



Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Varian Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Kelontong

Ayudea Oktaviani

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Wibawa Karta Raharja

Sisca Septiani

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Wibawa Karta Raharja

Alamat: Jalan Jenderal A Yani No 21. Kota/Kabupaten, Kab. Purwakarta. Kode Pos, 41114.

Telepon, 0264-8224690. Faximile, 0264-8224690

Korespondensi penulis: sisseptiani@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the effect of Service Quality and Product Variants on Customer Loyalty at Darin Grocery Store in Cikopo Purwakarta. The source of the data in this study was obtained from a questionnaire (primary) which was distributed to the respondents. The population of this study were customers at the Darin Grocery Store in Cikopo Purwakarta. The research sample amount were 82 people. The research analysis method used is validity test, reliability test, multiple linear regression, f test and t test. The research findings indicate that the marketing strategy simultaneously affects customer loyalty. Based on multiple linear regression analysis, the coefficient of determination is 40.3%. The most dominant factor influencing is the product variance of the t test calculation. The t value for the service quality variable is 0.880, the t count for the product variant variable is 4.838. The results of the F test obtained F count of 26.715 and a significant value < 0.05.*

Keywords: *Service Quality, Product Variants, Customer Loyalty*

Abstrak. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan dan Varian Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Kelontong Darin di Cikopo Purwakarta. Sumber data pada penelitian ini didapat dari kuesioner (primer) yang disebar pada responden. Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan pada Toko Kelontong Darin di Cikopo Purwakarta. Sampel penelitian berjumlah 82 orang. Metode analisis penelitian yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier berganda, uji f dan uji t. Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan analisis regresi linier berganda diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 40,3%. Faktor yang paling dominan berpengaruh adalah Varian Produk dari penghitungan uji t. Nilai t hitung variabel kualitas pelayanan sebesar 0,880, t hitung variabel varian produk sebesar 4,838. Hasil Uji F diperoleh F hitung sebesar 26,715 dan nilai signifikan < 0,05.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Varian Produk, Loyalitas Pelanggan

LATAR BELAKANG

Toko kelontong masih memiliki peminat dari masa ke masa, alasannya bukan hanya jarak yang dekat tetapi kedekatan konsumen dengan pemilik Toko pun menjadi salah satu faktor yang sangat berpengaruh dalam kenyamanan berbelanja masyarakat. Bahkan Toko Kelontong juga menawarkan kredit atau biasanya disebut dengan hutang dalam jangka waktu tertentu sehingga masyarakat merasa diringankan dan dibantu dalam pemenuhan kebutuhan sehari-harinya. Hal tersebut Stidak bisa didapatkan ketika masyarakat berbelanja di minimarket ataupun swalayan. Selain itu, toko Kelontong memiliki kelebihan lain yang dapat

memikat masyarakat untuk berbelanja yaitu selain harganya yang terjangkau, toko kelontong juga menjual berbagai macam kebutuhan masyarakat seperti sembako, keperluan rumah tangga, obat-obatan, makanan ringan, bahan bakar seperti gas elpiji, air mineral, bahkan alat tulis.

Kualitas pelayanan merupakan upaya yang dilakukan untuk memenuhi keperluan, keinginan, atau harapan pelanggan yang disampaikan dengan baik dan benar agar pelanggan merasa puas dengan apa yang diterimanya. Selain itu, menyediakan berbagai varian produk juga tak kalah penting agar memudahkan konsumen maupun pelanggan untuk memilih barang yang dibutuhkan atau diinginkannya.

Penelitian (Anggraini & Budiarti, 2020) menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Ini menunjukkan bahwa ketika pelanggan merasakan layanan berkualitas tinggi, mereka lebih cenderung menjadi loyal ke toko. (Y. L. Putri & Utomo, 2017a), (Khoirunnisa' & Wijayanto, 2021), (Y. L. Putri & Utomo, 2017b), (Sugiarsih Duki Saputri, 2019), (Trisanti et al., 2022), juga menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian lainnya (Octavia, 2019) terhadap menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Ini menyiratkan bahwa memberikan layanan berkualitas tinggi dan memastikan kepuasan pelanggan dapat menyebabkan peningkatan loyalitas pelanggan. (Fauzi & Mandala, 2019) menyelidiki dampak kualitas layanan, Hasil penelitian bahwa faktor tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh penulis di Toko Kelontong Darin, ini adalah Data Pengunjung dan Data Persediaan Varian Produk di Toko Kelontong Darin di Cikopo Purwakarta pada Tahun 2022 :

Tabel 1 Data Jumlah Pelanggan Toko Kelontong Darin Tahun 2022

Tahun	No	Bulan	Jumlah Pelanggan	Rata-rata perhari	Persentase (%)
2021	1	Januari	465 pelanggan	15	10%
	2	Februari	336 pelanggan	12	8 %
	3	Maret	434 pelanggan	14	10%
	4	April	390 pelanggan	13	9%
	5	Mei	372 pelanggan	12	9%
	6	Juni	330 pelanggan	11	8%
	7	Juli	310 pelanggan	10	7%
	8	Agustus	295 pelanggan	9	7%
	9	September	280 pelanggan	9	6%

	10	Oktober	345 pelanggan	11	8%
	11	November	370 pelanggan	12	8%
	12	Desember	445 pelanggan	14	10%
	Total		4.372 pelanggan		100%

Sumber : Toko Kelontong Darin

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, dapat dijelaskan bahwa jumlah pengunjung di Toko Kelontong Darin mengalami penurunan dan kenaikan setiap bulannya. Seperti jumlah pengunjung dari bulan Januari ke bulan Februari terjadi penurunan sebanyak 129 pengunjung, lalu dibulan Maret mengalami kenaikan kembali sebanyak 98 pengunjung, kemudian dibulan April sampai bulan September terjadi penurunan kembali secara tidak tentu, dan dibulan Oktober sampai bulan Desember pengunjung di Toko Kelontong Darin mulai mengalami kenaikan pengunjung dengan stabil.

KAJIAN TEORITIS

Kualitas Pelayanan

Definisi kualitas pelayanan adalah tingkat kepuasan dan kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan atau organisasi (Y. L. Putri & Utomo, 2017b). Kualitas pelayanan yang dinilai baik oleh konsumen dapat mempengaruhi terbentuknya loyalitas konsumen terhadap suatu produk atau jasa (Y. L. Putri & Utomo, 2017b). Penelitian juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Santy et al., 2023).

Konsep kualitas layanan mengacu pada tingkat keunggulan atau superioritas layanan yang diberikan kepada pelanggan atau klien. Ini mencakup berbagai aspek seperti responsif, keandalan, jaminan, empati, dan tangibles (Pratama et al., 2021).

Varian Produk

Varian produk mengacu pada variasi atau beragamnya produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan atau organisasi (Cardia et al., 2019). Varian produk adalah variasi dari standar produk yang sesuai dengan kebutuhan spesifik pelanggan. Varian produk dapat mencakup variasi terbatas yang bisa sesuai dengan kemampuan pelanggan atau dipilih oleh pelanggan untuk mendapatkan standar produk atau jasa yang cocok dengan kebutuhan pelanggan sendiri. Penambahan varian produk dapat menjadi strategi inovasi yang efektif untuk meningkatkan kinerja pemasaran (N. K. N. Putri & Yasa, 2018). Dalam konteks usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), penambahan varian produk dapat meningkatkan minat dan ketertarikan konsumen serta memberikan keunggulan kompetitif (N. K. N. Putri & Yasa,

2018). Selain itu, penambahan varian produk juga dapat memenuhi kebutuhan dan preferensi yang beragam dari konsumen (Novianti et al., 2022).

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan adalah kesetiaan dan komitmen pelanggan terhadap suatu merek, produk, atau perusahaan (Cardia et al., 2019). Loyalitas pelanggan dapat didefinisikan sebagai perilaku pembelian yang dilakukan secara rutin dan komitmen pelanggan untuk terus membeli produk atau jasa dari suatu perusahaan dalam jangka panjang (Elianto et al., 2020; Griffin, 1995; Harsono, 2021). Loyalitas pelanggan juga dapat diartikan sebagai kemampuan pelanggan untuk merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain yang belum pernah mencobanya (Esa Sekar Hastari et al., 2023). Definisi lain menyebutkan bahwa loyalitas pelanggan merupakan ukuran keberhasilan strategi pemasaran suatu perusahaan (Elianto et al., 2020). Dalam konteks bisnis, loyalitas pelanggan memiliki peran yang penting. Loyalitas pelanggan dapat menjadi indikator keberhasilan strategi pemasaran suatu perusahaan (Elianto et al., 2020). Selain itu, loyalitas pelanggan juga dapat memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan, seperti meningkatkan pendapatan dan mengurangi biaya pemasaran (Griffin, 1995).

METODE PENELITIAN

Jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer yang didapatkan dari responden melalui Kuesioner, data sekunder yang didapatkan dari beberapa jurnal dan buku yang sesuai dengan apa yang ingin penulis teliti. Data tersebut berupa jurnal penelitian terdahulu, dan materi-materi yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, varian produk, maupun loyalitas pelanggan.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan di Toko kelontong darin dengan jumlah 450 orang perbulannya. Populasi pelanggan dalam satu harinya rata-rata 15 orang. Jumlah sampel dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan teknik insidental sampling dan menggunakan rumus Yamane (Sugiyono, 2019). Jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak 82 orang responden yaitu pelanggan di Toko Kelontong Darin.

Metode analisis data yang digunakan uji instrument dengan uji validitas dan reliabilitas, selanjutnya analisis statistic deskriptif, uji hipotesis dengan uji regresi linier berganda dengan sebelumnya melakukan syarat uji regresi dengan uji asumsi klasik, uji t, uji F, dan analisis korelasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Uji Intrument

a. Uji Validitas

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Nomor Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X ₁	1	0,530	0,286	Valid
	2	0,453	0,286	Valid
	3	0,477	0,286	Valid
	4	0,652	0,286	Valid
	5	0,603	0,286	Valid
	6	0,492	0,286	Valid
	7	0,468	0,286	Valid
	8	0,629	0,286	Valid
	9	0,615	0,286	Valid
X ₂	10	0,600	0,286	Valid
	11	0,559	0,286	Valid
	12	0,614	0,286	Valid
	13	0,620	0,286	Valid
	14	0,686	0,286	Valid
	15	0,686	0,286	Valid
	16	0,612	0,286	Valid
	17	0,270	0,286	Tidak Valid
Y	18	0,546	0,286	Valid
	19	0,619	0,286	Valid
	20	0,699	0,286	Valid
	21	0,558	0,286	Valid

Dari tabel di atas semua butir pernyataan baik dari instrumen variabel kualitas pelayanan (X₁), varian produk (X₂) dan loyalitas pelanggan (Y), dinyatakan valid kecuali pertanyaan pada nomor item 17 di variabel varian produk (X₂) dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

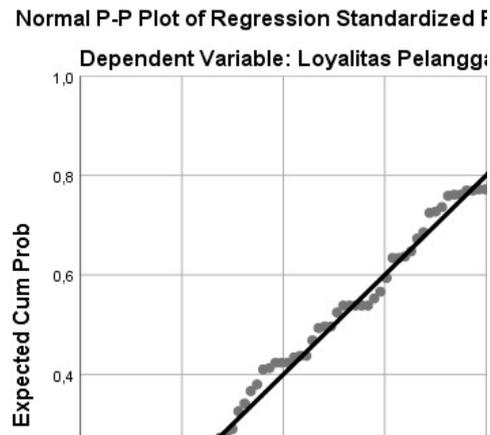
Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Item Pertanyaan	Cronbach Alpha	R Tabel	Keterangan
X ₁	9	0,702	0,286	Reliable
X ₂	7	0,759	0,286	Reliable
Y	4	0,429	0,286	Reliable

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa angket reliabel. Reliabilitas ini juga ditunjukkan dengan nilai alpha cronbach sebesar 0,60 – 0,80 sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur penelitian reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas



Gambar 1 Hasil Uji Normalitas

Dari gambar di atas terlihat bahwa titik-titik menyebar mengikuti data disepanjang garis diagonal, hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinieritas

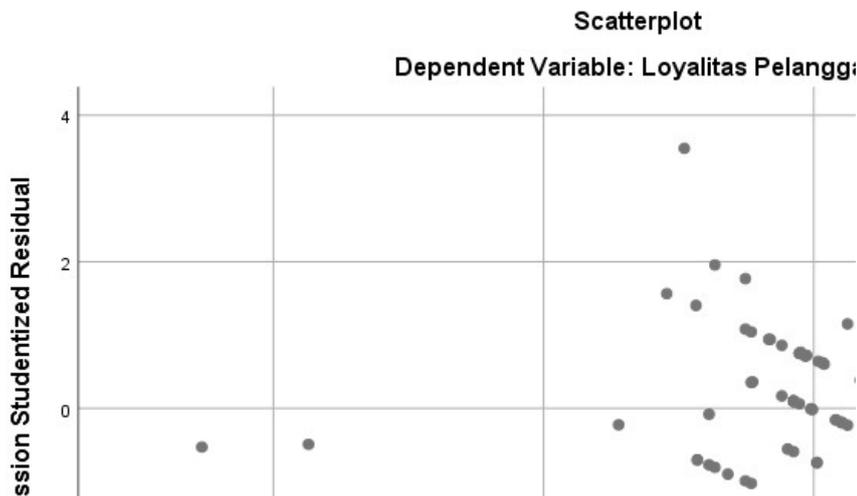
		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	5,049	1,670		3,024	,003		
	Kualitas Pelayanan	,051	,058	,102	,880	,381	,558	1,791
	Varian Produk	,320	,066	,563	4,838	,000	,558	1,791

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai VIF 1,791 dan Tolerance yaitu 0,558, sama halnya dengan variabel Varian Produk memiliki nilai VIF 1,791 dan Tolerance sebesar 0,558. Sehingga dapat disimpulkan bahwa

baik variabel Kualitas Pelayanan maupun variabel Varian Produk memiliki nilai VIF > 10 dan Tolerance > 0,1. Hal ini menjelaskan bahwa pada antar variabel bebas tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2 Hasil Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi variabel dependen, berdasarkan masukan variabel independennya.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 5 Hasil Uji Regresi Linier

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,049	1,670		3,024	,003
	Kualitas Pelayanan	,051	,058	,102	,880	,381
	Varian Produk	,320	,066	,563	4,838	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat nilai konstanta (nilai α) sebesar 5,049 dan untuk Kualitas Pelayanan nilai β sebesar 0,051 sementara varian produk (nilai β) sebesar 0,320. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 5,049 + 0,051 X_1 + 0,320 X_2 + e$$

b. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,635 ^a	,403	,388	1,46156
a. Predictors: (Constant), Varian Produk (X2), Kuaalitas Pelayanan (X1)				

Berdasarkan output diatas diketahui nilai R Square sebesar 0,403, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X1 dan X2 secara simultan terhadap variabel Y adalah sebesar 40,3%.

c. Uji t (Parsial)

Tabel 7 Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,049	1,670		3,024	,003
	Kuaalitas Pelayanan (X1)	,051	,058	,102	,880	,381
	Varian Produk (X2)	,320	,066	,563	4,838	,000
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)						

1) Pengujian Hipotesis Pertama (H_1)

Diketahui nilai sig. Untuk pengaruh X_1 terhadap Y adalah sebesar $0,381 > 0,05$ dan nilai t hitung $0,880 < t$ tabel 1,993, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh X_1 terhadap Y

2) Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Diketahui nilai Sig. Untuk pengaruh X₂ terhadap Y adalah sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai t hitung 4,838 > t tabel 1,993, sehingga dapat disimpulkan bahwa H₂ diterima yang berarti terdapat pengaruh X₂ terhadap Y.

d. Uji F (Simultan)

Tabel 8 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	114,135	2	57,067	26,715	,000 ^b
	Residual	168,756	79	2,136		
	Total	282,890	81			
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)						
b. Predictors: (Constant), Varian Produk (X2), Kuaalitas Pelayanan (X1)						

Berdasarkan output diatas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X₁ dan X₂ terhadap Y adalah sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai F hitung 26,715 > F tabel 3,11, sehingga dapat disimpulkan bahwa H₃ diterima yang berarti terdapat pengaruh X₁ dan X₂ secara simultan terhadap Y.

Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis pertama ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini bertolak belakang dengan penelitian Indra & Pramuditha (2023) kualitas layanan memiliki dampak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selanjutnya Santy & Cholid (2023) ,(Kevin & Asron Saputra, 2022).

Pengujian hipotesis ke dua menunjukkan terdapat pengaruh varian produk terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian (Jumarodin et al., 2019) menunjukkan varian produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Pengujian hipotesis ke tiga menunjukkan terdapat pengaruh X₁ dan X₂ secara simultan terhadap Y. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Tjahjaningsih et al., 2020), (Yuwana, 2018), (Rohmawati, 2018) hasil penelitiannya kualitas pelayanan dan varian produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun, varian produk menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, saat kualitas pelayanan dan varian produk dipertimbangkan secara bersama-sama, keduanya memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, disarankan bagi toko untuk lebih meningkatkan varietas produk yang ditawarkan guna meningkatkan loyalitas pelanggan. Meskipun kualitas pelayanan tidak menunjukkan pengaruh langsung, tetap penting bagi toko untuk mempertahankan standar pelayanan yang baik karena ini dapat mempengaruhi persepsi keseluruhan pelanggan.

Pandangan ke depan, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi loyalitas pelanggan, seperti promosi dan harga. Selain itu, akan menarik untuk mengeksplorasi bagaimana interaksi antara kualitas pelayanan dan varian produk dapat memberikan dampak yang lebih besar pada loyalitas pelanggan.

DAFTAR REFERENSI

- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6762. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i11.p19>
- Elianto, W. Y., Setyawati, S. M., & Setyanto, R. P. (2020). ANALISIS PENGARUH MANAJEMEN RELASIONAL TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KETERIKATAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 21(4). <https://doi.org/10.32424/jeba.v21i4.1539>
- Esa Sekar Hastari, Corry Yohana, & Arvinta Monoarfa, T. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Brand Skincare Lokal). *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(3), 785–799. <https://doi.org/10.21009/jbmk.0303.13>
- Fauzi, M. R., & Mandala, K. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6741. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i11.p18>

- Griffin, J. (1995). Customer loyalty: how to earn it, how to keep it. *Choice Reviews Online*, 32(11), 32-6312-32–6312. <https://doi.org/10.5860/CHOICE.32-6312>
- Harsono, B. (2021). MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN PROVIDER INTERNET MELALUI PENINGKATAN DIMENSI PELAYANAN. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(2), 331–340. <https://doi.org/10.37481/sjr.v4i2.284>
- Jumarodin, J., Sutanto, A., & Adhilla, F. (2019). PENGARUH VARIASI PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN BEDUKMUTU DI UMY. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1). <https://doi.org/10.18196/mb.10171>
- Kevin, & Asron Saputra. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI PENJUALAN DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN INDOMARET CABANG SADAI BENGKONG. *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 4(6).
- Khoirunnisa', A. A., & Wijayanto, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 672–680. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29180>
- Novianti, D., Wahyuni, P., & Heriningsih, S. (2022). PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI INOVASI PRODUK OLAHAN KERUPUK DI DUSUN GONDOSULI PADA MASA PANDEMI COVID-19. *Dharma: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 54. <https://doi.org/10.31315/dlppm.v3i2.8177>
- Octavia, R. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT. BANK INDEX LAMPUNG. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 35–39. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.35-39>
- Pratama, Y., Heryanto, I., Dwiyanisa, A., & Megawati, I. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14(2), 56–68. <https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.231>
- Putri, N. K. N., & Yasa, N. N. K. (2018). PERAN INOVASI PRODUK MEMEDIASI ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA PEMASARAN (Studi pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pie Susu di Kota Denpasar). *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 111. <https://doi.org/10.24843/MATRIK:JMBK.2018.v12.i02.p03>
- Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017a). 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>
- Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017b). 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>
- Rohmawati, Z. (2018). KUALITAS, HARGA DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 1(2), 19. <https://doi.org/10.30587/jre.v1i2.418>

- Santy, C., Cholid, I., & Cholid, I. (2023). The Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pempek Beringin. *MDP Student Conference*, 2(2), 536–541. <https://doi.org/10.35957/mdp-sc.v2i2.4342>
- Sugiarsih Duki Saputri, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(1), 46–53. <https://doi.org/10.35814/coverage.v10i1.1232>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tjahjaningsih, E., Ningsih, D. H. U., & Utomo, A. P. (2020). The Effect of Service Quality and Product Diversity on Customer Loyalty: The Role of Customer Satisfaction and Word of Mouth. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(12), 481–490. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no12.481>
- Trisanti, P. R., Asiyah, S., & Slamet, A. R. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Indogrosir Malang. *E – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*. www.fe.unisma.ac.id
- Yuwana, S. (2018). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO KING DI MALANG. *JEM17: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2). <https://doi.org/10.30996/jem17.v2i2.1197>