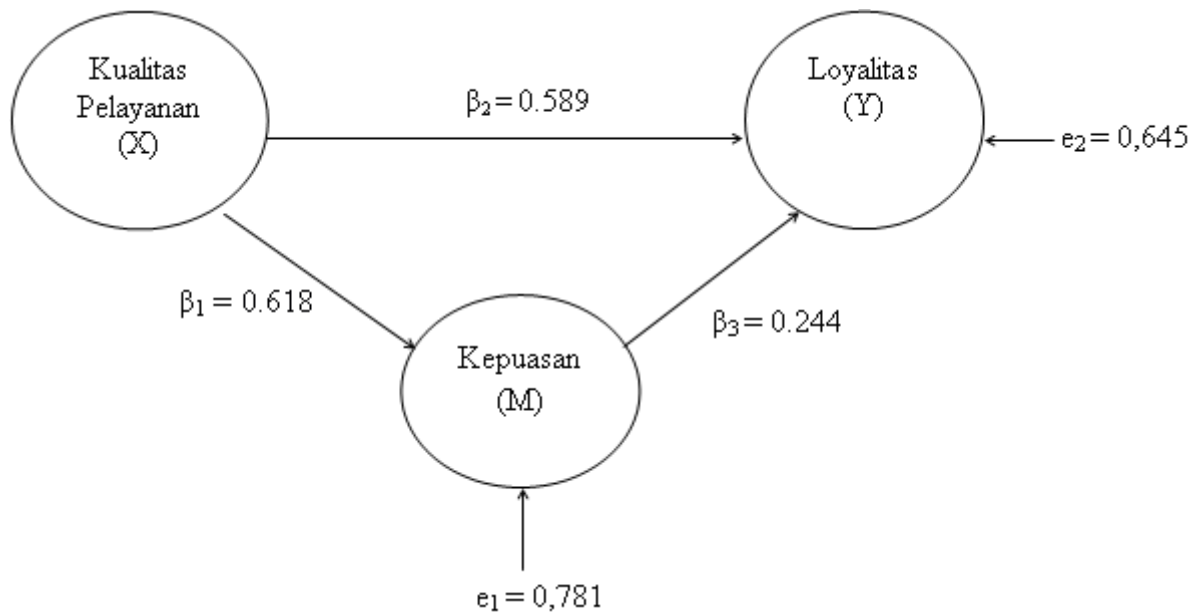
Berdasarkan hasil analisis struktur 2 dapat dibuat persamaan struktural sebagai berikut :

$$Y_2 = \beta_2 X + \beta_3 Y_1 + e_2$$

$$Y_2 = 0,589X + 0,244Y_1 + e_2$$

Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan dan kepuasan bernilai positif jika nilai signifikansi uji t kurang dari 0,05. Artinya, secara parsial variabel kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen. Besar kecilnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen ditunjukkan dengan nilai total determinasi (R-squared) sebesar 0,583, artinya 58,3% variasi loyalitas dipengaruhi oleh variasi kualitas pelayanan dan kepuasan, sedangkan sisanya . adalah $(100\% - 58,3\% = 41,7\%)$ dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak ada dalam model".

Nilai determinasi total sebesar 0,746 mempunyai arti bahwa sebesar 74,6% variasi loyalitas konsumen dipengaruhi oleh variasi kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen sedangkan sisanya sebesar 25,4% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model. Hasil koefisien jalur pada hipotesis penelitian dapat digambarkan pada Gambar 4.2 berikut



Gambar 3. Model Diagram Jalur Akhir

Berdasarkan diagram jalur pada Gambar 4.2, maka dapat dihitung besarnya pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung serta pengaruh total antar variabel. Perhitungan pengaruh antar variabel dirangkum dalam Tabel 4.13 sebagai berikut.

Tabel 2. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Analisis Jalur Variabel Penelitian

Pengaruh variabel	Pengaruh langsung	Pengaruh tidak langsung melalui M	Pengaruh Total
X→M	0.618		0.618
M→Y	0.244		0.244
X→Y	0.589	0.150	0.739

Sumber: Data primer diolah, 2024 (Lampiran 6)

Berdasarkan hasil analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai t hitung sebesar 6.454. Nilai t hitung $6.454 > 1.663$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Putri et al., 2021) dan (Martin & Hamali, 2020) dimana kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.

Berdasarkan hasil analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai t hitung sebesar 7.265. Nilai t hitung $7.265 > 1.663$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (T. Paputungan et al., 2021) dan (Oktarini, 2020) dimana kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,010 dan nilai t hitung sebesar 2.653. Nilai t hitung $2.653 > 1.663$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$, hal ini mengindikasikan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Artinya semakin tinggi kepuasan konsumen dari CV. Hanoman Kafe Ubud akan meningkatkan loyalitas konsumennya". Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Lismawati & MF, 2020) dan (Nurhidayati & Yuliantari, 2018) dimana kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh kepuasan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai Z hitung sebesar 2.472, jika dibandingkan nilai nilai $2.472 > 1,96$. Artinya kepuasan merupakan variabel yang memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen atau dengan kata lain kualitas pelayanan berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen".

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Putra et al., 2021) dan (Thung, 2019) dimana kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan hasil pembahasan pada bab sebelumnya maka simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: "Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Konsumen. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kepuasan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen". CV. Hanoman Kafe Ubud kedepannya harus membuat areal parkir yang lebih luas untuk konsumennya sehingga konsumen tidak kesulitan saat akan parkir dan mereka nyaman ketika berbelanja pada CV. Hanoman Kafe Ubud. CV. Hanoman Kafe Ubud harus menambah variasi menu pada makanan sehatnya agar konsumen tidak bosan membeli produk yang sama dari CV. Hanoman Kafe Ubud dan terus berbelanja pada CV. Hanoman Kafe Ubud. CV. Hanoman Kafe Ubud hendaknya meningkatkan kualitas pelayanannya dengan membudayakan kebiasaan senyum, sapa, salam kepada konsumennya. Hal ini dapat menumbuhkan perasaan nyaman konsumen saat berbelanja pada CV. Hanoman Kafe Ubud.

Daftar Pustaka

- Ariyamuthi, AS & Suyant, A. (2019). Analisis kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan klinik kecantikan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan Analisis kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan klinik kecantikan dan Eff. E-Prosiding Manajemen, 6(1), 131–138.
- Rismawati & M.F. , A. (2020). Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepercayaan dan hambatan peralihan pada pengguna kartu Simpati Telkomsel. Jurnal Esa Unggul, 1.
- Martin, D. , Hamali, A. Y (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Pt Adidaya Digital Printing Bandung. Stiamkopf, 3(1), 30–48.

-
- Ngaur, D. A (2018). Pengaruh Harga, Suasana Kafe, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Cafe Vision Gopi Yogyakarta) JL. Norogaten Kecamatan Chaturtungar. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa. Makalah Universitas Sanata Dharma.
- Nurhidayati dan Yuriantari, K. (2018). Analisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Fish Street cabang Tebet. *Widia Cipta*, II(1), 69–75.
- Paputungan, WM, Awaruddin, A. , Salam, M. (2021). Pengaruh motivasi belajar dan rasa percaya diri terhadap hasil belajar matematika siswa kelas VIII di Smpn 1 Napabalano. *Jurnal Penelitian Pendidikan Matematika*, 9(3), 393. <https://doi.org/10.36709/jppm.v9i3.20631>
- Putra, I.K.A.M. , Wimba, I.G. A. & Susanti, P.H. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi sepanjang hidup. *Jaya Utama Teknik Kabupaten Badung*. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi CV. *Jaya Utama Teknik Kabupaten Badung*, 1(4), 1279–1291.
- Putri, FK, Tambell, AL, Gemley, W. (2021). Dampak Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pt Matahari Department Store Mantos 2. *Jurnal EMBA*, 9(1), 1428–1438.
- Susanthi, F. & Ekazaputri, W. (2018). Kinerja pelayanan dan kepuasan sebagai variabel moderasi terhadap loyalitas pelanggan di Pt Bpr Labuh Gunung Payakumbuh. *Jurnal Manfaat*, 3(3), 433. <https://doi.org/10.22216/jbe.v3i3.3472>
- Thung, F. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan mitra Gojek terhadap loyalitas pelanggan dengan menggunakan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Manajemen Pembangunan*, 8, 74-95.