

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Agus Sukarno ¹⁾

Alwi Suddin ²⁾

Suprihatmi Sri Wardiningsih ³⁾

1, 2, 3) Program Studi Magister Manajemen Universitas Slamet Riyadi Surakarta
e-mail: ¹⁾ agus_sukarno23@yahoo.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the significance effect of product quality and service quality on customer satisfaction, analyze the significance effect of product quality, service quality and customer satisfaction on customer loyalty and analyze the significance effect of product quality and service quality on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable. This type of research is survey research. The population of this research is kindergarten as customers of Ceria Ramadhan at PT. Antero Mandiri Sentosa in Jombang Regency. A sample of 90 customers with a purposive sampling technique. Data sources use primary data and secondary data. Data collection methods used questionnaires and literature study. Data analysis techniques used path analysis. The results showed that product quality and service quality has a significant effect on customer satisfaction.. Product quality, servicee quality and customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty. Product quality and service quality has a significant effect on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable.

Keywords: *product quality, service quality, satisfaction, loyalty*

PENDAHULUAN

Persaingan yang semakin kompetitif menuntut perusahaan untuk menciptakan pemikiran-pemikiran baru dari pelayanan yang diberikan kepada konsumen untuk mempertahankan loyalitas konsumen agar tidak beralih ke perusahaan pesaing. Loyalitas konsumen adalah suatu komitmen yang kuat dari konsumen sehingga bersedia melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa yang disukai secara konsisten dan dalam jangka panjang, tanpa terpengaruh oleh situasi dan usaha-usaha pemasaran dari produk lain, yang berusaha membuat mereka beralih untuk membeli produk lain (Rahmaddiansyah, Fajri dan Utami, 2015: 77). Kehilangan pelanggan yang loyal di dalam usaha bisnis adalah hal yang buruk bagi perusahaan, karena dampaknya akan membuat kredibilitas dan reputasi usaha tersebut menurun. (Kotler dan Keller, 2012: 175).

Loyalitas pelanggan memiliki peranan yang sangat penting bagi perusahaan, dan perusahaan harus mampu menarik dan mempertahankan pelanggan. Usaha untuk memperoleh pelanggan yang loyal tidak bisa dilakukan sekaligus, tetapi melalui beberapa proses, mulai dari mencari pelanggan potensial hingga memperoleh *partner*. Berdasarkan hal tersebut perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang dapat

memengaruhi loyalitas pelanggan di antaranya adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan (Ismail, 2014: 179) dan kepuasan (Dewi dan Suprpti, 2018: 87).

Menjaga kualitas produk menjadi salah satu cara dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik suatu produk atau layanan untuk memenuhi suatu kebutuhan (Kotler dan Keller, 2012: 154). Kualitas produk yang baik akan menimbulkan keinginan konsumen atau pelanggan untuk melakukan pembelian ulang (Lupiyoadi dan Hamdani, 2016: 109). Kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing, sehingga perusahaan dengan kualitas produk paling baik yang akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain (Kotler dan Armstrong, 2012: 354). Komitmen perusahaan dalam menjaga kualitas produk akan menimbulkan kepuasan pelanggan dan dapat membentuk loyalitas pelanggan (Wedarini, 2013: 511). Setiawan, Suryoko dan Lisyorrin (2014); Lesmana dan Ratnasari (2019) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini bertentangan dengan penelitian Kusumawati, Ambarwati dan Hadiwijoyo (2017) bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Muslim (2019) dalam penelitiannya diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas sedangkan Kusumawati, Andarwati dan Hadiwijoyo (2017) menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Pelayanan menjadi bagian yang penting agar jasa keuangan yang diberikan perusahaan tetap dapat diterima pelanggannya. Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten (Hasan, 2015: 209). "Kualitas layanan menjadi sebuah faktor yang dapat mengakibatkan kepuasan konsumen" (Lupiyoadi dan Hamdani, 2016: 212). Kusnandi, Ikbal dan Saharuddin (2012: 68) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan akan terbentuk karena adanya pelayanan prima yang dilakukan oleh karyawan. Setiap karyawan dapat berfungsi sebagai tenaga pemasar perusahaan yang harus mampu melakukan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Karyawan harus mampu membuat perusahaan mendapat kepercayaan pelanggan dan menjaga loyalitas perusahaan untuk menjamin masa depan perusahaan. Hendra, Djawahir dan Djazuli (2017); Kawahe, Mananeke dan Jorie (2017); Jumawan (2018) yang dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan Kristanto (2018) bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hendra, Djawahir dan Djazuli (2017); Jumawan (2018) dengan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan sedangkan Kusumawati, Andarwati dan Hadiwijoyo (2017); Purnama dan Hidayah (2019) hasilnya menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Perusahaan harus merancang strategi sebagai usaha dalam mendorong dan menciptakan perasaan puas pelanggannya sehingga dapat menciptakan pelanggan yang loyal. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul dari persepsi terhadap kinerja aktual produk (Kotler dan Keller, 2012: 139). Konsumen yang terpuaskan akan dengan senang hati menyampaikan kabar positif tentang perusahaan tanpa diminta, namun konsumen yang kecewa akan menjadi pembawa kabar negatif. Wijayanti dan Sumekar (2014: 132) menyatakan bahwa kepuasan yang dirasakan oleh para konsumen dicapai melalui perancangan strategi pemasaran yang baik dan tepat oleh lembaga tersebut. Tercapainya kepuasan konsumen juga akan berdampak pada rasa loyal konsumen.

Kepuasan adalah kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi akan menaikkan loyalitas pelanggan. Lovelock, Wirtz dan Mussry (2012: 91) menyatakan bahwa dasar dari loyalitas ada pada kepuasan dan ketika konsumen puas serta senang menyebabkan loyal konsumen terhadap perusahaan meningkat sehingga menyebarluaskan isu positif terhadap perusahaan. Sumarwan (2011: 390) menyatakan bahwa konsumen yang puas akan membeli kembali produk atau jasa tersebut, hal ini berarti bahwa dengan adanya pembelian yang dilakukan terus menerus pada produk atau jasa yang sama menunjukkan sifat loyal konsumen tersebut. Putra dan Andjarwati (2019) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil ini bertentangan dengan penelitian Montolalu, Mananeke, dan Oroh (2015) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian tentang kepuasan sebagai variabel intervening pernah dilakukan oleh Putera dan Wahyono (2018) bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Hasil ini bertentangan dengan penelitian Handayani dan Wijayanti (2018) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan tidak memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Putera dan Wahyono (2018) bahwa kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sedangkan penelitian Rinaldy, Lubis dan Utami (2017) dengan hasil bahwa kepuasan pelanggan tidak memediasi pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Persaingan antar penerbit buku membuat perusahaan perlu menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggannya. Fokus penelitian ini adalah pada PT. Antero Mandiri Sentosa selaku penerbit Buku Cerita Ramadhan. Hasil penelitian dari Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI) menyatakan bahwa pada saat ini penjualan buku mengalami penurunan, hal ini salah satunya disebabkan adanya interaksi masyarakat Indonesia yang kuat dengan internet (<https://www.ayobandung.com/read>, 2018). Perusahaan perlu melakukan berbagai upaya agar produk bukunya dapat diterima oleh konsumen dan diharapkan mereka puas terhadap buku tersebut dan akhirnya menjadi loyal terhadap produk buku perusahaan.

PT. Antero Mandiri Sentosa perlu mempertimbangkan penggunaan berbagai faktor yang mengarahkan agar produk yang dipasarkan dapat harus berorientasi kepada apa yang dibutuhkan oleh para pelanggan (*focus on customer*) dan menciptakan kepuasan dan loyalitas bagi para pelanggan untuk mengantisipasi persaingan yang ada. Hasil observasi pendahuluan diketahui bahwa dari 430 Taman Kanak-Kanak (TK) yang ada di Kabupaten Jombang diketahui bahwa yang menjadi pelanggan yang loyal hanya sebanyak 90 TK, hal ini menunjukkan bahwa perlu peningkatan loyalitas dari pelanggan agar ke depan pelanggannya bisa bertambah. Faktor lain yang perlu ditingkatkan adalah sistem pelayanan yang terpadu melalui kebijakan bauran pemasaran yang bertujuan untuk memuaskan konsumen. PT. Antero Mandiri Sentosa dituntut melakukan inovasi dalam hal peningkatan kualitas produknya serta memberikan pelayanan berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk yang tidak berkualitas maka tidak akan dapat memenuhi keinginan pelanggan sehingga mudah ditinggalkan dan akhirnya pelanggan beralih ke produk lain atau kepada perusahaan yang lain.

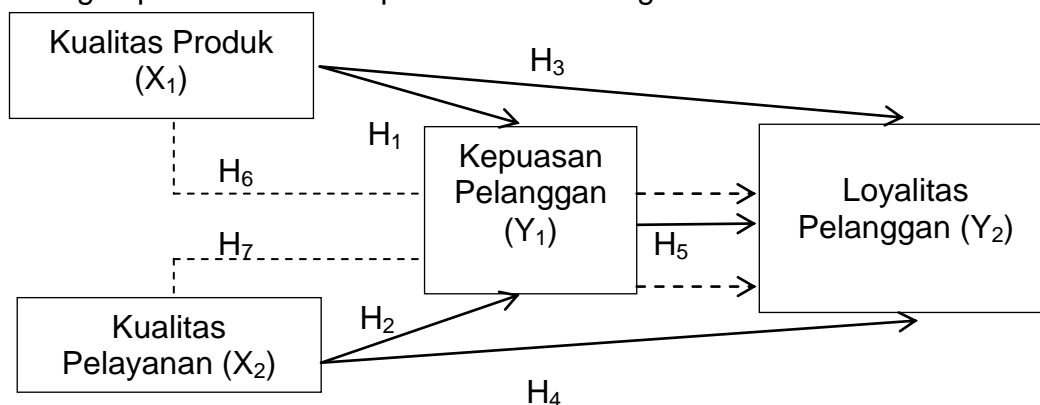
Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk: 1) menganalisis signifikansi pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan 2) menganalisis signifikansi pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan

terhadap loyalitas pelanggan serta 3) menganalisis signifikansi pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

—————→ : Pengaruh Langsung
 - - - - -→ : Pengaruh Tidak Langsung

Keterangan:

1. Variabel bebas: kualitas produk dan kualitas pelayanan
2. Variabel terikat: loyalitas pelanggan
3. Variabel intervening: kepuasan pelanggan

Landasan Teori dan Perumusan Hipotesis

1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan

Kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks (Hasan, 2015: 59). Lupiyoadi (2014: 158) menyatakan bahwa pelanggan akan merasa puas jika membeli dan menggunakan produk tersebut dan kualitasnya baik. Kualitas produk yang baik akan menimbulkan keinginan konsumen atau pelanggan untuk melakukan pembelian ulang (Lupiyoadi dan Hamdani, 2016: 109). Sesuai dengan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Setiawan, Suryoko dan Lisyorrin (2014); Putera dan Wahyono (2018); Handayani dan Wijayanti (2018); Lesmana dan Ratnasari (2019); Muslim (2019) yang dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hal tersebut maka perumusan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H₁: Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Buku Ceria Ramadhan pada PT. Antero Mandiri Sentosa.

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan diketahui setelah konsumen menggunakan produk atau jasa dari perusahaan. Tjiptono (2014: 145) bahwa salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan adalah pelayanan, dimana kecepatan

pelayanan dan penyampaian jasa yang dibutuhkan dapat memengaruhi kepuasan. Kualitas layanan menjadi sebuah faktor yang dapat mengakibatkan kepuasan konsumen (Lupiyoadi dan Hamdani, 2016: 212). Karyawan harus mampu membuat perusahaan mendapat kepercayaan pelanggan dan menjaga loyalitas perusahaan untuk menjamin masa depan perusahaan. Sesuai dengan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Hendra, Djawahir dan Djazuli (2017); Kawahe, Mananeke dan Jorie (2017); Kusumawati, Andjarwati dan Hadiwijoyo (2017); Jumawan (2018); Handayani dan Wijayanti (2018); Lesmana dan Ratnasari (2019); Purnama dan Hidayah (2019) Putra dan Andjarwati (2019); dalam penelitiannya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hal tersebut maka perumusan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H₂ : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Buku Ceria Ramadhan pada PT. Antero Mandiri Sentosa.

3. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan

Pelanggan yang loyal merupakan konsumen yang sering menggunakan jasa dari perusahaan. Ismail (2014: 180) menemukan bahwa kualitas produk yang baik mampu meningkatkan loyalitas secara signifikan. Kualitas produk yang dicerminkan dalam kelengkapan rangkaian produk tentunya memungkinkan pelanggan untuk memenuhi berbagai kebutuhan pada satu usaha sehingga ada kecenderungan konsumen untuk tidak berpindah ke tempat lain. Kualitas produk yang baik akan menimbulkan keinginan konsumen atau pelanggan untuk melakukan pembelian ulang (Lupiyoadi dan Hamdani, 2016: 109). Sesuai dengan uraian tersebut. dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Handayani dan Wijayanti (2018); Muslim (2019) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H₃ : Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Buku Ceria Ramadhan pada PT. Antero Mandiri Sentosa.

4. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

Kualitas layanan adalah hasil atas perbandingan antara layanan yang diharapkan konsumen dan layanan yang sesungguhnya diterima konsumen (Ismail, 2014: 180). Konsep pelayanan yang baik akan memberikan peluang bagi perusahaan untuk bersaing dalam merebut konsumen. Sedangkan kinerja yang baik (berkualitas) dari sebuah konsep pelayanan menimbulkan situasi yang kompetitif dimana hal tersebut dapat diimplementasikan melalui strategi untuk meyakinkan pelanggan, memperkuat *image* tentang merek, iklan, penjualan, dan penentuan harga. Kusnandi, Ikbal dan Saharuddin (2012: 68) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan akan terbentuk karena adanya pelayanan prima yang dilakukan oleh karyawan. Sesuai dengan uraian tersebut. dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Hendra, Djawahir dan Djazuli (2017); Jumawan (2018); Putera dan Wahyono (2018); Putra dan Andjarwati (2019) dalam penelitiannya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H₄: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Buku Ceria Ramadhan pada PT. Antero Mandiri Sentosa.

5. Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan

Kotler dan Keller (2012: 136) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan menjadi salah satu indikator penting dalam menentukan loyalitas pelanggan. Rofiah dan Wahyuni (2017: 70) menyatakan bahwa dalam upaya untuk mempertahankan pelanggan, faktor terpenting yang harus diprioritaskan yaitu kepuasan, akan tetapi agar lebih maksimal apabila perusahaan dapat mengukur kepuasan pelanggan secara rutin untuk mengetahui kesetiaan pelanggan. Sumarwan (2011: 390) menyatakan bahwa konsumen yang puas akan membeli kembali produk atau jasa tersebut, hal ini berarti bahwa dengan adanya pembelian yang dilakukan terus menerus pada produk atau jasa yang sama menunjukkan sifat loyal konsumen tersebut. Sesuai dengan uraian tersebut. dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Hendra, Djawahir dan Djazuli (2017); Rinaldy, Lubis dan Utami (2017); Kusumawati, Andjarwati dan Hadiwijoyo (2017); Jumawan (2018); Purnama dan Hidayah (2019); Putra dan Andjarwati (2019) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Berdasarkan hal tersebut maka rumusan hipotesis ini sebagai berikut:

H₅: Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Buku Ceria Ramadhan pada PT. Antero Mandiri Sentosa.

6. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening

Perusahaan yang dapat memberikan atau menawarkan produk jasa yang berkualitas maka perusahaan akan dapat menciptakan kepuasan konsumen. Pelanggan yang merasa puas maka akan terus menggunakan jasa tersebut. Kualitas produk memiliki peran penting dalam memengaruhi kepuasan pelanggan dan membentuk pelanggan untuk loyal terhadap produk yang ditawarkan perusahaan (Anggraeni, Kumadji dan Sunarti, 2016: 172). Sesuai dengan uraian tersebut. dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Putera dan Wahyono (2018); Muslim (2019) bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H₆: Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Buku Ceria Ramadhan pada PT. Antero Mandiri Sentosa di Kabupaten Jombang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

7. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening

Pelanggan harus merasakan dan mendapatkan kepuasan dari kualitas layanan yang telah diberikan, karena dengan puasnya pelanggan maka pelanggan tersebut akan loyal dan secara sukarela akan menyampaikan kepada orang lain hal yang positif mengenai perusahaan (Hurriyati, 2010: 39). Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan mampu membuat nasabah menjadi puas sehingga berkeinginan untuk terus menggunakan produk perusahaan. Sesuai dengan uraian tersebut. dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan

pelanggan. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Hendra, Djawahir dan Djazuli (2017); Putera dan Wahyono (2018); Jumawan (2018); Putra dan Andjarwati (2019) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H₇: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Buku Ceria Ramadhan pada PT. Antero Mandiri Sentosa di Kabupaten Jombang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan survei pada pelanggan Buku Ceria Ramadhan pada PT. Antero Mandiri Sentosa. Populasi penelitian adalah Taman Kanak-Kanak selaku pelanggan Buku Ceria Ramadhan pada PT. Antero Mandiri Sentosa di Kabupaten Jombang sebanyak 430 lembaga. Teknik sampling menggunakan *non probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel bersyarat (*purposive sampling*) dengan sampel sebanyak 90 responden.

Indikator pengukuran kualitas produk menurut pernyataan dari Tjiptono (2014: 25) antara lain: kinerja (*performance*), keistimewaan tambahan (*features*), keandalan (*reliability*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), daya tahan (*durability*) dan estetika (*asthetic*). Indikator kualitas pelayanan dari Tjiptono (2014: 70) yaitu bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*) Indikator kepuasan pelanggan berdasarkan penelitian Saidani dan Arifin (2012: 4), yaitu *attributes relate to product*, *attributes relate to service* dan *attributes relate to purchase*. Indikator loyalitas pelanggan berdasarkan pernyataan dari Hurriyati, 2010: 131) yaitu melakukan pembelian ulang secara teratur, membeli antar lini produk dan jasa, mereferensikan kepada orang lain dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan studi pustaka. Kuesioner menggunakan skala Likert. Dalam Kuesioner dalam penelitian ini berbentuk positif (*favourable*) dengan pemberian skor Jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor 5, jawaban Setuju (S) diberi skor 4, jawaban Netral (N) diberi skor 3, jawaban Tidak Setuju (TS) diberi skor 2 dan Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1. Uji Instrumen penelitian menggunakan uji validitas dengan korelasi product moment Pearson dan uji reliabilitas dengan cronbach alpha. Uji asumsi klasik menggunakan uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas. Pengujian hipotesis menggunakan analisis jalur.

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Hasil uji validitas penelitian menggunakan korelasi product moment menunjukkan bahwa semua item kuesioner kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dinyatakan valid karena *p value* < 0,05. Hasil uji dengan Cronbach's alpha diperoleh nilai *cronbach's alpha* variabel kualitas produk (0,783), kualitas pelayanan (0,843), kepuasan pelanggan (0,826) dan loyalitas pelanggan (0,690) > nilai kritis (0,60), maka variabel dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Hasil uji asumsi klasik dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik	Hasil Uji	Kesimpulan
Uji multikolinearitas	<i>Tolerance</i> (0,660; 0,671; 0,653) > 0,10 <i>VIF</i> (1,514; 1,489; 1,532 < 10)	Tidak ada multikolinearitas
Uji autokorelasi	p (0,056) > 0,05	Tidak ada autokorelasi
Uji heteroskedastisitas	p (0,810; 0,871; 0,463) > 0,05	Tidak ada heteroskedastisitas
Uji normalitas	p (0,053) > 0,05	Residual terdistribusi normal

Sumber: data primer diolah, 2020

Analisis Jalur

Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel. Analisis regresi model 1 dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, regresi model 2 digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil analisis jalur pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Analisis Jalur

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p value
	B	Std. Error			
Hipotesis 1,2					
(Constant)	8,832	2,413		3,660	0,000
Kualitas Produk	0,387	0,109	0,353	3,538	0,001
Kualitas Layanan	0,346	0,105	0,329	3,301	0,001
Dependent Variable: Kepuasan					
Hipotesis 3,4,5					
(Constant)	0,600	1,261		0,476	0,635
Kualitas Produk	0,195	0,057	0,258	3,427	0,001
Kualitas Layanan	0,282	0,054	0,390	5,224	0,000
Kepuasan Pelanggan	0,244	0,052	0,355	4,684	0,000
Dependent Variable: Loyalitas					

Sumber: data primer diolah, 2020

1. Persamaan Regresi 1

Hasil persamaan regresi 1 sebagai berikut:

$$Y = 8,832 + 0,387 X_1 + 0,346 X_2$$

Hasil persamaan regresi linear berganda 1 dan interpretasinya sebagai berikut:

- Nilai konstanta (a) sebesar 8,832 dan bernilai positif, berarti apabila kualitas produk dan kualitas pelayanan dianggap tetap maka kepuasan pelanggan adalah positif.

- b. Nilai koefisien variabel kualitas produk (b_1) sebesar 0,387 dan bertanda positif, berarti bahwa setiap peningkatan kualitas produk maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan asumsi kualitas pelayanan dianggap tetap.
- c. Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan (b_2) sebesar 0,346 dan bertanda positif, berarti setiap peningkatan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan asumsi kualitas produk dianggap tetap.

2. Persamaan Regresi 2

Persamaan regresi linear berganda 2 sebagai berikut:

$$Y = 0,600 + 0,195 X_1 + 0,282 X_2 + 0,244 X_3$$

Hasil persamaan regresi linear berganda 2 dan interpretasinya sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta (a) sebesar 0,600 dan bernilai positif, berarti apabila kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dianggap tetap maka loyalitas pelanggan adalah positif.
- b. Nilai koefisien variabel kualitas produk (b_1) sebesar 0,195 dan bertanda positif, berarti bahwa setiap peningkatan kualitas produk maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan dengan asumsi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dianggap tetap.
- c. Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan (b_2) sebesar 0,282 dan bertanda positif, berarti setiap peningkatan kualitas pelayanan akan meningkatkan loyalitas pelanggan dengan asumsi kualitas produk dan kepuasan pelanggan dianggap tetap.
- d. Nilai koefisien variabel kepuasan pelanggan (b_3) sebesar 0,244 dan bertanda positif, berarti setiap peningkatan kepuasan pelanggan akan meningkatkan loyalitas pelanggan dengan asumsi kualitas produk dan kualitas pelayanan dianggap tetap.

Uji t

1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan
Hasil uji t variabel kualitas produk diperoleh nilai t hitung 3,538 dengan p value $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak berarti kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Buku Ceria Ramadhan pada PT. Antero Mandiri Sentosa di Kabupaten Jombang, sehingga H_1 terbukti kebenarannya.
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
Hasil uji t variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t hitung 3,301 dengan p value $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Buku Ceria Ramadhan pada PT. Antero Mandiri Sentosa di Kabupaten Jombang, sehingga H_2 terbukti kebenarannya.
3. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan
Hasil uji t variabel citra merek diperoleh nilai t hitung 3,427 dengan p value $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak berarti kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Buku Ceria Ramadhan pada PT. Antero Mandiri Sentosa di Kabupaten Jombang, sehingga H_3 terbukti kebenarannya.
4. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan
Hasil uji t variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t hitung 5,224 dengan p value $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak berarti kualitas pelayanan produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Buku Ceria Ramadhan pada PT. Antero Mandiri Sentosa di Kabupaten Jombang, sehingga H_4 terbukti kebenarannya.

5. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan
Hasil uji t variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t hitung 4,684 dengan *p value* $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak berarti kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Buku Ceria Ramadhan pada PT. Antero Mandiri Sentosa Buku Ceria Ramadhan pada PT. Antero Mandiri Sentosa di Kabupaten Jombang, sehingga H_5 terbukti kebenarannya.

Uji Sobel

1. Uji pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening
Hasil uji Sobel Test untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening diperoleh nilai t hitung 2,791. Untuk t tabel dengan sig. $\alpha = 0,05$ dan df sebesar 100 didapat t tabel (n-2) sebesar 1,988. Hasil t hitung $2,791 > 1,988$, sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien intervening terbukti signifikan berarti kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Buku Ceria Ramadhan pada PT. Antero Mandiri Sentosa di Kabupaten Jombang dengan kepuasan sebagai variabel intervening, sehingga H_6 terbukti kebenarannya.
2. Uji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening
Hasil uji Sobel Test untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening diperoleh nilai t hitung 2,657 Untuk t tabel dengan sig. $\alpha = 0,05$ dan df sebesar 100 didapat t tabel (n-2) sebesar 1,988. Hasil t hitung $2,657 > 1,988$, sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien intervening terbukti signifikan berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Buku Ceria Ramadhan pada PT. Antero Mandiri Sentosa di Kabupaten Jombang dengan kepuasan sebagai variabel intervening, sehingga H_7 terbukti kebenarannya.

Uji Ketepatan Model (Uji F)

Hasil penelitian diperoleh nilai *p value* $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak, berarti model tepat digunakan untuk memprediksi pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Buku Ceria Ramadhan pada PT. Antero Mandiri Sentosa di Kabupaten Jombang.

Koefisien Determinasi

Hasil koefisien determinasi diperoleh nilai *adjusted R square* sebesar 0,667 hal ini berarti bahwa sumbangan atau pengaruh yang diberikan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Buku Ceria Ramadhan pada PT. Antero Mandiri Sentosa di Kabupaten Jombang sebesar 66,7% sedangkan sebesar 33,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian, misalnya harga dan citra merek.

IMPLIKASI DAN KEBIJAKAN

1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan
Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Buku Ceria Ramadhan pada PT. Antero Mandiri Sentosa di Kabupaten Jombang dengan nilai t hitung 3,538 dengan *p value* $0,001 < 0,05$, sehingga H_1 terbukti kebenarannya. Nilai koefisien bernilai positif berarti

semakin baik kualitas produk maka kepuasan pelanggan juga semakin meningkat. Hasil ini mendukung penelitian terdahulu dari Setiawan, Suryoko dan Lisyorrin (2014); Putera dan Wahyono (2018); Handayani dan Wijayanti (2018); Lesmana dan Ratnasari (2019); Muslim (2019) yang dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Kualitas produk yang baik akan menimbulkan keinginan konsumen atau pelanggan untuk melakukan pembelian ulang (Lupiyoadi dan Hamdani, 2016: 109). Implikasi dari penelitian ini bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sehingga kebijakan yang perlu diambil oleh PT. Antero Mandiri Sentosa dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas produk adalah menjaga kualitas gambar serta menambah dengan cerita-cerita baru seputar bulan Ramadhan sehingga semakin menambah tingkat keilmuan tentang bulan Ramadhan.

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Buku Ceria Ramadhan pada PT. Antero Mandiri Sentosa di Kabupaten Jombang dengan nilai t hitung 3,301 dengan p value $0,001 < 0,05$, sehingga H_2 terbukti kebenarannya. Nilai koefisien bernilai positif berarti semakin baik kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan juga semakin meningkat. Hasil ini mendukung penelitian terdahulu dari Hendra, Djawahir dan Djazuli (2017); Kawahe, Mananeke dan Jorie (2017); Kusumawati, Andjarwati dan Hadiwijoyo (2017); Jumawan (2018); Handayani dan Wijayanti (2018); Lesmana dan Ratnasari (2019); Purnama dan Hidayah (2019) Putra dan Andjarwati (2019) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kepuasan pelanggan diketahui setelah konsumen menggunakan produk atau jasa dari perusahaan. Kualitas layanan menjadi sebuah faktor yang dapat mengakibatkan kepuasan konsumen (Lupiyoadi dan Hamdani, 2016: 212). Implikasi dari penelitian ini bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sehingga kebijakan yang perlu diambil oleh PT. Antero Mandiri Sentosa dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan adalah menjaga ketepatan distribusi buku Ceria Ramadhan ke tempat-tempat pelanggan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.

3. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Buku Ceria Ramadhan pada PT. Antero Mandiri Sentosa di Kabupaten Jombang dengan nilai t hitung 3,427 dengan p value $0,001 < 0,05$, sehingga H_3 terbukti kebenarannya. Nilai koefisien bernilai positif berarti semakin baik kualitas produk maka loyalitas pelanggan juga semakin meningkat. Hasil ini mendukung penelitian terdahulu dari Handayani dan Wijayanti (2018); Muslim (2019) bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.

Kualitas produk yang baik akan menimbulkan keinginan konsumen atau pelanggan untuk melakukan pembelian ulang (Lupiyoadi dan Hamdani, 2016: 109). Implikasi dari penelitian ini bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan sehingga kebijakan yang perlu diambil oleh PT. Antero Mandiri Sentosa dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan melalui kualitas produk adalah meningkatkan kualitas kertas agar gambar-gambar di buku terlihat lebih menarik sehingga dapat meningkatkan minat baca.

4. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Buku Ceria Ramadhan pada PT. Antero Mandiri Sentosa di Kabupaten Jombang dengan nilai t hitung 5,224 dengan p value $0,000 < 0,05$, sehingga H_4 terbukti kebenarannya. Nilai koefisien bernilai positif berarti semakin baik kualitas pelayanan maka loyalitas pelanggan juga semakin meningkat. Hasil ini mendukung penelitian terdahulu dari Hendra, Djawahir dan Djazuli (2017); Jumawan (2018); Putera dan Wahyono (2018); Putra dan Andjarwati (2019) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kusnandi, Ikbal dan Saharuddin (2012: 68) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan akan terbentuk karena adanya pelayanan prima yang dilakukan oleh karyawan. Implikasi dari penelitian ini bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan sehingga kebijakan yang perlu diambil oleh PT. Antero Mandiri Sentosa dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan melalui kualitas pelayanan adalah menjaga sikap untuk selalu siap di dalam membantu permasalahan yang dihadapi pelanggan yang ingin bertanya tentang buku Ceria Ramadhan.

5. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Buku Ceria Ramadhan pada PT. Antero Mandiri Sentosa di Kabupaten Jombang dengan nilai t hitung 4,684 dengan p value $0,000 < 0,05$, sehingga H_5 terbukti kebenarannya. Nilai koefisien bernilai positif berarti semakin baik kepuasan pelanggan maka loyalitas pelanggan juga semakin meningkat. Hasil ini mendukung penelitian terdahulu Hendra, Djawahir dan Djazuli (2017); Rinaldy, Lubis dan Utami (2017); Kusumawati, Andjarwati dan Hadiwijoyo (2017); Jumawan (2018); Purnama dan Hidayah (2019); Putra dan Andjarwati (2019) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Sumarwan (2011: 390) menyatakan bahwa konsumen yang puas akan membeli kembali produk atau jasa tersebut, hal ini berarti bahwa dengan adanya pembelian yang dilakukan terus menerus pada produk atau jasa yang sama menunjukkan sifat loyal konsumen tersebut. Implikasi dari penelitian ini bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan sehingga kebijakan yang perlu diambil oleh PT. Antero Mandiri Sentosa dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan adalah diharapkan dan diupayakan karyawan PT. Antero Mandiri Sentosa cepat tanggap dalam menangani komplain dari pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dan loyal terhadap produk dari perusahaan.

6. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Buku Ceria Ramadhan pada PT. Antero Mandiri Sentosa di Kabupaten Jombang dengan kepuasan sebagai variabel intervening dengan nilai t hitung $2,831 > 1,988$, sehingga H_6 terbukti kebenarannya. Hasil ini mendukung penelitian terdahulu dari Putera dan Wahyono (2018); Muslim (2019) bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan.

Perusahaan yang dapat memberikan atau menawarkan produk jasa yang berkualitas maka perusahaan akan dapat menciptakan kepuasan konsumen. Pelanggan yang merasa puas maka akan terus menggunakan jasa tersebut (Anggraeni, Kumadji dan Sunarti, 2016: 172). Implikasi dari penelitian ini adalah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai intervening sehingga kebijakan yang perlu diambil oleh PT. Antero Mandiri Sentosa adalah meningkatkan kualitas tinta yang semakin baik agar buku semakin lebih menarik sehingga pelanggan puas dan loyal terhadap buku Ceria Ramadhan dari PT. Antero Mandiri Sentosa.

7. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Buku Ceria Ramadhan pada PT. Antero Mandiri Sentosa di Kabupaten Jombang dengan kepuasan sebagai variabel intervening dengan nilai t hitung $2,697 > 1,988$, sehingga H_7 terbukti kebenarannya. Hasil ini mendukung penelitian terdahulu dari Hendra, Djawahir dan Djazuli (2017); Putera dan Wahyono (2018); Jumawan (2018); Putra dan Andjarwati (2019) bahwa kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

Pelanggan harus merasakan dan mendapatkan kepuasan dari kualitas layanan yang telah diberikan, karena dengan puasnya pelanggan maka pelanggan tersebut akan loyal dan secara sukarela akan menyampaikan kepada orang lain hal yang positif mengenai perusahaan (Hurriyati, 2010: 39). Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan mampu membuat nasabah menjadi puas sehingga berkeinginan untuk terus menggunakan produk perusahaan. Implikasi dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai intervening sehingga kebijakan yang perlu diambil oleh PT. Antero Mandiri Sentosa adalah menjaga kerapian penampilan dari karyawan pada saat berkunjung ke TK untuk mendapatkan image yang baik serta menjaga keramahan sehingga pelanggan puas dan loyal untuk terus menggunakan buku Ceria Ramadhan dari PT. Antero Mandiri Sentosa.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga semakin baik kualitas produk dan kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan semakin meningkat. Kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sehingga semakin baik kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan maka dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening, sehingga kualitas produk dan kualitas pelayanan dapat berpengaruh langsung dan tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Handayani, Rini dan Handayani Tri Wijayanti. 2018. "Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan

- Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Home Industri Frozen Food)". *Seminar Nasional Edusainstek*. Vol 1 No 1, hal 1-11.
- Hasan, Ali. 2015. *Marketing Bank Syariah*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Hendra, Timotius; Achmad Helmy Djawahir; Atim Djazuli. 2017. "Pengaruh Nilai, Kualitas Pelayanan, Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Giant Supermarket Sawojajar, Kota Malang)". *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol. 4 No.2, hal. 129-141.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Pelanggan: Fokus pada Pelanggan Kartu Kredit Perbankan*. Alfabeta. Bandung.
- Ismail, Rahmat. 2014. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah sebagai Predictor dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah". *Jurnal Organisasi dan Manajemen*. Vol 10 No 2, hal 179-196.
- Kawahe, Debora Ecleysia; Lisbeth Mananeke dan Rotinsulu Jopie Jorie. 2017. "Pengaruh Desain Layout, Fasilitas dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Matahari Departemen Store Mega Mall Manado". *Jurnal EMBA*. Vol.5 No. 3, hal. 3528- 3537.
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong, 2015. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (Alih Bahasa: Benyamin Molan). Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*, (Alih Bahasa Bob Sabran). Erlangga. Jakarta.
- Kusumasasti, Ika; Andarwati dan Djumilah Hadiwidjojo. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan *Coffee Shop*". *EKOBIS – Ekonomi Bisnis*. Vol. 22, No. 2, hal. 123-129.
- Lesmana, Rosa dan Ratnasari. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa". *Jurnal Pemasaran: Kompetitif*. Vol. Vol 2 No 2, hal 115-129.
- Lovelock, Christopher., Jochen Wirtz., Jacky Mussry. 2012. *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi: Perspektif Indonesia*. Erlangga. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktik)*. Salemba Empat. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Montolalu, Fandi Sam., Lisbeth Mananeke dan Sem George Oroh. 2015. "Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Manado Timur". *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum*. Vol 2 No 1, hal 120-135.
- Muslim, Biandri. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan serta Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Toko Online Bellshop)". *Jurnal Ecopreneur*. Ekonomi. Vol 2, No. 1, hal. 45-49.
- Purnama, Rina dan Asmi Ayuning Hidayah. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan serta Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan". *Tirtayasa Ekonomika*. Vol. 14, No 2, hal. 187-203.
- Putera, Adhitya Kelana dan Wahyono. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen". *Management Analysis Journal*. Vol 7 No 1, hal 110-119.
- Putra, Helmi Ruspionto dan Anik Lestari Andjarwati. 2019. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Pemulihan Layanan terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Nasabah Bank Mandiri di Surabaya)". *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol 7 No 1, hal 220-227.

- Rahmaddiansyah, Fajri dan Cut Vania Utami. 2015. "Analisis Loyalitas Konsumen terhadap Minuman Kopi Robusta di Kota Banda Aceh". *Agrisep*. Vol 16 No 2, hal. 77-89.
- Rinaldy, Indah Mayasary, Permana Honeyta Lubis dan Sorayanti Utami. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking BNI di Banda Aceh dengan Kepercayaan Nasabah, Kepuasan Nasabah, Komitmen Nasabah, dan Nilai Nasabah Sebagai Variabel Mediasi". *Jurnal Perspektif Manajemen dan Perbankan*. Vol. 8, No. 3, hal. 19-48
- Saidani, Basrah dan Samsul Arifin, 2012. "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, h. 1-13.
- Setiawan, Deddy; Sri Suryoko; Sari Listyorini. 2014. "Pengaruh Harga, Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Buku Gramedia Pandanaran Semarang". *Diponegoro Journal of Social And Political Science*. Vol 1 No 1 hal. 1-10.
- Sumawaran, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Strategi Pemasaran*. Andi. Yogyakarta.
- Wedarini, Ni Made Sinta. 2013. "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Telkom Flexi". *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, Vol 2 No 5, hal. 495 – 512.
- Wijayanti dan Sumekar. 2014. "Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Loyalitas Anggota pada KJKS BMT Bina Ummat Sejahtera Lasem Cabang Kudus." *Jurnal Analisis Manajemen*. Vol 3 No 2, hal. 129-147.