

# PENGARUH KEPUASAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN METROPOLITAN MALL CIBUBUR

Dina Rizki Febriana<sup>1</sup>, Rini Wijayanti<sup>2</sup>

Universitas Teknologi Digital

Jl. Buah Batu No. 26 Bandung

E-mail : dina11211415@digitechuniversity.ac.id<sup>1</sup>, riniwijayanti@digitechuniversity.ac.id<sup>2</sup>

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepuasan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Metropolitan Mall Cibubur. Hal ini berkaitan dengan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Metropolitan Mall Cibubur. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah teknik *nonprobability sampling* dengan teknik *accidental sampling*. Jumlah responden pada penelitian ini adalah 15 orang narasumber dari pelanggan Metropolitan Mall Cibubur. Penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif sebagai metode penelitian. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara dan survei. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan berpengaruh pada loyalitas pelanggan Metropolitan Mall Cibubur yang berada di Cileungsi, Bogor.

**Kata Kunci : Kepuasan, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan.**

## ABSTRACT

*This study aims to determine how the effect of satisfaction and service quality on customer loyalty of Metropolitan Mall Cibubur. This is related to the marketing strategy carried out by Metropolitan Mall Cibubur. The sampling technique in this study is a nonprobability sampling technique with accidental sampling techniques. The number of respondents in this study was 15 resource persons from Metropolitan Mall Cibubur customers. This research uses descriptive qualitative as a research method. Data collection in this study used observation, interview and survey methods. The results of this study show that customer satisfaction and service quality affect customer loyalty of Metropolitan Mall Cibubur located in Cileungsi, Bogor.*

**Keywords: Satisfaction, Service Quality, Customer Loyalty.**

## 1. PENDAHULUAN

Di Indonesia, saat ini perkembangan bisnis sangat berkembang dengan pesat yang salah

satunya merupakan industry retail, yang mana didalamnya mencakup toko *offline* maupun *online*.

Dari perkembangan bisnis di wilayah-wilayah Indonesia ini dapat

disaksikan bagaimana kemajuannya melalui pembangunan pusat perbelanjaan berupa *market* maupun *Mall* yang digolongkan dalam jenis retail *outlet*. Ini merupakan bentuk upaya dari pertumbuhan ekonomi mengingat peran pemerintah yang gencar melakukan perkembangan infrastruktur dan pariwisata. *Mall* merupakan salah satu sektor ritel terbesar yang menguasai bisnis di Indonesia, yang salah satunya adalah Metropolitan *Mall* Cibubur yang dapat ditemukan di kawasan Cileungsi, Kabupaten Bogor.

Metropolitan *Mall* Cibubur harus memperhatikan loyalitas pelanggannya dengan serius meningkatkan persaingan bisnis yang kian hari kian ketat. Sebab, loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat menguntungkan terhadap bisnis karena ada peluang komitmen untuk melakukan pembelian ulang dimasa mendatang, hal demikian bisa bertahan lama dan berakhir jika terjadi ketidakcocokan yang akan memutuskan hubungan erat antar pelanggan dan pebisnis.

*Mall* merupakan salah satu sektor ritel terbesar yang menguasai bisnis di Indonesia, yang salah satunya adalah Metropolitan *Mall* Cibubur yang dapat ditemukan di kawasan Cileungsi, Kabupaten Bogor. Kendatipun sempat tutup ditengah pandemi dan mengalami penurunan atau sepi pengunjung seperti yang dikutip oleh detikfinance (Sanjaya, 2020) namun saat ini jumlah pengunjung sudah kembali stabil dan bahkan terjadi lonjakan karena Metropolitan *Mall* Cibubur sering

mengadakan acara besar yang salah satunya ialah DahSyat weekend sore pada hari Sabtu tanggal 18 Februari 2023 dengan mengundang bintang tamu dari kalangan artis serta penyanyi ternama di Indonesia yang langsung diunggah oleh akun Instagram resmi milik Metropolitan *Mall* Cibubur. dilansir dari seputarcibubur.com Metropolitan *Mall* Cibubur menjadi salah satu dari lima jagoan *Mall* di kawasan Cibubur dengan menduduki peringkat ke empat karena fasilitas yang disediakan di *Mall* ini tergolong lengkap seperti *supermarket*, *food court*, *department store*, bioskop hingga restoran. Yang mana urutannya di posisi pertama ada Cibubur *Junction* yang terletak di Jl. Jambore, Cibubur, Kota Jakarta Timur, Jawa Barat, posisi kedua ditempati oleh Plaza Cibubur bertempat di Jl Alternatif Transyogi, Jatisampurna, Bekasi, Jawa Barat, ketiga ada Mall Ciputra Cibubur yang bertempat di Jl. Alternatif Cibubur, Jatisampurna, Kota Bekasi, Jawa Barat, keempat ditempati Metropolitan *Mall* Cileungsi (sekarang telah berganti nama menjadi Metropolitan *Mall* Cibubur) bertempat di Jl. Kota Taman Metropolitan, Cileungsi Kidul, Kec. Cileungsi, Kabupaten Bogor, Jawa Barat, dan terakhir ditempati oleh Trans Studio *Mall* (TSM) di Trans Park Cibubur yang berlokasi Jl Alternatif Cibubur No. 230 Harjamukti, Cimanggis, Depok. Jawa Barat. (Parceka, 2021)

Sebuah perusahaan atau lebih tepatnya *Mall* harus memiliki strategi untuk memiliki pelanggan yang loyal. Salah satu cara untuk menarik minat serta perhatian pelanggan agar dapat

loyal terhadap perusahaan salah satunya yakni kualitas pelayanan. Disamping itu, perusahaan disarankan untuk dapat mengetahui apa yang menjadi kebutuhan serta apa pula yang menjadi harapan pelanggan. Dengan memahami setidaknya dua hal tersebut maka kemungkinan memiliki pelanggan yang loyal semakin tinggi.

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

- a. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Metropolitan *Mall* Cibubur?
- b. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang diapatakan oleh pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Metropolitan *Mall* Cibubur?

## 2. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, menurut (Anggito & Setiawan, 2018) Penelitian kualitatif didefinisikan oleh Denzin & Lincoln (1994) sebagai penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan tujuan menginterpretasikan peristiwa yang terjadi dan dilakukan dengan memanfaatkan berbagai metode yang ada. Adapun menurut (Anggito & Setiawan, 2018) dalam Erickson (1968), penelitian kualitatif bertujuan untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan secara naratif tindakan yang dilakukan dan bagaimana tindakan tersebut mempengaruhi kehidupan partisipan.

Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif yang bertujuan

untuk memberikan deskripsi, gambaran dan jawaban yang akurat terhadap masalah yang diamati dengan mengamati sebanyak mungkin mengenai orang maupun peristiwa yang diamati yaitu mengenai kepuasan, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan Metropolitan *Mall* Cibubur.

Data analisis dilakukan dengan cara observasi langsung ke Metropolitan *Mall* Cibubur, survey dengan masyarakat dan wawancara dengan pelanggan Metropolitan *Mall* Cibubur serta kepustakaan dan informasi terkini tentang kepuasan, kualitas pelayanan loyalitas Metropolitan *Mall* Cibubur.

## 3. LANDASAN TEORI

### Kepuasan Pelanggan

(Puspaningrum, 2017) mengatakan bahwa penilaian pelanggan terhadap suatu produk adalah hasil dari menentukan apakah produk yang sebenarnya diterima memenuhi harapan mereka. Cara lain untuk memikirkan kepuasan adalah sebagai keyakinan yang berkembang sebagai hasil dari kenyataan yang kontras dengan harapan. Pelanggan yang tidak dapat membandingkan produk sebenarnya hanya puas sebagian. Hal ini mungkin disebabkan oleh kurangnya pengalaman atau pengetahuan konsumen tentang produk yang ingin mereka beli.

Kepuasan pelanggan menurut (Sitinjak & Andrew, 2020) menyatakan bahwa secara teori, melakukan segala sesuatu dengan benar pada kali pertama bagi

pelanggan adalah kunci untuk mencapai kesenangan pelanggan. Jika hal tersebut telah dilakukan, maka tidak akan ada keluhan atau ketidakpuasan yang dialami oleh pelanggan. Kepuasan pelanggan itu sendiri merupakan ekspektasi serta perbandingan saat sebelum pelanggan membeli dan setelah pelanggan melakukan pembelian, yang mana teori tersebut dipaparkan oleh Tjiptono (2015:76).

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan menurut (Sa'adah & Munir, 2020) adalah tingkat keunggulan yang diantisipasi dan kendali atas keunggulan tersebut untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Tjiptono (2019:290).

(Zaid, 2021) Zeithaml *et al.* (2017) mendefinisikan kualitas layanan sebagai cara konsumen memandang aspek-aspek terkait layanan dari suatu produk. Kualitas pelayanan, menurut Pourkiani *et al.* (2014), sangat penting untuk pengembangan, kesuksesan, dan keberlanjutan organisasi dan memiliki dampak besar pada *word-of-mouth* yang positif.

Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai ukuran kinerja produk atau layanan dalam kaitannya dengan harapan konsumen (Qomariah, 2020) Konsumen akan merasa puas jika harapannya terpenuhi dan puas dengan produk atau jasa tersebut; sebaliknya, jika harapan mereka tidak terpenuhi dan kinerja tidak sesuai dengan yang diharapkan, mereka akan merasa kecewa.

### **Loyalitas Pelanggan**

(Puspaningrum, 2017) Pelanggan Menurut Griffin (2002), loyalitas pelanggan yang tinggi konsisten dengan perilaku pembelian khas yang ditampilkan oleh konsumen setia, yang memainkan peran penting dalam sebuah perusahaan. Setiap pengecer harus menumbuhkan citra merek yang positif di antara konsumen untuk memenangkan loyalitas mereka, karena hal ini pada akhirnya akan mempengaruhi bagaimana mereka memandang legitimasi toko.

## **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Sejarah Singkat Metropolitan Mall Cibubur**

Metropolitan *Mall* Cibubur milik proyek Metland Transyogi Cileungsi merupakan *Mall* kelas menengah pertama di kawasan komersial Metland *Urban City*. *Mall* dengan konsep *City Mall* ini dapat menjadi tujuan berbelanja bagi masyarakat di kawasan Metland Cileungsi dan Metland Transyogi, serta masyarakat yang tinggal di sekitar kawasan pemukiman Cileungsi, Jonggol, dan Cibubur Timur, dengan luas tanah sekitar 25.000 m<sup>2</sup> dan total luas bangunan 50.768 m<sup>2</sup>. Kebutuhan akan fasilitas komersial pusat perbelanjaan yang memadai semakin berkembang seiring dengan beralihnya kawasan Cileungsi, Jonggol, dan Cibubur Timur menjadi kawasan pemukiman, dan Metropolitan *Mall* Cibubur adalah solusinya.

### **Kepuasan Pelanggan**

Dalam variabel kepuasan pelanggan, peneliti mengambil 4 pokok

bahasan sebagai acuan loyalitas pelanggan Metropolitan *Mall* Cibubur. Yang pertama, peneliti membahas mengenai iklan yang dilakukan oleh Metropolitan *Mall* Cibubur dan menghasilkan 14 jawaban baik dan 1 jawaban tidak baik. 14 responden yang menjawab baik menuturkan bahwa iklan yang dilakukan oleh Metropolitan *Mall* Cibubur sudah sangat baik. Metropolitan *Mall* Cibubur menginformasikan segala sesuatunya dengan cepat dan mudah dipahami. Adapun 1 responden yang mengatakan iklan yang dilakukan oleh Metropolitan *Mall* Cibubur tidak baik dengan alasan karena iklan tersebut tidak pernah muncul pada beranda sosial media responden. Bahkan responden baru mengetahui Metropolitan *Mall* Cibubur memiliki akun instagram yang menjadi salah satu media iklannya.

Pokok bahasan kedua penelitian kali ini adalah mengenai pelayanan yang diberikan oleh Metropolitan *Mall* Cibubur kepada responden atau pelanggan dari Metropolitan *Mall* Cibubur. Hasilnya seluruh responden menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Metropolitan *Mall* Cibubur sudah dalam taraf baik. Responden menuturkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Metropolitan *Mall* Cibubur sudah baik dan susah sesuai SOP yang Metropolitan *Mall* Cibubur terapkan.

Dilanjutkan dengan pokok bahasan yang ketiga yakni mengenai kemudahan mengakses lokasi Metropolitan *Mall* Cibubur yang mana menghasilkan 13 jawaban baik atau

strategis dari responden dan 2 lainnya menjawab tidak baik. Untuk responden yang menjawab baik menuturkan bahwa lokasi yang terletak di tengah perumahan sangatlah mudah dijangkau. Dan untuk yang berada di luar perumahan banyak sekali jalan alternatif menuju ke Metropolitan *Mall* Cibubur yang sudah bisa diakses menggunakan internet. Dan bagi responden yang memberikan pernyataan tidak baik berasal bahwa lokasinya terletak di tengah perumahan yang mana jarang sekali dilalui oleh angkutan umum. Jika responden atau pelanggan hendak berkunjung ke Metropolitan *Mall* Cibubur menggunakan angkutan umum, responden atau pelanggan harus berjalan kaki terlebih dahulu dari jalan utama tempat lalu lalang angkutan umum yang dapat membuat pelanggan lelah karena jaraknya yang cukup lumayan.

Lalu pokok bahasan selanjutnya pada variabel kepuasan pelanggan peneliti membahas mengenai harga jual pada Metropolitan *Mall* Cibubur, yang mana menghasilkan 14 jawaban baik dan 1 jawaban tidak baik dari responden. 14 responden yang memberikan jawaban baik menjelaskan bahwa harga jual yang diberikan dapat dijangkau oleh semua kalangan. Harga jual yang standar bahkan bisa terbilang murah bagi produk-produk yang memang sedang promo. Harga jual pada Metropolitan *Mall* Cibubur terbilang baik atau standar karena mengikuti pangsa pasar yang ada. Sedangkan 1 responden dengan jawaban tidak baik menuturkan bahwa responden pernah membeli salah satu minuman yang memang

banyak dijual di toko-toko kelontong, dan pada saat membeli di Metropolitan *Mall* Cibubur responden membayar dengan harga yang lebih mahal dari harga yang biasa responden keluarkan untuk membeli minuman tersebut. Sehingga dari pengalamannya tersebut responden menyatakan bahwa harga jual pada Metropolitan *Mall* Cibubur tidak baik atau terbelang diatas rata-rata.

### **Kualitas Pelayanan**

Dalam variabel kepuasan pelanggan, peneliti mengambil 4 pokok bahasan sebagai acuan loyalitas pelanggan Metropolitan *Mall* Cibubur. Yang pertama, peneliti mengambil pokok bahasan mengenai responsif pegawai Metropolitan *Mall* Cibubur dalam membantu pelanggan dengan hasil semua responden memberikan jawaban baik terhadap responsif pegawai Metropolitan *Mall* Cibubur karena salah satu responden menjawab jika ditinjau dari sisi responsif atau kesigapan pelayanan sudah baik dengan pengalaman serta pengelihatn responden pegawai Metropolitan *Mall* Cibubur sudah memiliki jiwa responsif yang tinggi.

Lalu yang kedua peneliti mengambil pokok bahasan mengenai keahlian pegawai Metropolitan *Mall* Cibubur dalam memberikan pelayanan dengan hasil seluruh responden memberikan jawaban baik. Responden beralasan bahwa pegawai Metropolitan *Mall* Cibubur sudah cukup ahli dalam memberikan pelayanan pada bidangnya masing-masing.

Yang ketiga, peneliti mengambil pokok bahasan berupa rasa empati yang dimiliki pegawai Metropolitan *Mall* Cibubur terhadap pelanggan dengan menghasilkan jawaban 14 responden menjawab baik dan 1 orang responden lainnya menjawab tidak baik. Responden yang menjawab baik beralasan bahwa rasa empati yang dimiliki pegawai Metropolitan *Mall* Cibubur sudah berada dalam taraf baik karena salah satu contohnya adalah responden menyaksikan ketika ada pelanggan lain yang tasnya terjatuh dan isi dari tas tersebut berserakan, salah satu pegawai Metropolitan *Mall* Cibubur membantu dengan sigap dan sepenuh hati mengumpulkan kembali isi tas yang berserakan tersebut.

Yang keempat, peneliti mengambil pokok bahasan mengenai bagaimana fasilitas dan aset fisik yang dimiliki Metropolitan *Mall* Cibubur dengan hasil jawaban 13 responden menjawab baik dan 2 jawaban tidak baik. 13 responden yang menjawab baik memberikan penuturan bahwa fasilitas serta aset fisik yang dimiliki oleh Metropolitan *Mall* Cibubur sudah terbelang baik karena cukup lengkap dari beberapa aspek. Eskalator yang sudah terpasang di setiap lantai, *lift* yang sudah tersedia dan bisa diakses, tempat ibadah bagi pemeluk agama Islam sudah tersedia bahkan ada 2 tempat untuk beribadah. Sedangkan, 2 lainnya yang memberikan jawaban tidak baik menuturkan bahwa tempat duduk atau kursi yang berada di Metropolitan *Mall* Cibubur terbelang masih minim, ketika responden atau pelanggan merasa kelelahan dan ingin bersantai dengan cara duduk,

responden atau pelanggan harus mencari terlebih dahulu bagian-bagian Metropolitan Mall Cibubur yang disediakan tempat duduk.

Dalam variabel kepuasan serta kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Metropolitan Mall Cibubur, peneliti menemukan bahwa dari 15 responden yang peneliti wawancara, ada 1 responden yang menyatakan tidak loyal terhadap Metropolitan Mall Cibubur. Dan 14 lainnya menyatakan loyal terhadap Metropolitan Mall Cibubur dengan kepuasan pelanggan yang dirasakan langsung oleh pelanggan atau responden saat berkunjung ke Metropolitan Mall Cibubur serta kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Metropolitan Mall Cibubur kepada responden atau pelanggan yang datang.

## 5. KESIMPULAN

Setelah peneliti melakukan wawancara lebih lanjut dan melakukan seleksi dari data kepuasan pelanggan yang didapat dari 15 orang responden, dapat disimpulkan bahwa baik kepuasan terhadap loyalitas pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan membuahkan hasil bahwa 14 orang menyatakan akan tetap loyal pada Metropolitan Mall Cibubur karena dua aspek yang menjadi indikator peneliti yaitu kepuasan dan kualitas pelayanan. Sedangkan, 1 orang lainnya hanya menjadikan Metropolitan Mall Cibubur sebagai opsi, dengan kata lain 1 orang responden tersebut akan mendahulukan tempat lain sebagai tempat untuk berbelanja atau sekedar jalan-jalan karena dua aspek yang

menjadi indikator peneliti dinilai masih belum dapat memuaskan responden untuk menjadi pelanggan yang loyal di Metropolitan Mall Cibubur.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amiruddin, Muskananfolo, I. L., Febriyanti, E., Badi'ah, A., Martiningsih, Y., Letor, K., et al. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Bandung: Cv. Media Sains Indonesia.
- Anggia, T. R., Kawet, L., & Ogi, I. (2015). Analisis Pengaruh Strategi Promosi, Harga, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Surat Kabar Mamnado Post. *Jurnal EMBA*, 1043.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: Jejak Publisher.
- Astuti, M., & Amanda, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Curatman, A., Suroso, A., & Suliyanto. (2020). *Program Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Fadhallah, R. (2021). *Wawancara*. Jakarta: UNJ PRESS.
- Fadjarajani, S., Rosali, E. S., Patimah, S., Liriwati, F. Y., Nasrullah, Srikaningsih, A., et al. (2020).

- Metodologi Penelitian.*  
Gorontalo: Ideas Publishing.
- Grandis, D. T. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Di Pizza Hut Merr Surabaya. *Diploma Thesis, Stie Mahardika Surabaya*, 3.
- Hartati, R. (2019). Pengaruh Kepuasan Dan Kualitas Pelayanan Karyawan 212 Mart Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen 212 Mart Mutiara, Cibarusah – Bekasi). *Al Fatih Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 126.
- Haryono, R., Assumpta, M., & Marlina, E. (2021). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediator Pada Star Motor Carwash. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2.
- Henggrawan, A., Agung, A. P., & Anggraini, N. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Diskon, Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Loyalitas Konsumen Pada P.T. Ramayana Lestari Sentosa Tbk. Denpasar. *EMAS*, 46.
- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). *Metode Penelitian Bisnis*. Malang: Media Nusa Creative.
- Justitie, D., Suddin, A., & Widajanti, E. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Cita Rasa, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Waffelio Franchise Di SURAKARTA. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 246.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Insight From A to Z*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniasih, D. (2021). *Kepuasan Konsumen*. Banten: Bintang Sembilan Visitama.
- Kusumawaty, I., Achmad, V. S., Ginting, D. S., Yunike, Liana, Y., Indriyani, D., et al. (2022). *Metodologi Penelitian Keperawatan*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Mertha Jaya, I. L. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Mole, M. A., Mandey, S. I., & Kojo, C. (2019). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Royal's Resto And Function Hall Di Kota Ternate. *Jurnal EMBA*, 872.
- Nuraeni, R., Eldine, A., & Muniroh, L. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. <http://ejournal.uika->



- bogor.ac.id/index.php/MANAGE R*, 5.
- Octavia, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Index Lampung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 38.
- Oktadiani, O. D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Pada Fast Fashion Uniqlo Di Tunjungan Plaza Mall. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 4.
- Pranitasari, D., Sihotang, S., Prastuti, D., Hermastuti, P., Saodah, E. S., & Harini, S. (2022). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Masa Pandemi. *Jurnal Visionida*, 39.
- Pranitasari, D., Sihotang, S., Prastuti, D., Hermastuti, P., Saodah, E. S., & Harini, S. (2022). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Masa Pandemi. *Jurnal Visionida*, 38.
- Puspaningrum, A. (2017). *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Malang: Media Nusa Creative.
- Qomariah, N. (2020). *Pentingnya Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung*. Jember: CV. Pustaka Abadi.
- Raja Sitinjak, T. J., & Andrew, F. (2020). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi, dan Manajemen TRI BISNIS*, 202.
- Rizaldi, M. L., & Hardini, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image Dan Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Indomaret Kelurahan Padurenan, Bekasi Timur. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 79.
- Rizaldi, M. L., & Hardini, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image Dan Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Indomaret Kelurahan Padurenan, Bekasi Timur. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 79.
- Rosyidah, M., & Fijra, R. (2021). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish (Grup Penerbitan CV Budi Utama).
- Sa'adah, L., & Munir, A. F. (2020). *Kualitas Layanan, Harga dan Citra Merek Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jombang: LPPM Universitas K.H A.Wahab Abdullah.

- Sari, P. M., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Handbody Shinzui (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung). *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 57.
- Sawitri, I. T., & Rahanatha, G. B. (2019). Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*, 5269.
- Sitinjak, T. R., & Andrew, V. (2020). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi, dan Manajemen TRI BISNIS*, 202.
- Sitinjak, T., Durianto, D., Sugiarto, & Yunarto, H. I. (2004). *Model Matriks Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Siyoto, S., & Sodik, M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- 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*, 3.
- Zahara, R. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. <https://ejournal.imperiuminstitut.e.org/index.php/JMSAB>, 35.
- Zaid. (2021). *Ekuitas Merek Dan Advokasi Pelanggan*. Lamongan: Academia Publication.