

PENGARUH PERTUNJUKAN MUSIK DAN HARGA PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI *Café Rilek's* Medan

¹Maria Agripina Taslulu, ²Elizabeth Haloho

^{1,2}Prodi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Sari Mutiara Indonesia

Jl. Ngumban Surbakti No.459, Sempakata, Kec. Medan Selayang, Kota Medan

Email : agrhytaslulu.0204@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pertunjukan musik dan harga produk terhadap loyalitas pelanggan di *café rilek's* medan, mengetahui dan menganalisis pengaruh harga produk terhadap loyalitas pelanggan di *café rilek's* medan, dan mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan pertunjukan musik dan harga produk terhadap loyalitas pelanggan *café rilek's* medan. Sampel yang diambil dari konsumen *café rilek's* medan. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu maksimal 80 responden di *café rilek's* medan. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik nonprobability sampling dengan purposive sampling. Analisis regresi linier dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pertunjukan musik terhadap loyalitas pelanggan di *café rilek's* medan, pengaruh harga produk terhadap loyalitas pelanggan di *café rilek's* medan, dan pengaruh secara simultan pertunjukan musik dan harga produk terhadap loyalitas pelanggan di *café rilek's* medan. Hasil analisis diperoleh nilai probabilitas $t_{hitung} (2,893) > t_{tabel} (1,664)$ dan nilai signifikansinya $0,005 < 0,05$, maka H_a diterima atau H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pertunjukan musik (X_1) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada *café rilek's* medan, diperoleh nilai probabilitas $t_{hitung} (3,831) > t_{tabel} (1,664)$ dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,00$, maka H_a diterima atau H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga produk (X_2) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada *café rilek's* medan, dan adapun pertunjukan musik dan harga produk terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai f_{hitung} adalah $27,290 > f_{tabel} (3,97)$ dan tingkat signifikansinya $0,000 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan bahwa hasil penelitian menolak H_0 dan H_a diterima.

Kata Kunci : *Pertunjukan Musik, Harga Produk, dan Loyalitas Pelanggan*

PENDAHULUAN

Perkembangan musik di Indonesia sangat pesat seiring dengan berjalan waktu dan perkembangan jaman. Selain itu, tidak hanya musik saja yang mengalami perubahan, gaya hidup manusia juga mulai bergeser mengikuti perkembangan jaman dengan mengadopsi hidup budaya barat. Dengan adanya perubahan tersebut adalah salah satunya adalah menyebabkan pergeseran atau perubahan pada fungsi *Café* atau *coffee shop* yang ada di Indonesia khususnya

di kota medan. *Cafe* merupakan tempat menyajikan minuman dan makanan dengan konsep santai atau tidak resmi (nonformal). Marsum (2005:7) menyatakan, *cafe* adalah tempat untuk makan dan minum sajian cepat saji dan menyuguhkan suasana santai atau tidak resmi, selain itu juga merupakan suatu tipe restoran yang biasanya menyediakan tempat duduk di dalam dan di luar restoran. Pandangan dari Marsum tersebut menyatakan bahwa *cafe* adalah tempat yang menyajikan makanan dan minuman yang

berorientasi pada profit namun menyediakan kenyamanan pada pengunjung. Kenyamanan tersebut yang kemudian diinovasi oleh pemilik cafe dalam bentuk sajian musik yaitu musikcafe.dapat menghasilkan irama.

Pengertian musik menurut Jamalus (1998) adalah suatu yang membuahkan hasil karya seni,berubah bunyi berbentuk lagu atau komposisi yang mengungkapkan fikiran serta perasaan penciptanya lewat unsur-unsur pokok musik, yakni irama, melodi , harmoni, serta bentuk atau susunan lagu dan ekspresi sebagai satu kesatuan.

Di Kota Medan sendiri sudah banyak cafe yang melakukan konsep tersebut dengan mengedepankan musik akustik dan memberikan kesempatan kepada pengunjung untuk bernyanyi atau menyumbangkan lagu. Harga produk merupakan komponen penting dari suatu produk, karena akan mempengaruhi keuntungan produsen. Harga juga merupakan pertimbangan konsumen untuk membeli, sehingga perlu pertimbangan khusus untuk menentukan harga.Harga adalah jumlah dari semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan atau manfaat dari memiliki atau menggunakan produk ataujasa.

Loyalitas pelanggan yaitu memegang komitmen yang sangat mendalam untuk membeli kembali produk atau layanan yang disukai secara teratur yang akan menyebabkan pembelian berulang dari merek yang sama terlepas dari upaya pemasaran dan pengaruh situasional yang berpotensi untuk mengakibatkan perilaku beralih ke yang lain (Osman and Sentosa, 2014).

Dalam dunia bisnis, pelanggan merupakan salah satu faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan

(Griffin,2003). Pelanggan yang sering membeli produk mendatangkan pendapatan bagi perusahaan, pendapatan diperlukan perusahaan untuk beroperasi dan mengembangkan perusahaan lebih baik.

Berdasarkan uraian di atas, dapat kita ketahui bahwasanya pertunjukan musik, harga produk merupakan masalah yang penting untuk diteliti. Untuk menciptakan loyalitas pelanggan serta mempertahankan dan meningkatkan penjualan, cafe rileks harus memperhatikan harga produk dan musik yang di sajikansehinggadapat di nikmati oleh pengunjung.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan data diatas, maka perumusan masalah yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah pertunjukan musik berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan di caféRileks?
2. Apakah harga produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di café Rileks?
3. Apakah pertunjukan musik dan harga produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di caféRileks?

Tujuan Penelitian

1.2 Tujuan Penelitian

- 1 Untuk mengetahui pengaruh musik terhadap loyalitas pelanggan di café.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan di café.
3. Untuk mengetahui pertunjukan musik dan harga produk terhadap loyalitas pelanggan di café.

Tinjauan Teoritis

1. Pertunjukan musik

Pertunjukan music merupakan suatu penyajian fenomena bunyi yang disajikan dalam bentuk musik yang berkualitas untuk dapat didengar dan dinikmati oleh manusia. Pengertian musik menurut Jamalus (1998) adalah suatu yang membuahkan hasil karya seni, berubah bunyi berbentuk lagu atau komposisi yang mengungkapkan fikiran serta perasaan penciptanya lewat unsur-unsur pokok musik, yakni irama, melodi, harmoni, serta bentuk atau susunan lagu dan ekspresi sebagai satu kesatuan.

2. Harga produk

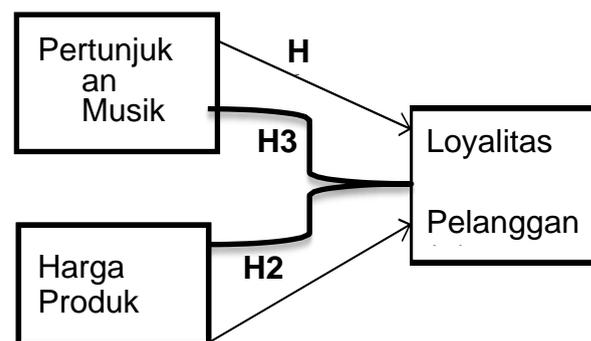
Harga merupakan komponen penting dari suatu produk, karena akan mempengaruhi keuntungan produsen. Harga juga merupakan pertimbangan konsumen untuk membeli, sehingga perlu pertimbangan khusus untuk menentukan harga. Harga adalah jumlah dari semua nilai yang diberikan oleh 4 pelanggan untuk mendapatkan keuntungan atau manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Selain itu, harga dapat diartikan sejumlah uang yang diperlukan untuk mendapatkan jumlah kombinasi barang bersama dengan layanan. Harga juga ditentukan dari jumlah uang yang dibebankan atau dikenakan pada produk atau layanan (Dimiyati and Subagio, 2016).

3. Loyalitas pelanggan

Loyalitas yaitu memegang komitmen yang sangat mendalam untuk membeli kembali produk atau layanan yang disukai secara teratur yang akan menyebabkan pembelian berulang dari merek yang sama terlepas dari upaya pemasaran dan pengaruh situasional yang berpotensi untuk mengakibatkan perilaku beralih ke yang lain (Osman and Sentosa, 2014). Loyalitas pelanggan berarti pelanggan

berkomitmen untuk membeli barang atau jasa di lokasi pengecer tertentu. Pengecer berpendapat bahwa loyalitas pelanggan dapat dicapai dengan mengembangkan strategi merek dan menciptakan sikap emosional terhadap perilaku pembelian barang dan jasa melalui program loyalitas. Pelanggan memiliki konsep loyalitas individu (Saili et al., 2012) untuk produk tertentu, toko dan perusahaan (Omar et al., 2013).

Kerangka Konseptual



Penelitian Hipotesis

- H1 : Pertunjukan Musik, berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.
- H2 : Harga Produk secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.
- H3 : Loyalitas Pelanggan terdapat pengaruh pertunjukan Musik dan Harga produk secara bersama-sama terhadap loyalitas Pelanggan.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian

Dalam penelitian ini, tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian *eksplanatory* atau penjelasan, yaitu penelitian yang digunakan untuk menjelaskan hubungan dan pengaruh antara variabel dependen dan variabel independen melalui pengujian hipotesis yang dirumuskan.

Jenis Dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Data Primer, yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tanpa melalui perantara) dengan menggunakan metode survei.
2. Data Sekunder, yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain).

Populasi dan Sampel

Sampel yang di ambil adalah pelanggan dari café rilek's medan. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu minimal 80 Responden cafe rilek's medan. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *teknik nonprobability sampling dengan purposive sampling*.

Teknik Pengumpulan Data

1. *Observasi*, yakni usaha untuk melakukan pengamatan serta pencatatanyang sistematis terhadap objek penelitian yang menyangkut

beberapafaktor yang berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

2. *Penyebaran kuesioner*, yang digunakan untuk memperoleh data variabel penelitian. Untuk pengukurannya digunakan skala likert dengankriteri.

Defenisi Operasional Variabel

a.) Pertunjukan Musik (X1)

Pengertian musik menurut jamalus (1998) adalah suatu yang membuahkan hasil karya seni,berubah bunyi berbentuk lagu atau komposisi yang mengungkapkan fikiran serta perasaan penciptanya lewat unsur-unsur pokok musik,yakni irama, melodi , harmoni, serta bentuk atau susunan lagu dan ekspresi sebagai satu kesatuan.

b.) Harga Produk (X2)

Harga adalah jumlah dari semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan atau manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa.Selain itu, harga dapat diartikan sejumlah uang yang diperlukan untuk mendapatkan jumlah kombinasi barang bersama dengan layanan.Harga jugaditentukan dari jumlah uang yang dibebankan atau dikenakan pada produk atau layanan (Dimiyati and Subagio, 2016).

C.) Loyalitas Pelanggan (Y)

Loyalitas pelanggan yaitu memegang komitmen yang sangat mendalam untuk membeli kembali produk atau layanan yang disukai secara teratur yang akan menyebabkan pembelian berulang dari merek yang sama terlepas dari upaya pemasaran dan pengaruh situasional yang berpotensi untuk mengakibatkan perilaku beralih ke yang lain (Osman and Sentosa, 2014).

Penelitian yang diungkapkan Jill Griffin (Dalam Hurriyati,2010, hal. 130). Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur variabel loyalitas pelanggan adalah :

1. Melakukan pembelian ulang secara teratur (*makes regular repeatpurchases*).
2. Melakukan pembelian diluar lini produk/jasa (*purchases across product an servicelines*).
3. Merekomendasikan produk (*Refers other*).

Metode Analisis Data

Analisis Regresi Linier Berganda dalam penelitian digunakan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Pertunjukan Musik Terhadap Loyalitas Pelanggan di Café Rilek's Medan, pengaruh Harga Produk terhadap Loyalitas Pelanggan di Café Rilek's Medan, dan pengaruh secara simultan Pertunjukan Musik dan Harga Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan di Café Rilek's Medan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis

Pengujian Hipotesis (Uji t)

- a. Pengujian Pengaruh Variabel Pertunjukan Musik (X1) terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) diCafé Rilek's Medan.

H1 : Pertunjukan Musik (X1) berpengaruh terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y), maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini dapat terlihat dari nilai t_{hitung} (2,893) > t_{tabel} (1,664) dan nilai signifikansinya 0,000 < 0,00. sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pertunjukan musik (X1) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan di café rilek's medan (Y).

- b. Pengujian pengaruh Variabel Harga Produk (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Café Rilek's Medan.

H2: Harga Produk (X2) berpengaruh terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y), maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini dapat dilihat dari nilai t_{hitung} (3,831) > t_{tabel} (1,664) dan nilai signifikansinya 0,000 < 0,00. sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan café rilek's medan (Y).

Pengujian Hipotesis (Uji f)

Pengujian pengaruh variabel pertunjukan musik (X1) dan harga produk (X2) simultan terhadap variabel loyalitas pelanggan di café rilek's medan (Y).

H3 : Pertunjukan Musik (X1) dan Harga Produk (X2) secara Simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di Café Rilek's Medan (Y).

Dengan taraf (probabilitas)=10%=0,1 dan dar hasil Regresi berganda diperoleh dilihat bahwa nilai f_{hitung} adalah 84.593 dengan tingkat signifikansi 0,000, sedangkan nilai f_{tabel} pada $\alpha = 0,05$ adalah 3,97. maka dapat disimpulkan f_{hitung} (27.290) > f_{tabel} (3.97) dan tingkat signifikansinya 0,000 < 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa hasil penelitian menolak H_0 dan H_a diterima. Dengan demikian Pertunjukan Musik dan Harga Produk secara simultan bersama-sama berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada café rilek's medan.

Pengujian R² (Koefisien Determinasi) nilai R^2 sebesar 0,681 berarti 68,1% Loyalitas Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kesadaran merek dan kualitas produk sedangkan sisanya sebesar 31,9% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti di oleh penelitian ini.

Pengaruh Pertunjukan Musik Terhadap Loyalitas Pelanggan

Pertunjukan musik merupakan suatu penyajian fenomena bunyi yang disajikan dalam bentuk musik yang berkualitas untuk dapat didengar dan dinikmati oleh manusia. Musik sangat berpengaruh

penting untuk loyalitas pelanggan , Hubungan pertunjukan musik dengan loyalitas pelanggan yaitu ketika musik yang di putar di cafe bagus dan membuat pengunjung nyaman maka pengunjung akan betah dan mereka akan loyal dan pasti melakukan pembelian ulang

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis H_{a1} diterima yaitu pertunjukan musik secara parsial berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan pada Café Rilek's dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga variabel pertunjukan musik (X1) sebesar $5.467 > 1,664$ dan nilai signifikansinya $0,005 < 0,05$.

Hasil Penelitian menurut Andrianto Prabo Wardono dan Donas Saprianti (2016) Mengacu pada pernyataan-pernyataan sebelumnya, diketahui kondisi yaitu kombinasi warna merah pada meja yang di lengkapi dengan alunan musik klasik dan didukung oleh intensitas pencahayaan redup sebesar 11 lux merupakan kondisi yang dipersepsi paling ideal dalam menciptakan pengalaman romantis pengunjung cafe.

Pengaruh Harga Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh suatu produk. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (Produk, Promosi dan Distribusi) menyebabkan timbulnya biaya. Harga Produk sangat berpengaruh penting terhadap loyalitas pelanggan karena harga harus sesuai dengan kualitas pelayanan. Hubungan Harga produk dengan loyalitas yaitu harga yang kita tawarkan harus sesuai dengan kualitas yang baik ,seperti yang kita tau bahwa ada harga ada kualitas maka dari itu harga sangat berpengaruh pada loyalitas pelanggan, karna saat kita memberikan harga dan pelayanan yang baik bagi konsumen dan membuat nyaman maka konsumen pasti loyal maka

mereka akan kembali lagi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis H_{a2} diterima yaitu Harga Produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pengunjung café rilek's. dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga variabel harga produk (X2) sebesar $5,354 > 1,664$ dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$.

Pengaruh Pertunjukan Musik dan Harga Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Café Rilek's Medan

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa Pertunjukan Musik dan Harga Produk berpengaruh signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap loyalitas pelanggan pada café rilek's medan. Dapat dilihat Pada tabel 4.13 dapat dilihat bahwa nilai f_{hitung} adalah 82,198 dengan tingkat signifikansi 0,000, sedangkan nilai f_{tabel} pada $\alpha = 5\%$ adalah 3,97. maka dapat disimpulkan f_{hitung} (82,198) $> f_{tabel}$ (3,97) dan tingkat signifikansinya $0,000 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan bahwa hasil penelitian menolak H_0 dan H_a diterima.

Dengan demikian Pertunjukan Musik dan Harga Produk secara simultan bersama-sama berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada café rilek's medan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh juga menurut Andrianto Prabo Wardono dan Donas Saprianti (2016) menunjukkan hasil bahwa pertunjukan musik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan Tengku Putri Lindung Bulan (2016) mengatakan bahwa Harga produk memberikan sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang akan di dikemukakan sebagai berikut:

1. Pertunjukan Musik berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan pada café rilek's medan. Penetapan kebijakan membuat musik yang benar dapat berpengaruh kepada loyalitas pelanggan. Dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga variabel pertunjukan musik (X1) sebesar 5,467 > 1,664 dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,00$. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Andrianto Prabo Wardono dan Donas Saprianti(2016) Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel musik inkremental dan pertunjukan musik secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
2. Harga produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Café Rilek's Medan. Harga produk yang dihasilkan semangkin baik, hargaakan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga Harga Produk (X2) sebesar 5,354 > 1,664 dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,00$. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Anshar Surya Pranaka, Astri Ghina, Mediany Kriseka Putri Media sosial mempengaruhi secara sinigfikan sebesar 74% terhadap loyalitas pelanggan.
3. Pertunjukan musik dan harga produk sama-sama mempengaruhi Loyalitas pelanggan pada Café Rilek's Medan. Dengan nilai $f_{hitung} (82,196) > f_{tabel} (3,97)$ dan tingkat signifikansinya $0,000 < 0,00$. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Andrianto Prabo Wardono dan Donas Saprianti (2016) juga menunjukkan hasil bahwa pertunjukan musik memiliki pengaruh

positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Saran

Saran yang penulis berikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pertunjukan musik berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Café Rile's Medan, maka dari itu café Rilek's diharapkan mampu membuat musik- musik yang menarik sehingga konsumen betah dan menikmatinya.
2. Harga produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Maka diharapkan kepada cafe untuk memberikan harga sesuai kualitas produk mampu meningkatkan promosi melalui harga produk yang relative murah sehingga konsumen akan menyadari bahwa harga memiliki kualitas yang bagus dan dapat terjangkau oleh konsumen.
3. Pertunjukan musik dan Harga produk berpengaruh secara bersamaan terhadap loyalitas pelanggan pada café rilek's medan. Maka di harapkan kepada perusahaan/cafe agar menjaga harga dan kualitas musik kepada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty :Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETHA.
- Osman, Z., Sentosa, I., 2014. Influence of Customer Satisfaction on Service Quality and Customer Loyalty Relationship in Malaysian Commercial Banking Industry. Int. J. Econ.
- Griffin, Jill. (2003). *Customer Loyalty :Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta; Airlangga.
- Griffin, Jill. (2005). *Customer Loyalty*. Jakarta; Airlangga

- Jayanti, Nur Emma. (2015). Pengaruh kualitas produk, harga dan iklan terhadap loyalitas pelanggan shampo sunsilk (studi kasus pada mahasiswa perempuan di fakultas kesehatan masyarakat universitas diponegoro semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. volume 4, nomor 2
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2011). *Manajemen Pemasaran Jilid 1, Edisi Ketiga Belas* Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta; Penerbit Erlangga
- Morais, Duarte B. (2005). *Fostering Loyal Customer Relationship*. University Park: School of Restaurant and Recreation Management
- Hasan, Iqbal. 2006. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nazir, Moh. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- iki, Ega. (2009). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Sebagai Pemeditasi (Studi Pada Pelanggan Pada Warung Spesial Sambal "SS" 4 Surakarta)*, Surakarta : Manajemen UNS.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta, CV
- SPSS 22. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

JURNAL

- Aprilia Pravianti Salim, Agus Hermani, 2018 *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN* (Studi Pada Pelanggan Pasta Gigi Formula berusia > 15 tahun di Kelurahan Bulusan dan Tembalang, Kecamatan Tembalang, Semarang)

JURNAL

- Tengku Putri Lindung Bulan. 2016. *Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen pada PT Tiki jalur Nugraha ekakurir Agen Kota Langsa*. *Jurnal manajemen keuangan*, vol.5, no.2

JURNAL

- Shary shartykarini, Riza Firdaus dan Ruaniati. 2016. *Pengaruh Harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan* (studi penggunjung cafe di banjarbaru).

JURNAL

- Daniel I Nyoman Renatha Cardia I Wayan Santika Ni Nyoman Rsi
PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN E-Jurnal Manajemen, Vol. 8, No. 11, 2019 : 6762-6781
ISSN : 2302-8912 DOI: <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i11.p19>

JURNAL

- Andrianto, prabu wardono, & dona saphiranti .2016 *Pengaruh variabel interior dan musik terhadap persepsi pengalaman romantis pengunjung kafe*, J. Vis. Art & Design, Vol.8