

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN PENGARUHNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN
WISATA KULINER BATANG KUIS

Sipur

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas IBBI

E-mail: salim9salam@gmail.com

Almastoni

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas IBBI

E-mail: fujianivina@yahoo.co.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Wisata Kuliner Batang Kuis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif yang dilakukan melalui pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis data pengujian statistik. Populasi dalam penelitian berjumlah 350 orang dan sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 78 responden. Instrumen yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Uji hipotesis yang digunakan adalah uji t secara parsial, uji F secara simultan dan uji determinasi. Hasil penelitian dari uji regresi linear berganda yaitu $Y = -7,088 + 0,190X_1 + 0,150X_2 + 0,123X_3 + 0,106X_4 + 0,116X_5$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial tiap-tiap dimensi dari kualitas pelayanan seperti bukti fisik, kehandalan, daya tanggap dan jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Wisata Kuliner Batang Kuis. Dan hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa dimensi dari kualitas pelayanan seperti bukti fisik, kehandalan, daya tanggap dan jaminan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Wisata Kuliner Batang Kuis. Koefisien determinasi yang diperoleh untuk pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan diperoleh sebesar 47,9%, sedangkan sisanya 52,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of service quality on customer loyalty in the Wisata Kuliner Batang Kuis. The method used in this research is quantitative descriptive method which is carried out through data collection using questionnaires and statistical test data analysis. The population in this study amounted to 350 people and the sample used in this study was 78 respondents. The instrument used was a validity test and a reliability test. The data analysis used is multiple linear regression analysis. Hypothesis test used is partial t test, simultaneous F test and determination test. The results of the research from multiple linear regression test are $Y = -7,088 + 0,190X_1 + 0,150X_2 + 0,123X_3 + 0,106X_4 + 0,116X_5$. The results showed that partially each of the dimensions of service quality such as physical evidence, reliability, responsiveness and assurance have a significant effect on customer loyalty in the Wisata Kuliner Batang Kuis. And the results of research simultaneously show that the dimensions of service quality such as physical evidence, reliability, responsiveness and assurance and empathy have a significant effect on customer loyalty in the Wisata Kuliner Batang Kuis. The coefficient of determination obtained for the effect of service quality Influence on customer loyalty was 47,9%, while the remaining 52,1% was influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: Service Quality and Customer Loyalty

1. PENDAHULUAN

Wisata Kuliner Batang Kuis berfokus pada pengembangan bisnis makanan dan minuman menu nasional dan beberapa menu yang disediakan seperti nasi goreng kari hijau, nasi sapi kemangi, pulut mangga dan teh tradisional adalah menu spesial dan paling *recommended* yang ada di menu nasional ini. Wisata Kuliner Batang Kuis berupaya menyediakan produk yang berkualitas serta beraneka ragam untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang menyukai makanan dan minuman menu Nasional. Dengan penjelasan tersebut, maka penulis melakukan *survey* penilaian dan penjelasan responden variabel loyalitas pelanggan berdasarkan tanggapan dari 30 responden yang makan ke Wisata Kuliner Batang Kuis.

Tabel 1.1 Penilaian dan Penjelasan Responden Variabel Loyalitas Pelanggan

No.	Pertanyaan	Skor	Keterangan
1.	Saya selalu setia mengkonsumsi makanan dan minuman di Wisata Kuliner Batang Kuis.	114	Selalu setia mengkonsumsi makanan dan minuman di Wisata Kuliner Batang Kuis.
2.	Saya tidak pernah terpengaruh terhadap lainnya.	104	Konsumen mudah terpengaruh terhadap lainnya.
3.	Saya selalu merekomendasikan pelayanan Wisata Kuliner Batang Kuis kepada teman-teman saya maupun orang lain.	111	Bersedia merekomendasikan Wisata Kuliner Batang Kuis ke teman-teman saya maupun orang lain
Total Skor		329	
Nilai Rata-rata Skor		109,7	

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan hasil *survey* yang sudah peneliti lakukan kepada 30 orang *customer* yang datang makan ke Wisata Kuliner Batang Kuis terdapat masalah dalam loyalitas pelanggan yaitu konsumen mudah terpengaruh oleh lainnya. Tabel 1.2 berikut ini merupakan data penjualan dari Wisata Kuliner Batang Kuis dan hal ini dapat membuktikan bahwa sulitnya mencari pelanggan baru untuk melakukan pembelian produk dan layanan di Wisata Kuliner Batang Kuis.

Tabel 1.2 Data Penjualan Wisata Kuliner Batang Kuis Periode Januari-Desember 2019

No	Bulan	Order			Total Pendapatan (Rp)
		Makanan	Minuman	Total Porsi	
1	Januari	90	220	310	310.000.000
2	Februari	200	91	291	291.000.000
3	Maret	180	96	276	276.000.000
4	April	189	81	270	270.000.000
5	Mei	180	77	257	257.300.000
6	Juni	165	71	236	237.000.000
7	Juli	69	161	230	230.950.000
8	Agustus	156	67	223	224.130.000
9	September	145	62	207	207.900.000
10	Oktober	60	141	201	202.740.000
11	November	137	58	195	196.500.000
12	Desember	133	57	190	190.650.000

Sumber: Wisata Kuliner Batang Kuis

Namun berdasarkan pengamatan peneliti hal yang diduga menjadi penyebab turunnya loyalitas pelanggan yang ditandai dengan menurunnya penjualan Wisata Kuliner Batang Kuis yaitu menurut hasil *survey* penilaian dan penjelasan atau tanggapan responden dari 30 responden yang makan ke Wisata Kuliner Batang Kuis terdapat permasalahan dalam bukti fisik yang mana dapat dilihat dari tabel 1.3 sebagai berikut.

Tabel 1.3 Penilaian dan Penjelasan Responden Variabel Bukti Fisik

No.	Pertanyaan	Skor	Keterangan
1.	Peralatan seperti meja dan kursi yang digunakan terlihat bagus dan menarik	62	Peralatan seperti meja dan kursi yang digunakan sudah lama.
2.	Suasana dan <i>interior</i> Wisata Kuliner Batang Kuis terlihat menarik.	68	Suasana dan <i>interior</i> Wisata Kuliner Batang Kuis terlihat tampak biasa saja.
3.	Kerapian dan kebersihan karyawan sangat terjaga.	135	Kerapian dan kebersihan karyawan sangat terjaga.
4.	Kebersihan Karyawan menjamin kebersihan makanan dan minuman yang disajikan karyawan.	116	Kebersihan karyawan menjamin kebersihan makanan dan minuman yang disajikan karyawan.
5.	Wisata Kuliner Batang Kuis menyediakan tempat untuk <i>smoking area</i> .	125	Wisata Kuliner Batang Kuis menyediakan tempat untuk <i>smoking area</i> .
6.	Teknologi <i>system</i> pembayaran di Wisata Kuliner Batang Kuis sangat canggih.	120	Teknologi <i>system</i> pembayaran di Wisata Kuliner Batang Kuis sangat canggih.
Total Skor		626	
Nilai Rata-rata Skor		104,33	

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan hasil *survey* yang sudah peneliti lakukan kepada 30 orang *customer* yang datang makan ke Wisata Kuliner Batang Kuis terdapat masalah kualitas pelayanan dalam bukti fisik yaitu terdapat penggunaan peralatan meja dan kursi yang digunakan sudah lama tidak diganti dan suasana tempat Wisata Kuliner Batang Kuis terlihat tampak biasa saja yang dimana *desain interior* tema ruangnya tidak pernah dilakukan perubahan, sehingga membuat pelanggan menjadi bosan dan kurang tertarik untuk kembali melakukan pembelian. Menurut hasil *survey* penilaian dan penjelasan atau tanggapan responden dari 30 responden yang makan ke Wisata Kuliner Batang Kuis terdapat permasalahan dalam kehandalan yang dimana dapat dilihat dari Tabel 1.4 sebagai berikut.

Tabel 1.4 Penilaian dan Penjelasan Responden Variabel Kehandalan

No.	Pertanyaan	Skor	Keterangan
1.	Karyawan siap dalam menerima pelanggan dengan cepat dan tanggap.	80	Karyawan tidak terdapat sikap yang cepat dan tanggap terhadap penerimaan pesanan pelanggan.
2.	Karyawan selalu siap dalam menerima pesanan dari pelanggan.	120	Karyawan selalu siap dalam menerima pesanan dari pelanggan.
3.	Karyawan melayani dengan prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit.	132	Karyawan melayani dengan prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit.
4.	Penyampaian informasi dari Karyawan Wisata Kuliner Batang Kuis sangat mudah dimengerti dan di pahami.	75	Penyampaian informasi dari Karyawan Wisata Kuliner Batang Kuis sangat sulit dimengerti dan di pahami.
5.	Hasil kerja karyawan yang akurat dan tepat waktu.	114	Hasil kerja karyawan yang akurat dan tepat waktu.
6.	Karyawan memiliki kinerja yang bagus sehingga cepat dan tepat.	140	Karyawan memiliki kinerja yang bagus sehingga cepat dan tepat.
7.	Karyawan selalu menepati janjinya jika ada pelanggan yang memesan tempat duduk <i>via</i> telepon.	41	Karyawan selalu tidak menepati janjinya jika ada pelanggan yang memesan tempat duduk <i>via</i> telepon .
8.	Karyawan Wisata Kuliner Batang Kuis mampu membuat pesanan pelanggan sesuai yang di inginkan pelanggan.	145	Karyawan Wisata Kuliner Batang Kuis mampu membuat pesanan pelanggan sesuai yang di inginkan pelanggan.
Total Skor		847	
Nilai Rata-rata Skor		105,88	

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan hasil *survey* yang sudah peneliti lakukan kepada 30 orang *customer* yang datang makan ke Wisata Kuliner Batang Kuis terdapat masalah kualitas pelayanan dalam hal kehandalan yaitu karyawan kurang terdapat sikap yang cepat dan tanggap terhadap penerimaan pesanan pelanggan yang datang untuk melakukan pembelian, penyampaian informasi dari karyawan Wisata Kuliner Batang Kuis sangat susah dimengerti dan karyawan selalu tidak menepati janjinya jika ada pelanggan yang memesan tempat duduk *via* telepon sehingga menimbulkan *respon* yang negatif dari pelanggan terhadap perusahaan. Menurut hasil *survey* penilaian dan penjelasan atau

tanggapan responden dari 30 responden yang makan ke Wisata Kuliner Batang Kuis terdapat permasalahan dalam daya tanggap yang dimana dapat dilihat dari tabel 1.5 sebagai berikut.

Tabel 1.5 Penilaian dan Penjelasan Responden Variabel Daya Tanggap

No.	Pertanyaan	Skor	Keterangan
1.	Karyawan Wisata Kuliner Batang Kuis cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan.	80	Karyawan Wisata Kuliner Batang Kuis tidak cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan.
2.	Wisata Kuliner Batang Kuis selalu menerima dan menyelesaikan keluhan dari pelanggan.	120	Wisata Kuliner Batang Kuis selalu menerima dan menyelesaikan keluhan dari pelanggan.
3.	Karyawan mampu memberikan informasi yang jelas dan mudah di pahami.	132	Karyawan mampu memberikan informasi yang jelas dan mudah di pahami.
4.	Informasi dari karyawan Wisata Kuliner Batang Kuis membuat saya tertarik untuk berkunjung pertama kali.	114	Informasi dari karyawan Wisata Kuliner Batang Kuis membuat saya tertarik untuk berkunjung pertama kali.
5.	Karyawan bertindak dengan cepat pada saat menerima pesanan pelanggan.	75	Karyawan tidak bertindak dengan cepat pada saat menerima pesanan pelanggan.
6.	Karyawan selalu ada pada saat pelanggan ingin memesan makanan atau minuman dari pesanan <i>online</i> .	140	Karyawan selalu ada pada saat pelanggan ingin memesan makanan atau minuman dari pesanan <i>online</i> .
Total Skor		661	
Nilai Rata-rata Skor		110,17	

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan hasil *survey* yang sudah peneliti lakukan kepada 30 orang *customer* yang datang makan ke Wisata Kuliner Batang Kuis terdapat masalah kualitas pelayanan dalam hal daya tanggap yaitu para karyawan kurang memberikan *respon* yang positif kepada pelanggan yang dikarenakan karyawan Wisata Kuliner Batang Kuis tidak cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan dan karyawan tidak bertindak dengan cepat pada saat menerima pesanan pelanggan sehingga pelanggan kurang mengerti atas produk makanan dan minuman yang ditawarkan oleh karyawan tersebut.

Dalam hal jaminan di Wisata Kuliner Batang Kuis menimbulkan *respon* positif yang dimana karyawan mampu memberikan kepercayaan dan tanggung jawab atas pesanan yang diberikan kepada pelanggan, hal ini ditunjukkan adanya tanggung jawab dari karyawan dengan mengganti pesanan apabila terjadi kesalahan dalam pengantaran pesanan yang tidak sesuai dengan yang dipesan oleh pelanggan. Kemudian dari hal segi empati Wisata Kuliner Batang Kuis telah memberikan *respon* yang positif dalam menghadapi dan menyelesaikan masalah pelanggan seperti memberikan perhatian khusus terhadap setiap keluhan yang diberikan oleh pelanggan dan berusaha untuk memperbaiki dan menyelesaikan masalah tersebut dengan efektif.

Melihat pentingnya peran kualitas pelayanan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan masih kurangnya penelitian tentang bagaimana hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dan adanya harga yang tidak sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan karyawan kepada pelanggan. Dengan terciptanya kualitas pelayanan yang tinggi, maka diharapkan karyawan dan pimpinan dapat melaksanakan tugas dan tanggung jawab masing-masing dalam mencapai tujuan perusahaan. Berdasarkan permasalahan diatas, tujuan penelitian ini menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada wisata kuliner Batang Kuis.

2. TINJAUAN LITERATUR

Kualitas Pelayanan

Menurut Supranto (2006:226) kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Menurut Fandi (2012:157) kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Setiap konsumen pasti memiliki pemahaman dan pengetahuan tentang aspek pelayanan dari suatu produk.

Menurut Parasuraman (1988:23) kualitas layanan merupakan refleksi persepsi evaluatif konsumen terhadap pelayanan yang diterima pada suatu waktu tertentu. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumen

nya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang di berikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Kualitas layanan dapat berpengaruh kepada kepuasan konsumen dan kemudian berdampak terhadap kepercayaan, serta dapat menimbulkan loyalitas konsumen.

Menurut Utami (2015) ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas melalui kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik dapat menimbulkan kepuasan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan pelanggan sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan, maka pelayanan tersebut dianggap berkualitas dan memuaskan. Bila kepuasan sudah timbul, maka akan terbentuk loyalitas pelanggan. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu penyajian produk atau jasa yang sesuai dengan standar perusahaan dan diupayakan dalam penyampaian produk dan jasa tersebut sama dengan apa yang diharapkan pelanggan atau melebihi harapannya.

Loyalitas Pelanggan

Konsep loyalitas lebih mengarah kepada perilaku pelanggan dibandingkan dengan sikap. Seseorang pelanggan yang loyal akan memperlihatkan perilaku pembelian yang dapat diartikan sebagai pola pembelian ulang yang teratur dan dalam waktu yang sama yang dilakukan oleh unit pembuat atau pengambil keputusan.

Zulkarnain (2012) menyatakan loyalitas pelanggan dapat didefinisikan sebagai komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian yang konsisten. Lebih lanjut Kotler dan Keller (2012:138) menyatakan loyalitas (*loyalty*) sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan konsumen beralih.

Loyalitas Pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek toko, atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Menurut Lupiyodi (2010:42) pasar dapat disegmentasikan berdasarkan loyalitas pelanggan ke dalam empat kelompok, yaitu:

1. *Hard care loyals*, yakni kelompok konsumen yang benar-benar loyal terhadap satu macam produk.
2. *Soft care loyals*, yakni kelompok konsumen yang agak loyal, mereka loyal terhadap dua produk atau menyukai suatu produk tetapi kadang-kadang menggunakan produk lain.
3. *Shifting loyals*, yakni kelompok yang suka berpindah dari merek satu ke merek yang lainnya.
4. *Switchers*, yakni kelompok konsumen yang tidak menunjukkan loyalitas terhadap merek ataupun, mereka lebih menyukai suatu yang baru muncul.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian dengan survei pendekatan deskriptif kuantitatif. Pendekatan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan-hubungan dan pengaruh kualitas pelayanan (bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati) terhadap loyalitas pelanggan.

Tabel 3.1 Variabel Penelitian Dan Indikator

Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel	Skala
Bukti Fisik (X ₁)	Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Sumber: Rizqy (2016)	1. Penataan <i>interior</i> dan <i>eksterior</i> . 2. Kerapian dan kebersihan karyawan. 3. Teknologi yang digunakan. Sumber: Farizal (2015)	Likert
Kehandalan (X ₂)	Kinerja harus sesuai dengan harapan anggota yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi. Sumber: Raharjo (2006)	1. Prosedur penerimaan pelanggan yang cepat dan tepat. 2. Prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit 3. Hasil kerja yang akurat dan tepat 4. Mampu menepati janji dengan tepat Sumber: Lupiyoadi (2011)	Likert
Daya Tanggap (X ₃)	Keinginan para <i>staff</i> dan karyawan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Sumber : Marcel dan Widjaja (2017)	1. Kemampuan karyawan untuk cepat tanggap menyelesaikan keluhan pelanggan. 2. Karyawan memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti. 3. Tindakan cepat pada saat pelanggan Sumber: Lupiyoadi (2011)	Likert
Jaminan (X ₄)	Pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para <i>staff</i> , bebas dari bahaya, risiko atau keraguan. Sumber : Lupiyoadi (2016)	1. Karyawan yang memiliki pengetahuan yang cukup dan lengkap. 2. Karyawan memiliki keterampilan dalam memberikan informasi. 3. Terdapat rasa aman dalam berinteraksi dengan perusahaan. Sumber : Lupiyoadi (2011)	Likert
Empati (X ₅)	Kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Sumber: Farizal (2015)	1. Memberikan perhatian khusus pada setiap pelanggan 2. Perhatian terhadap keluhan pelanggan 3. Karyawan mampu berkomunikasi dengan efektif terhadap pelanggan 4. Adanya pendekatan personal dari karyawan pada setiap pelanggan Sumber: Lupiyoadi (2011)	Likert
Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus terhadap barang atau jasa dari suatu perusahaan yang dipilih. Sumber: Griffin (2013)	1. <i>Repeat Purchase</i> (kesetiaan terhadap pembelian produk) 2. <i>Retention</i> (ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan 3. <i>Referrals</i> (merefereasikan kepada orang lain) Sumber: Kotler dan Keller (2016)	Likert

4. HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Hasil Penelitian

Uji Secara Parsial (Uji – t)

Pengujian hipotesis dengan menggunakan pengujian secara parsial digunakan untuk menguji signifikan pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

Tabel 4.1 Hasil Uji Parsial (Uji – t)

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	-2,752	,007
	Bukti Fisik	2,325	,023
	Kehandalan	2,438	,017
	Daya Tanggap	2,211	,030
	Jaminan	2,229	,029
	Empati	2,207	,030

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan tabel diatas nilai t_{hitung} sudah diperoleh dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tingkat $\alpha=5\%$ dengan derajat bebas $df - k$ ($df=$ jumlah variabel independen) yaitu = $78 - 6 = 72$. Uji t_{hitung} yang dilakukan adalah uji dua pihak maka t_{tabel} yang digunakan adalah taraf kesalahan 5% atau 0,05 (72) 1,993.

Uji Secara Simultan (Uji – F)

Pengujian hipotesis dengan menggunakan pengujian secara simultan digunakan untuk menguji signifikan pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

Tabel 4.2 Hasil Uji Simultan (Uji – F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	125,644	5	25,129	15,154	,000 ^b
	Residual	119,395	72	1,658		
	Total	245,038	77			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Empati, Daya Tanggap, Jaminan, Bukti Fisik, Kehandalan

Berdasarkan hasil perhitungan uji simultan sebagaimana terangkum dalam tabel diatas, menunjukkan nilai statistik F_{hitung} sebesar 15,154 pada derajat bebas 1 ($df_1 = k - 1 = 6 - 1 = 5$), dan derajat bebas 2 ($df_2 = n - k = 78 - 6 = 72$), dimana $n =$ jumlah sampel $k =$ jumlah variabel maka nilai F_{tabel} pada taraf kepercayaan signifikan 0,05 adalah 2,34 dengan demikian hasil perhitungan SPSS diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $(15,154) > F_{tabel} (2,34)$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat di simpulkan bahwa hipotesis (H_0) di terima yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Wisata Kuliner Batang Kuis.

Uji Determinasi (R²)

Koefisien determinasi ditujukan mengetahui besarnya pengaruh antara variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan maka dilakukan perhitungan koefisien determinasi di kuadrat kan (R²).

Tabel 4.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)
 Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.716 ^a	.513	.479	1,288

a. Predictors: (Constant), Empati, Daya Tanggap, Jaminan, Bukti Fisik, Kehandalan
 b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan Tabel 4.3 Hasil perhitungan menggunakan program SPSS diketahui nilai R Square sebesar 0,479 artinya variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Wisata Kuliner Batang Kuis sebesar 0,479 atau 47,9% dan sisanya 52,1% dijelaskan variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian. Dengan hal ini peneliti memilih R Square karena individu yang di teliti adalah partisipan. Maka di simpulkan di hipotesis (H₆). Variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Wisata Kuliner Batang Kuis.

Pembahasan

Pengaruh Variabel Bukti Fisik Berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Wisata Kuliner Batang Kuis.

Berdasarkan pengujian secara parsial hipotesis (H₁) membuktikan variabel bukti fisik berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Wisata Kuliner Batang Kuis. melalui hasil perhitungan nilai *t*_{hitung} sebesar 2,325 lebih besar dari *t*_{tabel} 1,993 dengan signifikan 0,023 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan hipotesis (H₁) diterima. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa bukti fisik berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Wisata Kuliner Batang Kuis. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Auka (2013), Bucek (2014), Utami (2015), Haryono (2015) dan Jumawan (2018) yang menyatakan bahwa bukti fisik berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Pernyataan-pernyataan yang seharusnya di pertahankan variabel bukti fisik yaitu Peralatan seperti meja dan kursi yang digunakan, area yang disediakan untuk *smoking area* dan teknologi *system* pembayaran yang canggih. Implikasi permasalahan perusahaan terlihat dari suasana dan *interior* Wisata Kuliner Batang Kuis tidak terlihat tampak biasa saja, kerapian dan kebersihan karyawan sangat tidak terjaga, kebersihan karyawan tidak menjamin kebersihan makanan dan minuman yang disajikan karyawan sehingga terdapat minimnya pelanggan yang berkunjung di Wisata Kuliner Batang Kuis.

Hipotesis pada variabel bukti fisik (H₁) didukung secara statistik yang artinya bahwa data yang dikumpulkan berhasil membuktikan antara bukti fisik dan loyalitas pelanggan, oleh karena itu sampel berhasil membuktikan penelitian tersebut. Oleh karena itu yang perlu dilakukan perusahaan adalah memperhatikan dan menunjukkan fisik pesona Wisata Kuliner Batang Kuis serta mengidentifikasi para pelayan dan memberikan kesan yang bersih, kenyamanan serta ketertarikan pada pelanggan agar pelanggan senang berkunjung dan loyal pada Wisata Kuliner Batang Kuis tersebut.

Pengaruh Variabel Kehandalan Berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Wisata Kuliner Batang Kuis

Berdasarkan pengujian secara parsial hipotesis (H₂) membuktikan variabel kehandalan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Wisata Kuliner Batang Kuis .melalui hasil

perhitungan nilai t_{hitung} sebesar 2,438 lebih besar dari t_{tabel} 1,993 dengan signifikan 0,017 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan hipotesis (H_2) diterima yaitu kehandalan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Wisata Kuliner Batang Kuis. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Utami (2015), Haryono (2015) dan Hangganingrum (2017) yang menyatakan bahwa kehandalan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Pernyataan-pernyataan yang seharusnya di pertahankan variabel kehandalan yaitu Karyawan melayani dengan prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit, penyampaian informasi dari karyawan mudah dimengerti dan di pahami, hasil kerja karyawan yang akurat dan tepat waktu, karyawan selalu menepati janjinya jika ada pelanggan yang memesan tempat duduk *via* telepon. Implikasi permasalahan perusahaan terlihat dari karyawan tidak siap dalam menerima pelanggan dengan cepat dan tanggap, karyawan tidak siap dalam menerima pesanan dari pelanggan, karyawan tidak memiliki kinerja yang bagus, karyawan Wisata Kuliner Batang Kuis tidak mampu membuat pesanan pelanggan sesuai yang di inginkan pelanggan.

Hipotesis pada variabel kehandalan (H_2) didukung secara statistik yang artinya bahwa data yang dikumpulkan berhasil membuktikan antara kehandalan dan loyalitas pelanggan, oleh karena itu sampel berhasil membuktikan penelitian tersebut. Oleh karena itu yang perlu dilakukan perusahaan adalah memperhatikan kinerja karyawan dan kemampuan karyawan dalam melayani dan memberikan ketepatan janji yang telah dipesankan pelanggan kepada karyawan agar pelanggan senang berkunjung dan loyal pada Wisata Kuliner Batang Kuis tersebut.

Pengaruh Variabel Daya Tanggap Berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Wisata Kuliner Batang Kuis.

Berdasarkan pengujian secara parsial hipotesis (H_3) membuktikan variabel daya tanggap berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Wisata Kuliner Batang Kuis. Melalui hasil perhitungan nilai t_{hitung} sebesar 2,211 lebih besar dari t_{tabel} 1,993 dengan signifikan 0,030 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan hipotesis (H_3) diterima yaitu daya tanggap berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Wisata Kuliner Batang Kuis. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Utami (2015) dan Kustiawan (2015), Wantara (2015) dan Subeabasni (2018) yang menyatakan bahwa daya tanggap berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Pernyataan-pernyataan yang seharusnya di pertahankan variabel daya tanggap yaitu cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan, selalu menerima dan menyelesaikan keluhan dari pelanggan, mampu memberikan informasi yang jelas dan mudah di pahami, bertindak dengan cepat, selalu ada pada saat pelanggan ingin memesan makanan atau minuman dari pesanan *online*. Implikasi permasalahan perusahaan terlihat dari Informasi dari karyawan membuat saya tidak tertarik untuk berkunjung pertama kali.

Hipotesis pada variabel daya tanggap (H_3) didukung secara statistik yang artinya bahwa data yang dikumpulkan berhasil membuktikan antara daya tanggap dan loyalitas pelanggan, oleh karena itu sampel berhasil membuktikan penelitian tersebut. Oleh karena itu yang perlu dilakukan perusahaan adalah memperhatikan pemberian informasi yang akurat agar pelanggan senang berkunjung dan loyal pada Wisata Kuliner Batang Kuis tersebut.

Pengaruh Variabel Jaminan Berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Wisata Kuliner Batang Kuis.

Berdasarkan pengujian secara parsial hipotesis (H_4) membuktikan variabel jaminan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Wisata Kuliner Batang Kuis hasil perhitungan nilai t_{hitung} sebesar 2,229 lebih besar dari t_{tabel} 1,993 dengan signifikan 0,029 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan hipotesis (H_4) diterima yaitu jaminan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Wisata Kuliner Batang Kuis. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Utami (2015), Dubey (2016) dan Senyowaty (2016) yang menyatakan bahwa jaminan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Pernyataan-pernyataan yang seharusnya di pertahankan variabel jaminan yaitu memiliki pengetahuan yang baik di bidang usaha kuliner, adanya keterampilan karyawan dalam memberikan informasi. Memberikan rasa nyaman saat berinteraksi dengan pelayan Wisata Kuliner Batang Kuis. Implikasi permasalahan perusahaan terlihat dari kurang

paham dengan produk makanan dan minuman yang ditawarkan kepada pelanggan, Informasi yang diberikan tidak membuat pelanggan tertarik untuk membeli ulang dan adanya ketidakmampuan karyawan memberikan kepercayaan dan keamanan ketika berada di Wisata Kuliner Batang Kuis.

Hipotesis pada variabel jaminan (H_4) didukung secara statistik yang artinya bahwa data yang dikumpulkan berhasil membuktikan antara jaminan dan loyalitas pelanggan, oleh karena itu sampel berhasil membuktikan penelitian tersebut. Oleh karena itu yang perlu dilakukan perusahaan adalah memberikan edukasi kepada karyawan tentang produk dan strategi pelayanan agar pelanggan senang berkunjung dan loyal pada Wisata Kuliner Batang Kuis tersebut.

Pengaruh Variabel Empati Berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Wisata Kuliner Batang Kuis.

Berdasarkan pengujian secara parsial hipotesis (H_5) membuktikan variabel jaminan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Wisata Kuliner Batang Kuis. Melalui hasil perhitungan nilai t_{hitung} sebesar 2,207 lebih besar dari t_{tabel} 1,993 dengan signifikan 0,030 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan hipotesis (H_5) diterima yaitu empati berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Wisata Kuliner Batang Kuis. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Utami (2015), Senyowaty (2016) dan Nuridin (2018) yang menyatakan bahwa jaminan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Pernyataan-pernyataan yang seharusnya di pertahankan variabel empati yaitu pelanggan selalu mendapatkan perhatian khusus dari karyawan ketika pelanggan berkunjung ke Wisata Kuliner Batang Kuis., Karyawan selalu menanyakan apakah pelanggan ingin memesan menu baru, memiliki kemampuan berkomunikasi dengan efektif kepada setiap pelanggan dan pendekatan personal dari karyawan kepada setiap pelanggan.

Implikasi permasalahan perusahaan terlihat dari tidak selalu memperhatikan keluhan pelanggan, tidak memiliki kemampuan berkomunikasi dengan efektif kepada setiap pelanggan, komunikasi karyawan dengan pelanggan tidak mudah dimengerti dan dipahami oleh pelanggan dan karyawan tidak selalu berupaya untuk lebih dekat dengan pelanggan agar pelanggan senantiasa mengingat dan selalu datang berkunjung di Wisata Kuliner Batang Kuis. Hipotesis pada variabel empati (H_5) didukung secara statistik yang artinya bahwa data yang dikumpulkan berhasil membuktikan antara empati dan loyalitas pelanggan, oleh karena itu sampel berhasil membuktikan penelitian tersebut. Oleh karena itu yang perlu dilakukan perusahaan adalah meningkatkan kepedulian terhadap pelanggan dan memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan agar pelanggan senang berkunjung dan loyal pada Wisata Kuliner Batang Kuis tersebut.

Pengaruh Variabel Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati Berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Wisata Kuliner Batang Kuis.

Berdasarkan hasil perhitungan uji simultan terbukti bahwa bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hasil uji simultan menunjukkan nilai statistik F_{hitung} sebesar 15,154 pada derajat bebas 1 (df_1) = $k - 1 = 6 - 1 = 5$, dan derajat bebas 5 (df_2) = $n - k = 78 - 6 = 72$, dimana n = jumlah sampel k = jumlah variabel maka nilai F_{tabel} pada taraf kepercayaan signifikan 0,05 adalah 2,34 dengan demikian hasil perhitungan SPSS diperoleh nilai F_{hitung} sebesar (15,154) > F_{tabel} (2,34) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat di simpulkan bahwa hipotesis (H_6) di terima yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Wisata Kuliner Batang Kuis. Berdasarkan Hasil perhitungan menggunakan program SPSS diketahui nilai R Square sebesar 0,479 artinya variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Wisata Kuliner Batang Kuis sebesar 0,479 atau 47,9% dan sisanya 52,1% dijelaskan variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Paramitha (2013), Dubey (2016) dan (Senyowaty) yang menyatakan bahwa jaminan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Masalah yang tengah di hadapi Wisata Kuliner Batang Kuis adalah menurunnya tingkat loyalitas pelanggan yang berkunjung ke Wisata Kuliner Batang Kuis. Hal ini dikarenakan oleh

rendahnya pengetahuan atas penguasaan produk yang ditawarkan, rendahnya kebersihan dan ketelitian karyawan sehingga membuat pelanggan kurang nyaman dan berpindah ke tempat lain yang lebih memberikan kenyamanan dan fasilitas dari pada Wisata Kuliner Batang Kuis. Oleh karena itu yang perlu dilakukan perusahaan adalah memperhatikan dan menunjukkan pesona interior, mengembangkan tingkat efektifitas dan produktifitas kerja karyawan serta mengidentifikasi keinginan pelanggan serta memenuhi permintaan pelanggan yang dimana mampu memikat dan menarik perhatian pelanggan serta membuat pelanggan loyal terhadap Wisata Kuliner Batang Kuis dengan spesifikasi yang sesuai dengan informasi dan memberikan berupa diskon atau *cashback* yang mampu melampaui ekspektasi para pelanggan Wisata Kuliner Batang Kuis.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan.

1. Secara parsial bukti fisik berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Wisata Kuliner Batang Kuis.
2. Secara parsial kehandalan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Wisata Kuliner Batang Kuis.
3. Secara parsial daya tanggap berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Wisata Kuliner Batang Kuis.
4. Secara parsial jaminan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Wisata Kuliner Batang Kuis.
5. Secara parsial empati berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Wisata Kuliner Batang Kuis.
6. Secara simultan bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Wisata Kuliner Batang Kuis.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, maka saran – saran yang dapat di berikan terkait pengaruh bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Untuk variabel Bukti Fisik pada Wisata Kuliner Batang Kuis sebaiknya memperhatikan kesesuaian interior dan fasilitas dengan fungsi dan sesuai dengan kegunaannya dan menjamin kenyamanan para pelanggan yang berkunjung.
2. Untuk variabel Kehandalan sebaiknya memperhatikan dan meningkatkan ketangkapan dan kecepatan pelayanan, pemberian informasi yang akurat yang mudah di pahami serta memberikan pelayanan yang prima yang dapat melampaui ekspektasi pelanggan yang mampu meningkatkan loyalitas pelanggan.
3. Untuk variabel Daya Tanggap sebaiknya memperhatikan keluhan dan memberikan penyelesaian yang dapat memuaskan pelanggan melalui penjelasan yang baik serta ketangkapan pelayanan dalam memberikan kebutuhan pelanggan baik yang pertama kali berkunjung maupun pelanggan tetap pada Wisata Kuliner Batang Kuis.
4. Untuk variabel Jaminan sebaiknya memperhatikan tingkat pengetahuan dan penguasaan karyawan atas produk – produk yang ditawarkan baik fungsi dan manfaat bagi pelanggan yang menikmati nya dan kemampuan karyawan berinteraksi dan berkomunikasi yang baik kepada pelanggan pada Wisata Kuliner Batang Kuis.
5. Untuk variabel Empati sebaiknya memperhatikan dan meningkatkan sikap dalam memberikan perhatian khusus, menanyakan pelanggan untuk memilih apa yang di inginkan dan meningkatkan kepedulian kepada pelanggan yang membutuhkan pelayanan yang baik dari karyawan pada Wisata Kuliner Batang Kuis.
6. Untuk variabel Loyalitas Pelanggan sebaiknya memberikan pelayanan yang baik yang mampu membuat pelanggan ketergantungan dan merekomendasikan Wisata Kuliner Batang Kuis

kepada teman, kerabat dan lainnya untuk berkunjung dan menikmati hidangan yang disediakan.

7. Bagi peneliti selanjutnya, dalam mengkaji masalah yang sama dapat menggantikan atau menambah variabel lain selain bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati agar dapat meningkatkan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar. 2009. *Impact of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction Loyalty*, ABAC Journal, Vol. 29, No.1.Januari, 24-38
- Amstrong, Garry Dan Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesembilan. Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Auka. 2013. *Perceived Service Quality And Customer Loyalty in retail Banking in Kenya*.*British Journal of Marketing Studies*.1, No.3, pp. 32-61.
- Bucak, Turgay. 2014. *The Effect Of Service Quality On Customer Satisfaction: Research On Customer Satisfaction: A Research On Hotel Businesses. Internasional Journal OF Education and Research*, Vol 2. No.1.
- Buchari, Alma. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung Alfabeta.
- Danang, Sunyoto. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru.
http://repository.upi.edu/17628/4/S_MBS_1001311_Bibliography
- Dubey, Archi. 2016. *Impact of Service Quality on Customer Loyalty- A Study on Telecom Sector in India. IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*.Vol 2 Issue.2 e-ISSN : 2278-487X. p-ISSN:2319-7668.
- Fandi, Tjiptono. 2011. *Kualitas jasa: pengukuran, Keterbatasan dan Implikasi Manjerial*. Manajemen Usahawan Indonesia. Jakarta.
- Farizal. 2015. *Pengaruh Kepemimpinan, Kompensasi Dan Lingkungan Kerja Fisik Terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada Karyawan Bagian Produksi PT. JAMU JAGO Kota Semarang)*. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Garvin, Davin Alan.1998 *Managing Quality*.New York: The Free Press.
- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanggraningrum, Hariyanti dan Rudijanto. 2017. *The Effect of Service Quality on Outpatient satisfaction Of Dr. Soegiri General Hospital Lamongan. Journal of Applied Manajemen*. Malang: Universitas Brawijaya Malang.
- Haryono, Gampo. 2015. *Pengendalian Kualitas Statistik (Pendekatan Teoritis dan Aplikatif)*. Yogyakarta: Gava Merdia
- Jumawan. 2018. *The Effectof Service Quality on Loyalty using Satisfaction as an Intervening Variable (Study on Entrepreneurs in Bekasi Bonded Zone)*.international Journal of Advanced Engineering, Management and Science (IJAEMS) .ISSN: 2454-1311
- Kotler, Philipdan Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management*, Edisi 14, and New Jersey: Prentice-Hall Published
- _____. 2016. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip.2012. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi. 2010. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta
- _____.2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Selembe Empat.
- _____. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga.
- Marcell dan Adiwijaya. 2017. *Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Auto Brindal di Surabaya*, Agora Vol.5 No.1.
- Nuridin. 2018. *Effect of service quality and quality of products to customer loyalty with customer satisfaction asintervening variable in PT. nano coating Indonesia. International Journal of*

- Business and Applied Social Science*, Vol.4 No.1 Hal.19-31. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-55666-2>
- Parasuraman, Zeithaml.1988. SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality.*Journal of Retailing*. Vol. 64. No. 1. Spring. 12-40. Aneka Usaha” Pusat Veterinaria Farma. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. Vol. 1. No. 3.
- Priyanto. 2013. Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS. Jakarta: Media Kom.
- Subaebasni. 2019. “Effect of Brand Image, the Quality and Price on Customer Satisfaction and Implications for Customer Loyalty PT Strait Liner Express in Jakarta”. *Http: www.econjournals.com. International Review of Management and Marketing*. Vol. 9. No.1. Hal. 90-97.
- Senyowati. 2016. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Perdemiasi” . Surakarta: Tesis Muhammadiyah Surakarta.
- Suparyanto & Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran, In Media*, Yogyakarta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto. 2006. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. Cetakan Ketiga. Rineka Cipta: Jakarta.
- Tiasanti dan Sitio. 2019. *Koperasi Teori dan Praktik*. Jakarta : Erlangga.
- Utami. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, harga dan Lokasi terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 4. No. 5.
- Wantara, Pribanus2015. The Relantionships among Servis Quality. Customer Satisfaction, and Customer Loyalty in liberary Services. *International journal Of Economics And financial Issues*. Volume 5, No 1S:264:269b.
- Wibowo. 2012. *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Zulkarnain. 2012. Ilmu menjual Pendekatan Teoritis dan kecakapan menjual, Graha Ilmu, Yogyakarta