

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Cv. Istana MobilHastuti Handayani Harahap^{1*}, Frederik Rudy Sentosa Rajagukguk¹Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bina Karya¹Email : harahaphastutyhandayani@gmail.com***ABSTRACT**

This study aims to determine the effect of service quality and store atmosphere on customer loyalty with satisfaction as an intervening variable at CV. Car Palace. The research method used is a quantitative method using the help of SPSS version 25.00. which is collected from the results of distributing questionnaires to CV customers. Tebing Tinggi City Car Palace as many as 96 respondents. The analytical method used in this study is to use an instrument test, namely the validity and reliability test. The classical assumption test is normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination (R²) analysis, hypothesis testing, namely T test and path analysis. The results of SPSS in this study are the Service Quality variable (X1) has an effect on the Satisfaction variable (Z), the Store Atmosphere variable (X2) has no effect on the Satisfaction variable (Z), the Service Quality variable (X1) has no effect on Customer Loyalty (Y), the Store Atmosphere variable (X2) has no effect on Customer Loyalty (Y), the Satisfaction variable (Z) has an effect on Customer Loyalty (Y) and path analysis shows that Satisfaction (Z) can mediate the relationship between Service Quality (X1) and Customer Loyalty (Y), and Satisfaction (Z) can mediate the relationship of Store Atmosphere (X2) to Customer Loyalty (Y).

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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada CV. Istana Mobil. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan bantuan SPSS versi 25.00 yang dikumpulkan dari hasil penyebaran kuisioner kepada pelanggan CV. Istana Mobil Kota Tebing Tinggi sebanyak 96 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan uji instrumen yaitu uji validitas dan reliabilitas. Uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedasitas, analisis regresi linier berganda, analisis koefisien determinasi (R²), uji hipotesis yaitu uji T dan analisis jalur (*Path analysis*). Hasil dari SPSS dalam penelitian ini yaitu variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan (Z), variabel Store Atmosphere (X2) tidak

berpengaruh terhadap variabel Kepuasan (Z), Variabel variabel Kualitas Pelayanan (X1) tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), Variabel *Store Atmosphere* (X2) tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), variabel Kepuasan (Z) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dan analisis jalur memperlihatkan Kepuasan (Z) dapat memediasi hubungan Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), dan Kepuasan (Z) dapat memediasi hubungan *Store Atmosphere* (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

PENDAHULUAN

CV. Istana Mobil merupakan salah satu perusahaan jasa perbaikan dan perawatan kendaraan di kota Tebing Tinggi, dalam pengoperasian perusahaannya CV. Istana Mobil memberikan berbagai jasa perbaikan dan perawatan kendaraan mulai dari *spooring, blancing, engine tune up* hingga *doorsmeer* dan lainnya. Untuk menjaga loyalitas pelanggan CV. Istana Mobil telah mendaftarkan diri dalam platform penyedia jasa perbaikan kendaraan seperti Halo Bengkel untuk memberikan kemudahan pelanggan dalam menerima pelayanan. Untuk memastikan loyalitas pelanggan CV. Istana Mobil istana mobil setiap 3 bulan sekali melakukan survei kepuasan pelanggan untuk memperoleh masukan-masukan yang dapat dijadikan perbaikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Namun dari data pelanggan yang dimiliki oleh CV. Istana Mobil pada tahun 2021 menunjukkan bahwa tingkat loyalitas pelanggan cukup rendah dimana pelanggan yang menggunakan jasa CV. Istana Mobil tidak seluruhnya pelanggan kembali sesuai dengan jadwal yang diberikan.

Loyalitas yang ada pada pelanggan dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan, hal ini dapat terlihat dalam penelitian terdahulu dimana kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Menurut (Kotler, 2016), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Kepuasan pelanggan menjadi hal utama yang sangat diinginkan oleh perusahaan dikarenakan setiap pelanggan yang merasa puas akan melakukan pembelian kembali sebuah produk atau menggunakan kembali sebuah jasa. Faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan. Menurut (Berry, 2014), kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Kualitas Layanan dapat berupa totalitas fitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan.

Selain dengan kualitas pelayanan yang baik sebagai upaya menjaga loyalitas pelanggan, perusahaan juga dapat menggunakan *store atmosphere*. Menurut (Amin, 2014) *store atmosphere* merupakan salah satu bagian yang berpengaruh bagi suatu toko untuk membuat pelanggan merasa nyaman yang ditimbulkan dari penggunaan unsur-unsur desain interior seperti pengaturan cahaya, tata suara, sistem pengaturan udara, dan pelayanan. Pada perusahaan jasa *store atmosphere* yang disediakan dapat berupa fasilitas ruang tunggu yang nyaman, kemudahan dalam memperoleh jasa yang dibutuhkan dan lainnya. Hal ini lah yang dilakukan oleh CV. Istana Mobil untuk memperoleh keuntungan yang maksimal dan menjaga loyalitas pelanggan.

Dari hasil prasarvei yang dilakukan oleh peneliti CV. Istana Mobil pada tahun 2019 telah membangun ruang kantor yang lebih besar untuk memberikan rasa nyaman kepada palanggan, selain dari itu CV. Istana Mobil pada bangunan yang sama membuka Café dengan *frenchise* Kopi Kok Tong agar pelanggan dapat bersantai pada café tersebut pada saat menggunakan jasa yang ada pada CV. Istana Mobil baik berupa *doorsmeer*, perawatan atau perbaikan kendaraan. Selain café CV. Istana Mobil juga membuka *fitnes* pada tahun 2020 yang juga dapat dikunjungi oleh pengguna jasa CV. Istana Mobil karena berada dibangunan yang sama.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Menurut (Assauri, 2013) Manajemen Pemasaran adalah Manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program - program yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang.

Loyalitas

Menurut (Adam, 2015), mengatakan bahwa loyalitas merupakan komitmen dari seorang pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang dikur dengan pembelian ulang atau attitudinal commitment.

Disiplin Kerja

Menurut (Hartatik, 2018), menyebutkan disiplin keja adalah suatu alat yang digunakan manajer untuk mengubah suatu perilaku serta sebagai suatu upaya untuk meningkatkan kesadaran dan kesediaan seseorang menaati semua peraturan instansi serta norma – norma sosial yang berlaku.

Kualitas Pelayanan (Service Quality)

Menurut Lupiyoadi and Hamdani (2014), mendefinisikan kualitas pelayanan adalah sebagai seluruh aktivitas yang berusaha mengkombinasikan nilai dari pemesanan, pemrosesan hingga pemberian hasil jasa melalui komunikasi untuk mempercepat kerja sama dengan konsumen dengan segera.

Store Atmosphere

Menurut (Utami, 2013), *store atmosphere* (suasana toko) adalah desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan wangi-wangian untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan dan untuk mempengaruhi pelanggan dalam membeli barang.

Kepuasan Pelanggan

Menurut (Kotler, 2016), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Tapi, jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas dan senang.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Jenis penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Metode penelitian kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh (Sugiyono, 2015), yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data yang akan digunakan dalam penelitian ini. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam melakukan penelitian terhadap variabel-variabel yang akan diuji, pada setiap jawaban akan diberi skor. Skala ordinal (Skala Likert) menggunakan lima tingkatan jawaban yang dapat berbentuk sebagai berikut:

Tabel 1. Skala Pengukuran

No	Skala	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2015)

Teknik analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Uji Instrumen
 - 1) Uji validitas

Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur ketepatan alat ukur melakukan tugas untuk mencapai sasarannya.

- a) Jika r hitung $>$ r table maka pertanyaan tersebut valid
 - b) Jika r hitung $<$ r table maka pertanyaan tersebut tidak valid.
- 2) Uji reliabilitas

Reliabilitas merupakan tingkat kehandalan suatu instrument penelitian. Instrumen yang reliable adalah instrument yang apabila digunakan berulang kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas akan menunjukkan konsistensi dari pertanyaan jawaban responden yang terdapat pada kuisisioner. Uji ini dilakukan setelah validitas yang diuji merupakan pertanyaan yang sudah valid. Uji reabilitas ini menggunakan uji *Cronbach Alpha*.

- b. Uji Asumsi Klasik

Pengujian regresi linier berganda dapat dilakukan setelah model dari penelitian ini memenuhi syarat-syarat yaitu lolos dari asumsi klasik. Syarat-syarat yang harus di penuhi adalah data tersebut harus terdistribusikan secara normal, tidak mengandung multikoloniaritas, dan heterokidastisitas. Untuk itu sebelum melakukan pengujian regresi linier berganda perlu

dilakukan lebih dahulu pengujian asumsi klasik. Uji asumsi klasik tersebut terdiri dari uji normalitas, uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas.

c. Uji Hipotesis

Setelah di peroleh persamaan regresi, maka perlu di lakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui apakah koefisien regresi yang didapat signifikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Pengujian validitas menunjukkan bahwa seluruh poin pernyataan baik variabel Variabel X1, Variabel X2, Variabel X3 maupun Variabel Y memiliki nilai r hitung yang lebih besar dibandingkan nilai r tabel, hingga dapat disimpulkan jika seluruh pernyataan masing-masing variabel dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Berdasarkan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha*, semua variabel penelitian adalah reliabel/handal karena *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6, maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa alat pengukuran dalam penelitian ini telah memenuhi uji reliabilitas (*reliable* dan dapat dipakai sebagai alat ukur).

Uji Normalitas

Dari output dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Monte Carlo Sig.) seluruh variabel sebesar 0,684 dimana nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka nilai residual tersebut telah normal, sehingga dapat disimpulkan jika seluruh variabel berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Berdasarkan pengolahan data dapat diketahui bahwa nilai tolerance di mana semuanya lebih besar dari 0,10 sedangkan nilai VIF di mana semuanya lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak adanya gejala multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji glejser menunjukkan nilai signifikansi seluruhnya lebih besar dan 0,050 sehingga dapat disimpulkan jika tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Persamaan 1

Tabel 2. Uji Parsial

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	6.173	2.384		2.589	.011
Kualitas Pelayanan	.514	.099	.470	5.220	.000
Store Atmosphere	.267	.136	.177	1.963	.053

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

a. Uji Hipotesis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari tabel 2. diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5,220 Dengan $\alpha = 5\%$, $t_{tabel}(5\%; n-k = 94)$ diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,985 Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa $t_{hitung}(5,220) > t_{tabel}(1,985)$, demikian pula dengan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis pertama diterima, artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Septiana et al., 2021) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Cabang Banjarmasin Samudera).

b. Uji Hipotesis Pengaruh Variabel Store Atmosphere Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan

Dari tabel 2. diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,963 Dengan $\alpha = 5\%$, $t_{tabel}(5\%; n-k = 94)$ diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,985 Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa $t_{hitung}(1,963) < t_{tabel}(1,985)$, dan nilai signifikansinya sebesar $0,053 > 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis kedua ditolak, artinya variabel *store atmosphere* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Ramdani, 2021) dengan judul Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Loyalitas Konsumen Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Study Pada Pelanggan Queen coffee Lombok timur, NTB).

Persamaan II

Tabel 3. Uji Prasional

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	7.423	2.939		2.526	.013
Kualitas Pelayanan	.029	.133	.022	.215	.831
Store Atmosphere	-.095	.165	-.052	-.575	.567
Kepuasan Pelanggan	.688	.123	.570	5.575	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

a. Uji Hipotesis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Dari tabel 3. diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0,215 Dengan $\alpha = 5\%$, t_{tabel} (5%; n-k = 93) diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,985 Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa t_{hitung} (0,215) < t_{tabel} (1,985), demikian pula dengan nilai signifikansinya sebesar 0,831 > 0,05 maka dapat disimpulkan hipotesis ketiga ditolak, artinya variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Yanti, 2019) dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan, *Brand Image* Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus BNI Syariah Kantor Cabang Semarang).

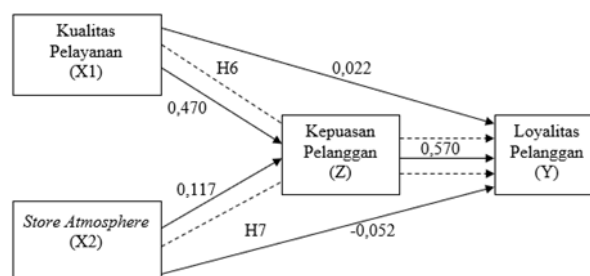
b. Uji Hipotesis Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Loyalitas Pelanggan

Dari tabel 3. diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -0,575 Dengan $\alpha = 5\%$, t_{tabel} (5%; n-k = 93) diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,985. Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa t_{hitung} (-0,575) > t_{tabel} (-1,985), dan nilai signifikansinya sebesar 0,567 > 0,05 maka dapat disimpulkan hipotesis keempat ditolak, artinya variabel store atmosphere tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Ramdani, 2021) dengan judul Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Loyalitas Konsumen Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Study Pada Pelanggan *Queen coffee* Lombok timur, NTB) .

c. Uji Hipotesis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Dari tabel 3. diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5,575 Dengan $\alpha = 5\%$, t_{tabel} (5%; n-k = 93) diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,985. Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa t_{hitung} (5,575) > t_{tabel} (1,985), dan nilai signifikansinya sebesar 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan hipotesis kelima diterima, artinya variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Septiana et al., 2021) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel *Intervening* (PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Cabang Banjarmasin Samudera).

Analisis Jalur



Gambar 1. Analisis Jalur

Pada gambar analisis jalur memperlihatkan pengaruh langsung variabel kualitas peayanan terhadap variabel loyalitas pelanggan sebesar 0,022. Sementara pengaruh tidak langsung melalui variabel kepuasan pelanggan yaitu $0,470 \times 0,570 = 0,267$ Dari hasil perhitungan yang didapat menunjukkan pengaruh secara tidak langsung melalui variabel kepuasan pelanggan lebih kecil dibanding pengaruh secara langsung terhadap variabel loyalitas pelanggan. Selanjutnya pengaruh langsung variabel *Store Atmosphere* terhadap variabel loyalitas pelanggan sebesar -0,052. Sementara pengaruh tidak langsung melalui variabel kepuasan

pelanggan yaitu $0,117 \times 0,570 = 0,066$ Dari hasil perhitungan yang didapat menunjukkan pengaruh secara tidak langsung melalui variabel kepuasan pelanggan lebih kecil dibanding pengaruh secara langsung terhadap variabel loyalitas pelanggan. Hasil ini dapat dilihat dalam tabel 4. berikut:

Tabel 4. Hubungan Langsung dan Tidak Langsung

No	Variabel	Direct	Indirect	Total	Kriteria	Kesimpulan
1	Kepuasan Memediasi Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV. Istana Mobil	0,022	$0,470 \times 0,570 = 0,267$	0,289	Direct < Indirect	Hipotesis keenam diterima yang artinya Kepuasan dapat Memediasi Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV. Istana Mobil
2	Kepuasan Memediasi Hubungan <i>Store Atmosphere</i> terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV. Istana Mobil	-0,052	$0,117 \times 0,570 = 0,066$	0,014	Direct < Indirect	Hipotesis ketujuh diterima yang artinya Kepuasan dapat Memediasi Hubungan <i>Store Atmosphere</i> terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV. Istana Mobil

KESIMPULAN

Penelitian ini mencoba untuk menjawab tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Store Atmosphere* Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening* Pada CV. Istana Mobil. Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dan analisis jalur menunjukkan bahwa :

- Hipotesis pertama diterima, artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Istana mobil
- Hipotesis kedua ditolak, artinya variabel *store atmosphere* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Istana mobil
- Hipotesis ketiga ditolak, artinya variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada CV. Istana mobil
- Hipotesis keempat ditolak, artinya variabel *store atmosphere* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada CV. Istana mobil
- Hipotesis kelima diterima, artinya variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada CV. Istana mobil
- Hipotesis keenam diterima, artinya variabel Kepuasan dapat Memediasi Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV. Istana Mobil.
- Hipotesis ketujuh diterima, artinya variabel Kepuasan dapat Memediasi Hubungan *Store Atmosphere* terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV. Istana Mobil.

REFERENSI

- Adam, M. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit : Alfabeta, Bandung.
- Amin, M. M. (2014). *Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan*. Penerbit : Aswaja Pressindo, Yogyakarta.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit: Rajawali Pers, Jakarta.
- Basu Swastha Dharmmesta. (2014). *MANAJEMEN PEMASARAN*.
- Hamali, A. Y. (2016). *Pemahaman manajemen sumberdaya mausia*. Penerbit : Center for Academic Publishing Service, Yogyakarta.
- Hartatik, P. I. (2018). *Sumber Daya Manusia*. Penerbit : Lakasana, Jogjakarta.
- Kotler, P. (2016). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia (Pertama)*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Kotler, P., Keller, K. L., Manceau, D., & Dubois, B. (2016). *Marketing Management, 15e édition*. New Jersey: Pearson Education.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2014). *Manajemen Pemasaran jasa*. Salemba Empat, Jakarta.
- Olson, J. P. P. & J. C. (2014). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, Edisi keempat*. Erlangga, Jakarta.
- Ramdani, A. Z. L. (2021). *Pengaruh store atmosphere terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi oleh kepuasan konsumen: Study pada pelanggan Queen Coffee Lombok Timur, NTB*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Salim, L. (2014). *Retail Management*. Jakarta; Pearson.
- Septiana, N. M., Artiningsih, D. W., & Hairudinor, H. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (PT Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Cabang Banjarmasin Samudera)*. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 10(2), 24–37.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Penerbit : Alfabeta, Bandung.
- Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Cetakan ke-2. Penerbit : CAPS (Center for Academic Publishing. Service), Yogyakarta.
- Utami, C. W. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Penerbit : Rajawali Pers Jakarta.
- Wukir. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi Sekolah*. Cetakan I. Penerbit : Multi Presindo, Yogyakarta.

- Yanti, N. A. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus BNI Syariah Kantor Cabang Semarang)*. IAIN SALATIGA.
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D. D. G. (2013). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. *Mc.Graw-Hill, Boston*.
- Cahyadi, L. and Cahyadi, W. (2023) 'The influence of transactional leadership style and transformational on organizational commitment with compensation as a moderating variable', *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 9(2), p. 845. doi:10.29210/020231736.
- Cahyadi, W., Aswita, D. and Ningsih, T.Z. (2022) 'Analysis of The Development of Non-Cognitive Assessment Instrument to Support Online History Learning in Jambi City High School', *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 14(3), pp. 3265–3274. doi:10.35445/alishlah.v14i3.2044.
- Candrasa, L. and Cen, C.C. (2022) 'The Effect Of Teacher Teaching, Learning Methods And Students Perceptions On The Student's Learning Achievement In Medan City', *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 8(4), pp. 449–456. doi:10.29210/020221737.
- Sinaga, E.M. (2022) 'The Influence Of Price On Purchase Decision With Quality Of Service As Intervening Variable (Case Study On Customer Outlet Distributor Of XL AXIATA Products PT. Akses Lintas Nusantara Kota Tebing Tinggi)', *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 8(4), pp. 125–133. doi:10.29210/020221734.