



**PENGARUH KEUNGGULAN SUMBER DAYA MANUSIA,
KUALITAS PELAYANAN DAN KEINGINAN KONSUMEN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Kasus pada Mahasiswa FEB
yang Berbelanja di Indomaret)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Oleh**

Reza Amanullah Rusydi

NPM 21801081346



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN**

2022

Pengaruh Keunggulan Sumber Daya Manusia, Kualitas Pelayanan dan Keinginan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan
(Studi Kasus pada Mahasiswa FEB yang Berbelanja di Indomaret)

Oleh :

Reza Amanullah Rusydi

21801081346

ABSTRAK

Riset ini memiliki tujuan agar dapat mengetahui pengaruh Keunggulan Sumber Daya Manusia, Kualitas Pelayanan dan Keinginan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Mahasiswa FEB yang berbelanja di Indomaret. Jenis Penelitiannya menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode pengambilan data melalui kuesioner. Sampel yang diambil pada penelitian ini adalah Mahasiswa FEB Unisma yaitu 85 mahasiswa. Alat bantu yang digunakan untuk pengolahan data adalah *SPSS* versi 26. Dalam riset ini telah terbebas dari validitas dan reliabilitas data. Pengujian analisis data yang digunakan untuk penelitian ini yaitu uji normalitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis dan juga pengujian koefisien determinasi (R^2). Variabel yang dipakai dalam riset ini yaitu Loyalitas Pelanggan (Y), Keunggulan SDM (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Keinginan Konsumen (X3).

Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa Variabel Keunggulan SDM, Kualitas Pelayanan dan Keinginan Konsumen secara parsial dan secara simultan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Indomaret.

Kata Kunci: Loyalitas Pelanggan, Keunggulan Sumber Daya Manusia, Kualitas Pelayanan, Keinginan Konsumen

Abstract

This research aims to determine the effect of Human Resource Excellence, Service Quality and Consumer Desire on Customer Loyalty in FEB Students who shop at Indomaret. This type of research uses quantitative research with data collection methods through questionnaires. The samples taken in this study were FEB Unisma students, namely 85 students. The tool used for data processing is SPSS version 26. In this research, it has been freed from the validity and reliability of the data. Tests of data analysis used for this research are normality test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, hypothesis testing and also testing the coefficient of determination (R^2). The variables used in this research are Customer Loyalty (Y), HR Excellence (X1), Service Quality (X2) and Consumer Desire (X3). The results of this study indicate that the Variables of HR Excellence, Service Quality and Consumer Desire partially and simultaneously have a positive and significant influence on Customer Loyalty at Indomaret.

Keywords: Customer Loyalty, Human Resources Excellence, Service Quality

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Untuk menghadapi kompetisi pasar-pasar modern dalam era globalisasi 4.0 saat ini pasar-pasar modern diuntut untuk dapat bersaing. Perusahaan ritel khususnya Indomaret di Kota Malang tidak akan terlepas dari permasalahan seberapa tangguh perusahaan untuk mempertaruhkan kredibilitas manajemen sumber daya manusianya. Perusahaan mempunyai kebutuhan untuk bisa menerapkan profit jangka pendek dan jangka panjang. Untuk menunjang kebutuhan tersebut perusahaan ritel akan memenuhi sumber pendanaan yang dimilikinya. Sumber dana bisa di dapat dari sumber internal dan sumber eksternal. Perusahaan ritel pastinya mengharapkan profit jangka panjang untuk menunjang sistem operasional perusahaan itu sendiri. Tetapi dalam menghadapi kompetisi pasar-pasar ritel di kota Malang tidak terlepas dengan adanya ketidaksesuaian dalam menghasilkan profit yang diharapkan, maka perusahaan ritel harus mampu konsisten terhadap tujuan awal yaitu mendapatkan laba, tidak hanya laba saja yang harus di wujudkan tetapi harus bisa memuaskan kebutuhan konsumen. Profit adalah suatu kesatuan yang harus dikendalikan secara penuh bagi perusahaan ritel, namun pengendalian kualitas sumber daya manusia yang baik akan menunjang profitabilitas perusahaan itu sendiri.

Sumber daya manusia yang dikelola dengan baik oleh perusahaan dapat menunjang kredibilitas yang di miliki. Perusahaan yang sumber daya manusianya mempunyai skill yang baik akan menguntungkan bagi

perusahaan apabila di kelola dan di kembangkan secara menyeluruh. Dengan potensi yang ada tersebut perusahaan ritel mampu menciptakan keunggulan karyawan yang dimiliki dan bisa menciptakan kualitas pelayanan yang baik dan konsumen tidak akan menutup mata untuk loyal terhadap perusahaan itu sendiri. Persaingan pasar modern seperti minimarket, supermarket, hypermarket tentunya terlihat jelas di pandangan masyarakat. Minimarket merupakan pasar swalayan yang mempunyai satu atau dua mesin atau obyek kasir dan hanya menjual produk-produk dasar rumah tangga yang pemilihannya secara selektif, sedangkan supermarket memiliki dua atau lebih mesin atau obyek kasir dan produknya lebih beragam. Hypermarket juga menjual produk yang beragam dan menjual serba-serbi barang elektronik.

Untuk meningkatkan daya saing ada hal-hal yang wajib diperhatikan bagi pelaku usaha ritel khususnya Indomaret, yaitu: memperhatikan pentingnya keunggulan Sumber Daya Manusia (SDM), memperhatikan keunggulan pada produk, menekankan keunggulan pelayanan, profesionalitas manajemen, efektif, dan lain-lain. Penjelasan tersebut sangat mutlak untuk bisa dimengerti, karena perusahaan ritel khususnya indomaret perlu memberikan suntikan strategi pada sektor pelayanannya. Pengusaha ritel wajib memberikan dorongan kepada staff dan karyawan agar menciptakan pelayanan yang kondusif dan prima, dengan penerapan sistem pelayanan yang baik, maka akan merangsang keinginan konsumen untuk memberikan hal yang positif yaitu kepuasan konsumen itu sendiri. Peningkatan sektor pelayanan yang diterapkan oleh usaha ritel otomatis akan meningkatkan daya saing perusahaan itu sendiri khususnya untuk usaha ritel Indomaret. Pesaing

akan melihat seberapa besar konsisten perusahaan untuk membangun pelayanan yang prima sebagai acuan untuk meningkatkan penjualannya.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Oosthuizen (2015) kualitas pelayanan dapat dikatakan bagus jika jasa yang didapatkan berimbang dengan yang diinginkan. Kualitas pelayanan yang baik umumnya mementingkan rasa keinginan konsumen terhadap balas jasa yang dilakukan oleh minimarket Indomaret. Adanya balas jasa tersebut akan menghadirkan kepuasan konsumen untuk kembali berbelanja lagi. Pelayanan yang prima tidak menutup kemungkinan bagi pelanggan untuk bisa berinteraksi dengan baik. Pelayanan konsisten dan baik mempunyai keselarasan dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan motivasi kepada calon konsumen atau konsumen itu sendiri untuk saling memberi ikatan hubungan yang erat dengan perusahaan. Perusahaan bisa memahami apa yang menjadi fokus dan harapan konsumen dalam waktu yang akan datang.

Keinginan konsumen yang besar membuat perusahaan wajib bekerja ekstra dalam hal pengendalian terutama pada kualitas yang diberikan oleh perusahaan. Dalam perspektif peneliti, konsumen sering melihat dan menilai bagaimana sistem yang dilaksanakan oleh perusahaan tersebut. Sistem pelayanan yang baik sangat menitik beratkan kepada moralitas pelayanan itu sendiri. Konsumen sering membebaskan untuk menciptakan pelayanan sebaik mungkin agar terciptanya suatu komunikasi yang kondusif di dalam berinteraksi. Perusahaan harus mampu membina, membimbing karyawan untuk selalu sering berinteraksi kepada calon konsumen dengan cara peduli dan selalu humble kepada konsumen. Setelah semuanya tercipta dengan baik

maka konsumen akan merasa puas dengan apa yang diberikan oleh perusahaan dan akan menghasilkan timbal balik yaitu konsumen akan loyal terhadap perusahaan. Persaingan yang semakin ketat dilakukan oleh pelaku-pelaku bisnis ritel membuat Indomaret harus memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Peneliti menemukan bahwa banyak konsumen yang mengeluhkan bahwa keinginan dan kebutuhannya tidak terasa terpenuhi karena adanya *miss communication* antara karyawan dan konsumen seperti, konsumen tidak disambut dengan baik, tidak adanya keramahan di wajah karyawan. Kebutuhan diartikan sebagai suatu keadaan dimana konsumen tidak merasa lega dalam suatu pengendalian suatu pelayanan, sedangkan keinginan merupakan alat pemuas tertentu dalam kebutuhan tersebut (Juniantara & Sukawati, 2018).

Loyalitas merupakan suatu keterikatan yang dirasakan oleh konsumen untuk kembali berkunjung dan berlangganan secara terus menerus untuk waktu yang lama sehingga tercipta pengulangan pembelian.. Kualitas pelayanan telah di tetapkan oleh banyak perusahaan sebagai bahan pertimbangan dan sebagai bahan pelaksanaan. Hal tersebut menjadi solusi strategi bagi perusahaan ritel yang mempunyai karakteristik yang intens dalam pelayanan kemudian dapat memberikan keinginan konsumen untuk memuaskan konsumen itu sendiri

Penelitian ini sangat meyakinkan bagi peneliti untuk menganalisis secara mendalam mengenai loyalitas konsumen. Peneliti menemukan banyak perbedaan dari hasil riset-riset tersebut. Loyalitas pelanggan dibentuk sesuai dengan keinginan pelanggan itu sendiri, maka suatu perusahaan ritel wajib

memiliki Sumber Daya Manusia (SDM) yang baik untuk bisa menerapkan keinginan dan juga kepuasan konsumen untuk menciptakan loyalitas konsumen. Loyalitas yang diberikan oleh perusahaan dapat menunjang umur suatu perusahaan tersebut, karena pelayanan adalah suatu hal yang sangat penting bagi perusahaan khususnya perusahaan ritel. Komitmen yang kuat dapat diberikan oleh konsumen apabila memenuhi unsur-unsur yang dapat memuaskan konsumen itu sendiri.

Di era globalisasi ini dunia digital menjadi tumpuan bagi seluruh pelaku bisnis. Perusahaan diuntut mampu menerapkan teknologi informasi ke dalam sistem perusahaannya, namun perusahaan harus lebih waspada terhadap pengendalian sistem informasi di dunia ritel itu sendiri, dikarenakan masih maraknya pelaku bisnis yang belum menguasai dunia digital. Indomaret mampu menerapkan sistem informasi ke dalam bentuk transformasi digital. Konsumen tidak perlu capek-capek berbelanja langsung ke toko. Di indomaret sudah tersedia aplikasi yang dinamakan *Klik Indomaret*.

Melihat tahun-tahun ke belakang teknologi dengan pesat eksis berkembang dan sekarang mengalami kemajuan dan bisa merubah dunia dengan waktu singkat. Hampir seluruh sektor kehidupan merasakan transformasi yang relevan. Model konsumsi sulit untuk diprediksi, ditandai dengan maraknya perusahaan kecil dan besar mengalami pailit atau bangkrut. Karakter teknologi telah menjadi favorit bagi aliterasi sikap dan perilaku konsumsi Rohimah (2019): Alriani (2014): Kusniadji (2018) dalam Permata Sari, Santy (2020). PT. Indomarco Prismatama yaitu sebagai pengelola jaringan ritel Indomaret sudah menambah gerai hingga 600 di semester

1/2021. Menurut laporan Nielsen Retail Audit total gerai indomaret hingga tahun 2020 mencapai 18. 113 gerai aktif. Jumlah gerai tersebut terus bertambah 612 unit dibandingkan pada tahun sebelumnya, Ekonomi.bisnis.com (2021). Perusahaan ritel di kota Malang seperti Indomaret telah menunjukkan kemajuan di tahun 2021 ini. Indomaret yang memiliki badan hukum PT. Indomarco Prismatama yang berdiri sejak tahun 1988 gerai indomaret muncul pertama di Kawasan Ancol, Jakarta. Indomaret terus melakukan pengembangan dan pada tahun 1997 Indomaret resmi diwaralabakan, masyarakat bisa memiliki gerai indomaret dengan cara waralaba. Indomaret membuka usaha pertamanya di kota Malang pada tanggal 22 April 2000 yang berlokasi di Jl. Sarangan Nomor 42 A Lowokwaru. Beriring nya waktu 10 tahun kemudian Indomaret membuka kantor PT. Indomarco Prismatama di Jl. Mayjen Sungkono Nomor 99 Buring kota Malang.

Indomaret di kota Malang menjadi pusat perhatian bagi banyak kalangan pada masa itu. Kawasan yang dulunya sepi mendadak menjadi kawasan yang di datangi banyaknya pengunjung dan banyak bermunculan usaha-usaha baru seperti, rumah makan, dan usaha lain di Kawasan tersebut. Ini menandakan bahwa Indomaret dapat menjadi pembeda di kota Malang dengan keberadaannya. Persaingan semakin bermunculan dengan adanya gerai-gerai lain yang menyamakan sistemnya dengan Indomaret tidak memundurkan kebutuhan awal Indomaret itu sendiri yaitu, mewujudkan keinginan konsumen. Kesalahan sedikit yang dilakukan perusahaan ritel tersebut mengakibatkan usahanya gagal bersaing di ketatnya persaingan ritel di kota

Malang. Sistem yang tidak tertata akan membuat perusahaan itu akan mengalami pailit atau bangkrut. Indomaret mampu menjawab itu semua dengan konsistensinya yang membuat Indomaret masih terus berdiri pada tahun 2021 ini. Namun, masih adanya pelanggan yang mengeluhkan sistem pelayanan di sebagian Indomaret khususnya di Indomaret MT. Haryono 1. Peneliti mencoba untuk mengamati sebagian konsumen tidak komitmen untuk berbelanja di Indomaret MT. Haryono 1 dikarenakan sebagian karyawan tidak selalu memenuhi keinginan konsumen, contohnya seperti menghiraukan konsumen dengan tidak memberi salam, tidak ramah dll. Pelayanan yang baik sudah diterapkan oleh sebagian karyawan tetapi masih adanya oknum karyawan yang tidak secara konsekuen untuk menyapa para konsumen. Di era digital seperti sekarang produsen harus mampu mengendalikan keinginan konsumen sebagai bentuk prioritas kebutuhan konsumen.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa keunggulan SDM, kualitas pelayanan dan keinginan konsumen sangat penting diterapkan bagi suatu perusahaan khususnya perusahaan ritel untuk bisa menghadirkan keroyalan konsumen. Oleh karena itu penelitian dengan judul **“PENGARUH KEUNGGULAN SUMBER DAYA MANUSIA, KUALITAS PELAYANAN DAN KEINGINAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FEB JURUSAN MANAJEMEN ANGKATAN 2018 YANG BERBELANJA DI INDOMARET”** ini perlu dilakukan.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas, maka pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh secara simultan Sumber Daya Manusia, kualitas pelayanan, dan keinginan konsumen terhadap loyalitas pelanggan?
2. Bagaimana Pengaruh Sumber Daya Manusia (SDM) langsung terhadap loyalitas pelanggan?
3. Bagaimana Pengaruh kualitas pelayanan langsung terhadap loyalitas pelanggan?
4. Bagaimana Pengaruh keinginan konsumen langsung terhadap loyalitas pelanggan?

1.3 Tujuan penelitian

1.3.1 Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui keunggulan sumber daya manusia, kualitas pelayanan, dan keinginan konsumen berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan.
2. Untuk mengetahui keunggulan sumber daya manusia berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan.
3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan.
4. Untuk mengetahui keinginan konsumen berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan.

1.3.2 Manfaat penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

a. Bagi penulis

Dapat memberi pengalaman dan menambah wawasan tentang meningkatkan loyalitas konsumen dengan cara mengetahui keinginan konsumen

b. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi Indomaret MT.Haryono 1 dalam upaya meningkatkan kualitas SDM, kualitas pelayanan untuk memenuhi keinginan konsumen agar dapat terciptanya loyalitas pelanggan

c. Bagi mahasiswa

Penelitian ini dapat dijadikan pedoman untuk motivasi belajar dan untuk pemanfaatan sumber pembelajaran sehingga mampu memotivasi ke depannya.

2. Manfaat teoritis

a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk bahan kajian ilmu ekonomi dan bisnis khususnya manajemen

b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi penelitian-penelitian yang akan dilakukan di masa mendatang dalam konteks persoalan yang berkaitan dengan loyalitas konsumen

c. Hasil penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai sumber dan motivasi pembelajaran.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui pengaruh keunggulan SDM, kualitas pelayanan dan keinginan konsumen terhadap loyalitas pelanggan di Indomaret MT. Haryono 1, Dinoyo, Kota Malang. Responden dalam penelitian berjumlah 85 orang. Responden tersebut merupakan pelanggan indomaret MT. Haryono 1. Berdasarkan hasil analisis yang telah dikumpulkan terhadap permasalahan dengan model regresi linier berganda, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel keunggulan SDM, kualitas pelayanan dan keinginan konsumen terhadap loyalitas pelanggan.
- b. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel keunggulan SDM terhadap loyalitas pelanggan.
- c. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
- d. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel keinginan konsumen terhadap loyalitas pelanggan.

1.2 Keterbatasan Penelitian

Pada hasil dari penelitian ini peneliti masih jauh dari kata sempurna (*perfect*). Banyak hal yang menuntut untuk perbaikan secara *teknis* dan *non teknis*. Maka, peneliti masih terus mengasah dan belajar untuk melaksanakan

penelitian-penelitian selanjutnya. Untuk ke depannya keterbatasan yang perlu diperbaiki adalah:

- a. Populasi yang terdapat pada penelitian ini sebatas pada kalangan pelanggan atau *customer* Indomaret MT. Haryono 1.
- b. Instrumen yang dipakai pada penelitian ini hanya menggunakan kuesioner sehingga hasil yang diambil masih jauh dari hal yang sempurna.

1.3 Saran

a. Bagi Peneliti

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melaksanakan penelitian dengan variabel yang lain selain variabel yang ada pada penelitian ini.
2. Untuk peneliti selanjutnya yang menerapkan subjek dan variabel dependen yang sama dianjurkan untuk memilih responden yang lebih luas dan lebih banyak sehingga mendapatkan hasil yang lebih baik.
3. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian di perusahaan atau sejenisnya dianjurkan bisa meneliti dengan variabel-variabel lain seperti, lokasi, harga maupun yang lain.

b. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian ini Indomaret khususnya unit MT. Haryono 1 diharapkan dapat lebih memperhatikan faktor SDM mengelola sistem pelayanan dengan baik agar dapat menunjang *credibility* Indomaret itu sendiri.

Daftar Pustaka

- Adamy, M. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. UNIMAL PRESS
- Akeda, R., Masykur, H., & Cahyani, R. (2020). *Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia Terhadap Tingkat Loyalitas Nasabah*. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 49-62.
- Bungin, Burhan. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Dwi Wahyuni, C. R. (2017). Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 12(1). <https://doi.org/10.26533/eksis.v12i1.84>
- Familiar, K., & Maftukhah, I. (2015). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN*. 7.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Buku Pemasaran Jasa* (1st ed.). CV. BUDI UTAMA.
- Fleming, N. (2016). *The Customer Loyalty Loop: The Science Behind Creating Great Experiences and Lasting Impressions*. First Edition. New Jersey: Career Press.
- Ghozali, Imam. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, R. I. (2017). *PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN KOMPETENSI SUMBERDAYA MANUSIA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAAN PELANGGAN*. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN*, 5(1). <https://doi.org/10.26905/jmdk.v5i1.1274>
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., & Ustiawaty, J. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (1st ed., p. 508). Pustaka Ilmu.
- Hasan, Ali. 2018. *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Cetakan Pertama. Media Pressdindo. Yogyakarta
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). *MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN*. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Indomaret Tambah 600 Gerai Sepanjang Semester I/2021 | Ekonomi*. (2021, October). *Bisnis.com*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20211005/12/1450841/indomaret-tambah-600-gerai-sepanjang-semester-i2021>

- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. In *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (1st ed., p. 116). Unitomo Press.
- Indrawan, R, Yaniawati, P. (2016). *Metodologi Penelitian*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Juniantara, I. M. A., & Sukawati, T. G. R. (2018). *PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(11), 5955. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v07.i11.p06>
- Kristanti, D. F., & Wasito, W. (2018). *PROMOSI DAN SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS KONSUMEN DI TOKO SOES MERDEKA*. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 11(1), 29. <https://doi.org/10.23969/jrbm.v11i1.869>
- Kuncoro, Mudrajad, 2015, *Indikator Ekonomi*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Nofiyanti, F., Sulartiningrum, S., & Fitriana, R. (2018). *Pelatihan Peningkatan Kualitas SDM Bidang Pariwisata di Desa Wisata Cikolelet Serang Banten*. *Jurnal SOLMA*, 7(2), 176. <https://doi.org/10.29405/solma.v7i2.2228>
- Nur, M. (2017). *Kualitas Pelayanan Prima pada PT PLN (Persero) Rayon Makassar Selatan*. *Jurnal Office*, 3(1), 72. <https://doi.org/10.26858/jo.v3i1.3501>
- Oosthuizen. (2015). "The Relationship Between Perceived Price and Consumers Purchase Intentions of Private Label Wine Brands". *Africa journal of Hospitality, Tourism and leisure*. Vol. 4 (2).
- Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). *ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. INDOMARET MANADO UNIT JALAN SEA*. 10.
- Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa)*. *Among Makarti*, 10(1). <https://doi.org/10.52353/ama.v10i1.147>
- Priyono, AA (2015). *Analisis data dengan SPSS*. Malang: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang .

- Rahayu, S. (2019). *Kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap obyek wisata* (1st ed.). CV. Anugrah Jaya.
- Sartika, D. (2017). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI ULANG PRODUK YOU C 1000 SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN*. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 2(1). <https://doi.org/10.33633/jpeb.v2i1.2231>
- Satria, A. A. (2017). *PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PERUSAHAAN A-36*. 2, 9.
- Setyowati, E. (2017). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI*. *Jurnal Manajemen Daya saing*, 18(2), 102. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v18i2.4507>
- Sofiati, L., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2018). *JSMBI (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia)* Vol.8 No.2 Desember Hal. 244-259. 8(2), 16.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto. 2016. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Suri, I. P. (n.d.). *Jurnal Riset Sains Manajemen*. 2(1), 11.
- Suryopratomo, A. (2019). *STRATEGI PENGEMBANGAN KUALITAS PELAYANAN UNTUK MEMENUHI KEINGINAN KONSUMEN PADA BENGKEL WIJAYA TOYOTA*. *Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Akuntansi & Manajemen*, 1(1), 39–54. <https://doi.org/10.37577/ekonam.v1i1.102>
- Wibowo, N. R., Lengkong, F. D. J., & Mambo, R. (n.d.). *KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA MASYARAKAT PESISIR PANTAI DI KELURAHAN TANDURUSA*. 102, 10.