

## PENGARUH SINERGI KUALITAS LAYANAN, LOYALITAS MEREK DAN INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN

Zuliani<sup>1\*</sup>, Ratna Mutia<sup>2</sup>, Samsul Ikhbar<sup>3</sup>, Ikhsan Fajri<sup>4</sup>, Hamzah Zainuri<sup>5</sup>

<sup>1-5</sup>Universitas Serambi Mekkah, Banda Aceh, Aceh

Email: [zuliani@serambimekkah.ac.id](mailto:zuliani@serambimekkah.ac.id)

**Abstrak:** Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara simultan kualitas layanan, loyalitas merek dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Darussalam Berlian Motor Banda Aceh, untuk mengetahui pengaruh secara parsial kualitas layanan, loyalitas merek, dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan pengguna pada PT. Darussalam Berlian Motor Banda Aceh. Penelitian ini dilakukan pada PT. Darussalam Berlian Motor Banda Aceh, sedangkan objek penelitian ini adalah mengenai kualitas layanan, loyalitas merek, inovasi produk dan kepuasan pelanggan dengan jumlah sampel terpilih sebanyak 85 orang. Peralatan analisis data dalam penelitian ini menggunakan skala likert dan analisis data regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, loyalitas merek dan inovasi produk secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Darussalam Berlian Motor Banda Aceh dengan diperoleh  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $67,780 > 2,701$ ) pada tingkat signifikansi 0.000, kemudian hasil penelitian juga membuktikan bahwa kualitas layanan secara individu berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Darussalam Berlian Motor Banda Aceh dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.160 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Hasil penelitian juga membuktikan bahwa loyalitas merek, secara individu berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Darussalam Berlian Motor Banda Aceh dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.112, dengan tingkat signifikan sebesar 0,004 dan inovasi produk secara individu berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,157 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 pada  $\alpha = 5\%$ . Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi PT. Darussalam Berlian Motor Banda Aceh untuk dapat lebih meningkatkan kepuasan pelanggan dimasa yang akan datang.

**Kata kunci:** *Kualitas layanan, loyalitas merek, inovasi produk, kepuasan pelanggan*

### 1. PENDAHULUAN

Dunia bisnis merupakan dunia yang tidak pernah habis dalam perkembangannya dimana perkembangan yang terjadi cukup pesat sehingga mengalami sebuah metamorphosis yang selalu berkesinambungan. Dalam dunia bisnis, internet menawarkan peluang untuk melakukan penjualan produk kebutuhan hidup sehari-hari secara langsung kepada pelanggan yang berada pada pasar konsumsi (*consumer market*) atau konsumen pada pasar industri (*business-to-business market*). Namun tidak semua hal dari adanya internet selalu berdampak baik bagi pelaku bisnis, jika melihat dari sudut pandang lain maka dengan hadirnya internet saat ini akan menimbulkan persaingan yang sangat ketat antar pelaku bisnis, Budiatmo, (2015). Adanya kebutuhan manusia yang tidak terbatas ternyata menimbulkan permasalahan yang cukup besar untuk dicarikan solusinya. Walaupun sekarang perkembangan zaman penuh dengan berbagai kemajuan disegala bidang dengan terbatasnya alat teknologi menjadi kendala utama dari

penyelesaian masalah. Persaingan global menunjuk setiap perusahaan untuk dapat meningkatkan kualitas layanan yang nantinya akan menunjang terwujudnya kepuasan pelanggan, apabila semakin tinggi persaingan antar perusahaan maka membuat perusahaan berusaha untuk meningkatkan keterampilan untuk memberikan layanan kepada pelanggan.

PT. Darussalam Berlian Motor merupakan bagian dari grup dealer PT. Sardana Indah Berlian Motor yang berperan sebagai dealer resmi yang berfokus pada penyediaan Penjualan (*sales*), Perawatan (*service*), dan Suku Cadang (*sparepart*) untuk kendaraan Mitsubishi. Perusahaan ini menyediakan kendaraan niaga dan kendaraan penumpang dari berbagai tipe, berbagai jenis suku cadang asli Mitsubishi dengan harga yang kompetitif. PT. Darussalam Berlian Motor Banda Aceh merupakan salah satu dealer Mitsubishi yang melayani penjualan mobil baru di Kota/Kab Banda Aceh. Dealer yang berada di bawah PT. Darussalam Berlian Motor berlokasi di Jl. Soekarno - Hatta, Lam Ara, Kec. Banda Raya, Banda Aceh, Aceh.

Kualitas layanan merujuk pada tingkat kepuasan dan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan atau organisasi. Hal ini mencakup berbagai aspek, seperti responsivitas, kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, kecepatan pelayanan, dan kemampuan komunikasi yang efektif. Penelitian ini berfokus pada bagaimana persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan mereka terhadap perusahaan atau merek tertentu,

Loyalitas merek menggambarkan sejauh mana pelanggan cenderung memilih atau tetap menggunakan produk atau jasa dari suatu merek tertentu secara berulang kali dalam jangka waktu yang lebih lama. Pelanggan yang loyal akan lebih cenderung menghindari beralih ke merek pesaing, bahkan jika ada penawaran atau promosi yang menggoda. Dalam konteks penelitian ini, tujuannya adalah untuk mengidentifikasi hubungan antara tingkat loyalitas merek dan tingkat kepuasan pelanggan.

Inovasi produk mencakup pengembangan dan penerapan produk atau layanan baru, peningkatan pada produk yang ada, atau perubahan signifikan dalam cara produk atau layanan disampaikan kepada pelanggan. Penelitian ini berusaha untuk mengevaluasi apakah tingkat inovasi produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan memiliki dampak positif terhadap kepuasan pelanggan dan mungkin juga dapat mempengaruhi loyalitas merek mereka.

Hal ini tentu menggambarkan bagaimana perusahaan dalam hal ini PT. Darussalam Berlian Motor Banda Aceh berusaha untuk selalu meningkatkan kepuasan kepada para pelanggan, sehingga pelayanan penjualan maupun pelayanan purna jual menjadi hal utama yang menjadi perhatian perusahaan, agar konsumen atau pelanggan mampu merasakan layanan yang diberikan oleh perusahaan.

Kualitas layanan yang dirasakan oleh pelanggan adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut. Oleh karena itu PT. Darussalam Berlian Motor Banda Aceh telah menjaga komitmennya untuk terus memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pelanggannya, Budiono, (2020).

Adapun layanan purna jual dealer Mitsubishi terdiri atas dua layanan, yaitu *service* dan *spare parts*. *Service* sendiri mencakup layanan perawatan dan perbaikan kendaraan yang didukung oleh mekanik handal berpengalaman dengan peralatan bengkel canggih serta ketersediaan ruang tunggu yang nyaman. Untuk layanan *spare parts*, layanan ini didukung fasilitas parts depo yang memudahkan konsumen dalam mendapatkan suku cadang Mitsubishi Fuso. Sebagai pusat dealer Mitsubishi di Provinsi Aceh, perusahaan ini memiliki pelayanan Sparepart terbesar di Aceh yang berperan memberikan supply sparepart ke dealer-dealer kecil dan toko sparepart lainnya di seluruh wilayah Provinsi Aceh. PT. Darussalam Berlian Motor

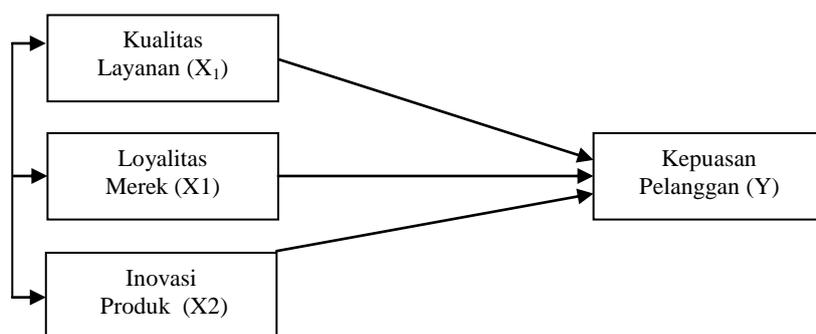
juga memiliki pelayanan service kendaraan yang telah mendapatkan predikat Bintang 4 dari KTB (ATPM Mitsubishi FUSO), satu-satunya di Provinsi Aceh.

Loyalitas merek atau kesetiaan merek adalah istilah dalam pemasaran untuk menggambarkan seberapa kuat preferensi seorang konsumen terhadap sebuah merek bila dibandingkan dengan merek lainnya. Loyalitas merek menunjukan pola pembelian yang konsisten terhadap merek tertentu sepanjang waktu dan juga sikap menyenangkan terhadap sebuah merek. Loyalitas merek akan selalu berkembang ketika merek sesuai dengan personalitas atau image diri konsumen atau ketika merek menawarkan kepuasan dan keuntungan unik yang dicari konsumen, Dwi dan Febrina (2020).

Kemudian berkaitan dengan inovasi produk dapat dijelaskan bahwa konsumen atau pelanggan akan merasa puas jika perusahaan yang telah menjadi preferensi juga melakukan inovasi terhadap produk-produk yang dipasarkannya. Inovasi produk perlu dilakukan dalam bisnis agar dapat terus bertahan. Melakukan inovasi, berarti memberikan nilai tambah terhadap suatu produk. Hal ini diharapkan akan mendatangkan apresiasi, sehingga bisa menarik minat lebih banyak audiens dan meningkatkan profit perusahaan.

Sedangkan inovasi produk yang dilakukan oleh PT. Darussalam Berlian Motor pada mobil atau truk barunya dengan menyematkan teknologi terkini seperti teknologi sensor mobil, GPS konektivitas dnegan perangkat smartphone pengguna dan juga fitur-fitur keselamatan selama berkendara seperti sitem pengereman, lulus uji tabrak dan penggunaan lampu led pada malam hari.

Penelitian ini berfokus pada fenomena hubungan tiga variabel kunci, yaitu kualitas layanan yang dirasakan, loyalitas merek, dan inovasi produk, terhadap kepuasan pelanggan. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas layanan yang baik meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya berdampak positif pada tingkat loyalitas merek. Di sisi lain, inovasi produk juga memiliki peran penting dalam mempertahankan kepuasan pelanggan dan meningkatkan tingkat loyalitas merek. Dengan memahami dan mengelola variabel-variabel ini, perusahaan dapat menciptakan hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan, meningkatkan daya saing, dan memenangkan kepercayaan dalam pasar. Adapun yang menjadi kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1.  
Skema Kerangka Penelitian

## 2. METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini dilakukan pada PT. Darussalam Berlian Motor di Jl. Soekarno-Hatta, Lam Ara, Kec. Banda Raya, Banda Aceh, Aceh.. Objek penelitian ini adalah kualitas layanan, loyalitas merek, inovasi produk dan kepuasan pelanggan pada PT. Darussalam Berlian Motor Banda Aceh. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari konsumen pada PT.

Darussalam Berlian Motor Banda Aceh. Sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti karakteristiknya. Sampel penelitian sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2014: 81), sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 583 orang konsumen, sedangkan responden dalam penelitian ini sebanyak 85 orang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer melalui penyebaran kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Penelitian ini menggunakan 3 variabel independen yaitu Kualitas Layanan (X1), Loyalitas Merek (X2) dan Inovasi Produk (X3) serta variabel dependennya yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Metode analisis data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda (*multiple regression analysis*), dan uji korelasi serta uji determinasi dengan program *Statistical package for Social Science (SPSS)*.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

- Y = Kepuasan Pelanggan
- $\alpha$  = Konstanta
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3$  = Parameter Koefisien Regresi
- X1 = Kualitas Layanan
- X2 = Loyalitas Merek
- X3 = Inovasi Produk
- e = *Error Term*

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Hasil Penelitian

Untuk melihat pengaruh pengaruh kualitas layanan (X<sub>1</sub>), loyalitas merek (X<sub>2</sub>) dan inovasi produk (X<sub>3</sub>) sebagai variabel bebas (independen variabel) terhadap kepuasan pelanggan PT. Darussalam Berlian Motor Banda Aceh sebagai variabel terikat (dependent variabel) baik secara simultan maupun parsial dapat dilihat pada Tabel 1

Tabel 1. Pengaruh Masing-Masing Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat

Nama Variabel	Standardized Coefficients		t <sub>hitung</sub>	t <sub>tabel</sub>	Sig
	B	Std. Error			
Konstanta (a)	2,310	0,119	19,452	1,988	0.000
Kualitas layanan (X1)	0,160	0,020	8,004	1,988	0.000
Loyalitas merek (X2)	0,112	0,025	4,557	1,988	0.000
Inovasi produk (X3)	0,157	0,025	6,194	1,988	0.000

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS, yang menjelaskan pengaruh kualitas layanan (X<sub>1</sub>), loyalitas merek (X<sub>2</sub>), inovasi produk (X<sub>3</sub>), terhadap terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Darussalam Berlian Motor Banda Aceh, maka dapat diperlihatkan pada hasil persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 2.310 + 0.160X_1 + 0.112X_2 + 0.157X_3 + e$$

Pengujian simultan terhadap pengaruh kualitas layanan (X<sub>1</sub>), loyalitas merek (X<sub>2</sub>), inovasi produk (X<sub>3</sub>) terhadap kepuasan pelanggan PT. Darussalam Berlian Motor Banda Aceh dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji-F ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Squares	F <sub>hitung</sub>	F <sub>tabel</sub>	Sig.
Regresi	3,326	3	1,109	67,780	2,717	0.000
Sisa	1,538	81	0,016			
Total	4,864	84				

a. Predictors: (Constant), kualitas layanan, loyalitas merek dan inovasi produk

b. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

Koefisien korelasi dan determinasi pengaruh kualitas layanan, loyalitas merek, inovasi produk, terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Darussalam Berlian Motor Banda Aceh, dapat dijelaskan Pada Tabel 3.

Tabel 3. Koefisien Korelasi dan Determinasi

R	R <sub>Square</sub>	Adjusted R <sup>2</sup>	Std. Error of the estimate	Durbin Watson	Keterangan
0,827	0,684	0,674	0,128	2,330	Korelasi Sangat Kuat

a. Predictors: (Constant), kualitas layanan, loyalitas merek dan inovasi produk

b. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

### Hasil Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil regresi di atas, maka hasil pengujian hipotesis secara simultan dan parsial adalah sebagai berikut:

a. Uji Secara Simultan

Hasil pengujian secara simultan diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 67,780, sedangkan  $F_{tabel}$  pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$  adalah sebesar 2,717. Hal ini memperlihatkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , dengan tingkat probabilitas 0.000. Dengan demikian hasil perhitungan ini dapat di ambil suatu keputusan bahwa menerima hipotesis alternatif dan menolak hipotesis nol, artinya bahwa variabel kualitas layanan, loyalitas merek dan inovasi produk, secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Darussalam Berlian Motor Banda Aceh.

b. Uji Secara Parsial

- 1) Hasil penelitian terhadap variabel kualitas layanan diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 8,004, sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,988, hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan signifikansi sebesar 0.000 atau probabilitas jauh dibawah  $\alpha = 5\%$ . Dengan demikian hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Darussalam Berlian Motor Banda Aceh.
- 2) Hasil penelitian terhadap variabel loyalitas merek diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 4,557 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,988, hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , dengan tingkat signifikansi sebesar 0.002 atau probabilitas jauh dibawah  $\alpha = 5\%$ . Berdasarkan hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa secara parsial variabel loyalitas merek berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Darussalam Berlian Motor Banda Aceh .
- 3) Hasil penelitian terhadap variabel inovasi produk yang dilakukan oleh paramedis pada PT. Darussalam Berlian Motor Banda Aceh diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 6,194 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,988, hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000 atau probabilitas jauh dibawah  $\alpha = 5\%$ . Berdasarkan hasil

perhitungan statistik menunjukkan bahwa secara parsial variabel Inovasi produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Darussalam Berlian Motor Banda Aceh.

### 3.2. Pembahasan

Untuk membuktikan hipotesis alternatif bahwa terdapat pengaruh secara langsung antara variabel kualitas layanan yang dilakukan oleh pihak perusahaan, kemudian loyalitas merek yang telah ditetapkan oleh pihak perusahaan dan inovasi produk yang dimiliki oleh kartu internet Digital by.U mampu memberikan pengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan PT. Darussalam Berlian Motor Banda Aceh. hal ini dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000 atau probabilitas jauh dibawah  $\alpha = 5\%$ , hal ini mengindikasikan bahwa ketiga variabel yang diteliti baik secara simultan maupun secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Darussalam Berlian Motor Banda Aceh. Berdasarkan hasil penelitian dapat dijelaskan bahwa semua variabel yang diteliti berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan PT. Darussalam Berlian Motor Banda Aceh, dimana kualitas layanan ( $X_1$ ), loyalitas merek ( $X_2$ ), dan inovasi produk ( $X_3$ ) sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Darussalam Berlian Motor Banda Aceh.

Implikasi penelitian ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan yang dilakukan oleh pihak perusahaan mampu memberikan dampak pada kepuasan pelanggan menjadi lebih tinggi. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Tiffani Fika Koyong Altje L. Tumbel Jantje L. Sepang (2016) yang menyatakan bahwa periklanan, penjualan perseorangan, promosi penjualan, public relation dan pemasaran langsung, berpengaruh positif secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen.

Implikasi penelitian ini mengindikasikan bahwa loyalitas merek PT. Darussalam Berlian Motor Banda Aceh mempunyai dampak terhadap peningkatan kepuasan pelanggan PT. Darussalam Berlian Motor Banda Aceh baik secara langsung maupun tidak langsung karena pihak PT. Darussalam Berlian Motor Banda Aceh sering memberikan edukasi tentang pentingnya loyalitas merek untuk setiap produk..

Sedangkan inovasi produk yang semakin meningkat juga akan memberikan dampak pada peningkatan kepuasan pelanggan menjadi semakin tinggi. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Afnina (2019) yang menyatakan bahwa terdapat sifat keeratan hubungan yang terjadi cukup kuat dan bernilai positif antara inovasi produk dengan kepuasan pelanggan. Dengan adanya inovasi produk yang semakin meningkat akan memberikan dampak pada peningkatan kepuasan pelanggan menjadi semakin tinggi.

## 4. KESIMPULAN

- a. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh secara simultan kualitas layanan, loyalitas merek dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Darussalam Berlian Motor Banda Aceh dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $67,780 > 2,701$ ) pada tingkat signifikansi 0.000. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor kualitas layanan, loyalitas merek, dan inovasi produk berpengaruh positif terhadap peningkatan kepuasan pelanggan pada PT. Darussalam Berlian Motor Banda Aceh.
- b. Hasil pada variabel kualitas layanan ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Darussalam Berlian Motor Banda Aceh dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $8,004 > 1,988$ ) pada tingkat signifikansi 0.000.
- c. Kemudian hasil pada variabel loyalitas merek ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Darussalam Berlian Motor Banda Aceh dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,557 > 1,988$ ) pada tingkat signifikansi 0.004.

- d. Sedangkan hasil pada variabel inovasi produk ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Darussalam Berlian Motor Banda Aceh, dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,194 > 1,988$ ) pada tingkat signifikansi 0.000.
- e. Adapun variabel yang mempunyai pengaruh paling kuat dalam penelitian ini adalah kualitas layanan karena mempunyai lebih dominan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Darussalam Berlian Motor Banda Aceh

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Afnina & Hastuti, Y .(2020). *Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan* Jurnal Manajemen. Vol 3. N0 6
- Astuti, L. W., & Husnayetti. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan inovasi produk terhadap kepuasan konsumen.
- Budiatmo, A. (2015). Pengaruh karakteristik Kewirausahaan dan knowledge Management terhadap Pengembangan Usaha. *Diponegoro Journal of Social and Politic* Tahun 2018.
- Budiono, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*. Volume 17, Issue 02, Juli 2020
- Daniel I Nyoman Renatha Cardia I Wayan Santika Ni Nyoman Rsi Respati (2019), *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan*. E-Jurnal Manajemen, Vol. 8, No. 11, 2019 : 6762-6781
- Dwi & Febrina. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan
- Imam, G. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Ed 2, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Juwita & Shaleha, W. M. (2021). *Pengaruh Fitur Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar As Pada Mahasiswa Dan Mahasiswi di Kota Kendari*. Jurnal Indonesia Sosial Teknologi: p-ISSN: 2723 – 6609.
- Kasmir. (2017). *Manajemen sumber daya manusia (teori dan praktik)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Kevin, & Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran*, PT. Indeks Jakarta.
- Nyonyie, R. A. (2019) *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah di Transmart Bahu Manado*
- Prabowo, H. (2015). *Analisis Lingkungan Individu Mahasiswa Dan Kinerja Bauran Pemasaran Serta Pengaruhnya Terhadap Proses Keputusan Mahasiswa Dan Nilai Jasa Pendidikan Tinggi Computer*. Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi. Volume 17, Issue 02
- Rusydi. (2017), *Manajemen Pemasaran*. ALFABETA: Bandung

- Saidani. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol. 3, No. 1.
- Setyowati, E., & Wiyadi, (2016) *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediiasi*. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*. Volume 17, Issue 02, Juli 2016
- Sutomo Singgih (2018), *tatistik Parametrik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Swasta Basu dan Sukotjo, (2016). *Statistika untuk penelitian*. Cetakan ke-21, Bandung. Penerbit CV. Alfabeta.
- Tiffani Fika Koyong Altje L. Tumbel Jantje L. Sepang (2016) *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Novotel Manado Golf Resort & Convention Center*. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, Vol 9, No 1 Januari 2016.
- Titin. (2020). Pengaruh Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen Baitul Mal Wat Tammil (BMT) Hasanah Prambanan Klaten.
- Tjiptono, F. (2015). *Total Quality Manajemen*, Edisi Kedua, Yogya: Penerbit Andi.
- Wardana, W. (2018). *Pengaruh Promotion Mix Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Bank Studi Kasus PD. BPR BKK Kecamatan Bendosari Kabupaten Sukoharjo*. *Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*. Volume 17, Issue 02
- Zeithaml, V.A. & Bitner, M. J. (2020). *Service Marketing*, New York, The Mc. Graw-Hill Companies, Inc.