

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN  
KARYAWAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
BERBELANJA DAPUR ONLINE  
(Studi Kasus Pada Belanja Dapur Online)**

<sup>1</sup>Elisabeth Tambunan, <sup>2</sup>Adilman Putra Baene

<sup>1</sup>Dosen Program Studi Manajemen Universitas Sari Mutiara Indonesia

<sup>2</sup>Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Sari Mutiara Indonesia

Email: Elisabet.tambunan19@gmail.com, adilmanbaene@gmail.com

**ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah variabel kualitas produk dan pelayanan karyawan memiliki dampak terhadap loyalitas konsumen yang berbelanja di dapur online. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan target populasi konsumen yang berbelanja di dapur online. Sebanyak 96 responden dijadikan sampel dalam penelitian ini. Analisis yang digunakan adalah analisis linear berganda, di mana analisis regresi digunakan untuk memperkirakan nilai variabel Y berdasarkan nilai variabel X, serta memperkirakan perubahan variabel Y untuk setiap perubahan satuan pada variabel X. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan program SPSS 25 untuk menganalisis hubungan kausalitas dalam model pengujian data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan: 1) Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen; 2) Pelayanan karyawan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen; 3) Kualitas produk dan pelayanan karyawan secara simultan mempengaruhi loyalitas konsumen.*

**Kata Kunci:** *Kualitas Produk, Pelayanan Karyawan, Loyalitas Konsumen*

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine whether the variable quality of product and service employees affect consumer loyalty online kitchen shopping. This research is a research with survey method. The target population in this study are consumers who shop online for kitchens. The sample taken is ninety-six people. The analytical method used in this research is multiple linear analysis. Regression analysis is used to estimate the value of the Y variable based on the value of the X variable, as well as the estimated change in the Y variable for each unit change in the X variable. Hypothesis testing is carried out using the SPSS 25 program to analyze the causality relationship in the data testing model under study.*

*The findings in this study are: 1). Product quality has a positive and significant effect on consumer loyalty; 2). Employee service has a positive and significant effect on consumer loyalty; 3). Product quality and employee service simultaneously affect consumer loyalty.*

**Keywords:** *Product Quality, Employee Service, Consumer Loyalty*

## PENDAHULUAN

Di era digital yang semakin maju, pola berbelanja masyarakat telah berubah dengan semakin banyaknya penggunaan internet untuk transaksi jual beli. Dengan teknologi, masyarakat tidak perlu lagi bertemu secara langsung atau menghabiskan banyak waktu untuk menjual atau membeli barang.

Selama pandemi, permintaan untuk belanja kebutuhan dapur secara online meningkat tajam. Hal ini disebabkan oleh rasa khawatir ibu-ibu untuk berbelanja di pasar. Akibatnya, para pedagang yang biasanya berjualan secara konvensional mengalami penurunan pendapatan. Pada masa pandemi, kita juga dituntut untuk menjaga kesehatan, mulai dari mengonsumsi makanan yang kaya akan vitamin C hingga rutin berolahraga, karena situasi pandemi COVID-19 mengharuskan setiap orang untuk mematuhi hal tersebut.

Dapur online menyediakan data yang bertujuan memudahkan konsumen dalam mencari kebutuhan dapur yang ingin dibeli. Data belanja yang tersedia di dapur online meliputi ikan segar, ikan kering, daging, makanan beku seperti dimsum, paket sayuran, sayur-sayuran, buah, bumbu dapur, dan beras.

Menurut Assauri (2015: 211), kualitas produk adalah pernyataan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan dan sebagai bahan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen, perusahaan perlu menerapkan strategi pengukuran dengan membagi produk ke dalam beberapa kategori, seperti mengelompokkan makanan berdasarkan kualitas rasa, kuantitas atau porsi, serta variasi jenis produk yang ditawarkan. Tidak dapat dipungkiri bahwa cita rasa dan porsi yang sesuai dengan ekspektasi dan selera, serta beragamnya varian produk yang tersedia, akan menarik konsumen untuk melakukan pembelian berulang dan mempertahankan kepuasan terhadap produk tersebut.

Pelayanan karyawan atau jasa turut berperan dalam menentukan perkembangan sebuah bisnis. Pelayanan karyawan yang baik dan sesuai dengan harapan akan memberikan kepuasan kepada konsumen. Menurut Tjiptono (2012:39) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen. Sudah menjadi kewajiban perusahaan untuk memberikan pelayanan yang baik dalam menghadapi konsumen. Perusahaan harus mampu meninjau kembali hal-hal yang dibutuhkan konsumen dan melakukan upaya yang maksimal dalam memberikan pelayanan yang terbaik.

Menurut Oliver (2012:49) loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/ jasa terpilih dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Dalam hal ini, kepuasan konsumen merupakan perbandingan antara harapan pelanggan dengan kenyataan yang mereka terima atau yang dirasakan selama berbelanja di dapur online.

Menurut Kotler,(2017:33) dengan kemudahan yang didapatkan dari internet ini membuat pihak produsen harus mengatur strategi atau langkah untuk mendapatkan konsumen baru atau mempertahankan pembeli lama, karena sebelum melakukan pembelian *online* para konsumen lebih detail untuk mencari tahu bagaimana kualitas produk, harga, penawaran promo, kemudahan fitur dalam *web* dan konsumen pun menuntut adanya jaminan produk dalam pembelian tersebut.

## Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan desain penelitian survey dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2018), penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar

maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Berdasarkan tingkat eksplanasinya, penelitian ini digolongkan ke dalam penelitian asosiatif kausal. Penelitian asosiatif kausal merupakan penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh sebab akibat yaitu hubungan atau pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) (Sugiyono, 2018).

### Hasil Pengujian Asumsi Klasik Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini, dilakukan dengan melalui perhitungan regresi yang dideteksi melalui pendekatan Kolmogrov Smirnov, grafik histogram dan Grafik P-lot dengan membandingkan antara dua observasi yang mendekati distribusi normal.

1. Uji Kolmonogorof- Smirnov
  - a. Jika nilai signifikan  $>0,10$  maka nilai residual berdistribusi normal
  - b. Jika nilai signifikan  $< 0,10$  maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

**Tabel 4.31**  
**Hasil Uji Normalitas**

| One-Sample Kolmogorov Sminorv Test |                |                         |
|------------------------------------|----------------|-------------------------|
|                                    |                | Unstandardized Residual |
| N                                  |                | 70                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>   | Mean           | 92,9571                 |
|                                    | Std. Deviation | 8,90764                 |
| Most Extreme Differences           | Absolute       | 0,119                   |
|                                    | Positive       | 0,057                   |
|                                    | Negative       | -0,119                  |
| Test Statistic                     |                | 0,119                   |
| Asymp. Sig. (2-tailed)             |                | ,015 <sup>c</sup>       |

Sumber: olah data statistik, (2022)

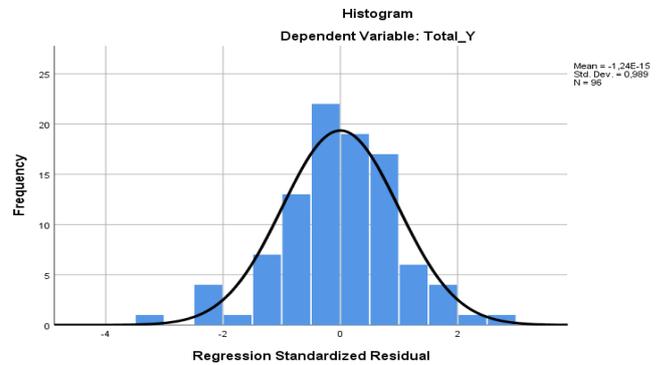
Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 4.31 diperoleh besarnya Kolmonogorov-sminorv adalah  $0,15^e$  lebih besar dari 0, maka dapat dikatakan nilai residual distribusi normal

### 2. Grafik Histogram

Berikut ini dapat diketahui bahwa data berdistribusi normal, hal tersebut dapat

dilihat dari grafik histogram yang berbentuk lonceng, grafik tersebut tidak miring kesamping kiri maupun kanan seperti terlihat pada:

**Gambar 4.2**  
**Hasil Uji Normalitas**



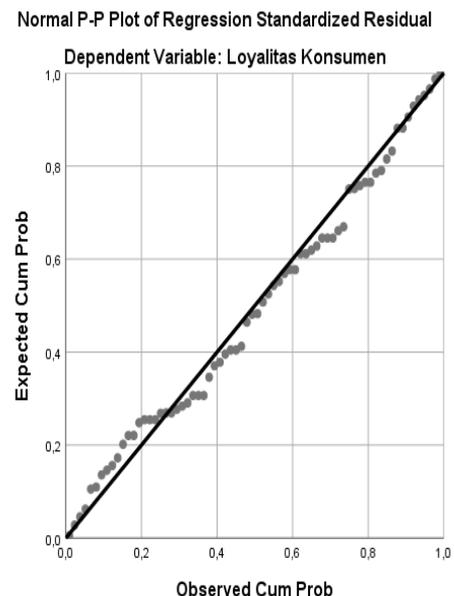
Sumber: olah data statistik, (2022)

Gambar 4.2 dapat dikatakan bahwa variabel berdistribusi normal, hal ini ditunjukkan oleh data tersebut berada pada sisi kiri atau kekanan hampir sama lebarnya atau berbentuk lonceng.

### 3. Grafik P – plot

Pendekatan ini dilakukan dengan melihat titik-titik yang tersebar di sepanjang garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka data berdistribusi normal.

**Hasil Uji Normalitas**



Sumber: olah data statistik, (2022)

Berdasarkan gambar 4.3 diatas dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Hal ini dibuktikan dengan titik – titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

#### Uji Multikolinaritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel – variabel bebas. Untuk melihat terjadinya multikolinaritas dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) Dasar pengambilan keputusan:

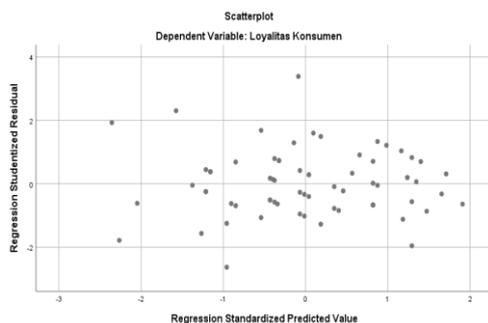
- Jika nilai tolerance > 0,10 maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinaritas
- Jika nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinaritas

Berikut adalah hasil pengujian dari uji multikolinaritas :

#### Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan bahwa nilai tolerance untuk variabel harga dan media sosial instagram sebesar 0,739 yang berarti >0,10 dan nilai VIF sebesar 1,352 yang berarti < 10,00. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi gejala multikolinaritas serta model regresi dikatakan layak dan dapat digunakan untuk persamaan regresi.

#### Uji Heteroskedastisitas



Sumber: olah data statistik, (2022)

Berdasarkan gambar 4.4, bahwa grafik scatterplot yang disajikan pada gambar diatas dapat dilihat titik-titik menyebar secara acak tidak membentuk pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi dapat dipakai

untuk memprediksikan loyalitas konsumen berdasarkan masukan variabel independennya.

#### Hasil Uji Hipotesis

#### Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui tingkat ke eratan hubungan (simultan) antara dua variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

#### Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil uji regresi pada tabel 4.33 diatas, model analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 7,815 + 0,646 X_1 + 0,097 X_2 + e$$

Pada persamaan regresi tersebut dapat disimpulkan

- Nilai konstanta sebesar 7,815 yang berarti jika variabel independen kualitas produk ( $X_1$ ) dan pelayanan karyawan ( $X_2$ ) nilai adalah nol, maka loyalitas konsumen adalah sebesar 7,815
- Nilai koefisien kualitas produk ( $X_1$ ) sebesar 0,646 yang berarti setiap kenaikan variabel  $X_1$  makin baik, maka loyalitas konsumen (Y) mengalami peningkatan sebesar 0,646. Nilai variabel kualitas produk ( $X_1$ ) terhadap variabel loyalitas konsumen (Y) bernilai positif, artinya semakin tinggi nilai variabel  $X_1$ , maka semakin tinggi nilai variabel Y
- Nilai pelayanan karyawan ( $X_2$ ) sebesar 0,097 yang berarti setiap kenaikan variabel  $X_2$  makin baik, maka loyalitas konsumen (Y) mengalami peningkatan sebesar 0,097. Nilai variabel pelayanan karyawan ( $X_2$ ) terhadap variabel (Y) bernilai positif, artinya semakin tinggi nilai variabel  $X_2$ , maka semakin tinggi nilai variabel Y.

### Uji regresi Parsial T (uji T)

Uji parsial bertujuan untuk mengetahui apakah variabel kualitas produk ( $X_1$ ) pelayanan karyawan ( $X_2$ ) secara parsial (sendiri-sendiri/masing-masing variabel) berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen (Y). uji ini dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Ketentuan pengambilan keputusan:

1. Jika nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel maka variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) atau  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak
2. Jika nilai  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) atau  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak
3. Jika nilai  $sig. < 0,05$  maka variabel bebas (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y) atau  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak
4. Jika nilai  $sig. > 0,05$  maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y) atau  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

Pengujian hipotesis dengan  $\alpha = 10\%$  ( $0,10 / 2 = 0,05$ ) dan derajat kebebasan adalah  $n - k = 96 - 3 = 93$ , sehingga nilai  $t$  tabel = 1,661

### Uji Parsial (Uji T)

Berdasarkan hasil uji  $t$  pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa Hasil pengujian SPSS untuk variabel kualitas produk ( $X_1$ ) terhadap loyalitas konsumen (Y) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 7,728 dimana  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  yaitu sebesar 1,661 ( $7.728 > 1,661$ ) Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk ( $X_1$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y). maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak

1. Berdasarkan hasil uji  $t$  pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa Hasil pengujian SPSS untuk variabel pelayanan karyawan ( $X_2$ ) terhadap loyalitas konsumen (Y) diperoleh nilai

$t_{hitung}$  sebesar 5,831 dimana  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  yaitu sebesar 1,661 ( $3,709 > 1,661$ ) dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,002 < 0,05$ ) Hal ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan karyawan ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y). maka  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak

### Uji regresi Parsial T (uji F)

Uji  $f$  dilakukan untuk melihat apakah variabel bebas yaitu kualitas produk ( $X_1$ ) dan pelayanan karyawan ( $X_2$ ) berpengaruh secara keseluruhan atau simultan terhadap variabel terikat, yaitu loyalitas konsumen (Y). pengambilan keputusan pada uji  $f$ , didasarkan pada:

1.  $H_0$  diterima jika nilai  $<$  nilai tabel atau nilai  $sig > 0,05$
2.  $H_1$  diterima jika nilai  $f$  hitung  $>$  nilai  $f$  tabel atau nilai  $sig > 0,05$
3.  $Df_1$  (pembilang) =  $k-1=3-1=2$   
 $Df_2$  (penyebut) =  $n-k=96-3=93$  maka nilai  $f$  tabel = 2,36

### Uji Simultan (Uji F)

Berdasarkan data pada tabel 4.45 diatas dapat dilihat bahwa nilai  $f_{hitung}$  yang diperoleh sebesar 50,532 yang berarti nilai  $f_{hitung}$  lebih besar dibandingkan  $f_{tabel}$  yaitu sebesar 2,36 ( $50,532 > 2,36$ ) atau berdasarkan nilai  $sig$  yaitu  $0,000 < 0,05$ . Hal tersebut berarti bahwa variabel bebas yaitu Kualitas produk ( $X_1$ ) dan Pelayanan Karyawan ( $X_2$ ) berpengaruh secara bersama – sama (simultan) terhadap variabel terikat yaitu Loyalitas Konsumen (Y).

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Berdasarkan hasil SPSS dari tabel 4.36 diatas diketahui nilai  $R$  square sebesar 0,601 atau 60,1%. Dimana nilai koefisien ini menunjukkan hubungan antara kualitas produk dan Pelayanan Karyawan terhadap Loyalitas Konsumen adalah sangat erat sedangkan sisanya 39% dipengaruhi oleh variabel lain dari luar penelitian.

### **Analisis Dan Pembahasan Hasil Penelitian Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen**

Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas konsumen Berbelanja Dapur *Online* Medan. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil pengujian yang dilakukan secara parsial (uji - t) dengan menggunakan program SPSS dimana nilai  $t_{hitung}$  (7,728) lebih besar dari  $t_{tabel}$  (1,661). Ini menggambarkan bahwa dengan adanya Kualitas Produk dapat meningkatkan loyalitas terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rachmawaty Aroen(2020:02), dengan judul “Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pada pt nusantara surya sakti).

### **Pengaruh Pelayanan Karyawan Terhadap Loyalitas Konsumen**

Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa pelayanan karyawan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Berbelanja Dapur *Online* Medan. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil pengujian yang dilakukan secara parsial (uji - t) dengan menggunakan program SPSS dimana nilai  $t_{hitung}$  (1,583) lebih besar dari  $t_{tabel}$  (1,996). Ini menggambarkan bahwa dengan adanya Pelayanan Karyawan dapat meningkatkan kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen Berbelanja Dapur *Online* Medan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Oktaviani ramenus (2019:3) dengan judul “Faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan Pada penerbangan low cost carrier” membuktikan bahwa pengaruh positif dan signifikan variabel Pelayanan karyawan Terhadap kepuasan pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen.

### **Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen**

Pada penelitian ini terbukti bahwa Kualitas Produk Dan Pelayanan Karyawan secara bersama – sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai dari  $f_{hitung}$  pada Kualitas Produk Dan Pelayanan Karyawan yang lebih besar dari  $f_{tabel}$  (50,532 > 2,36), hal ini juga diperkuat oleh nilai signifikan  $f_{hitung}$  yang berada dibawah nilai alpha (0,000 < 0,05). Maka dapat disimpulkan semakin baik dan menarik Kualitas Produk dan Pelayanan Karyawan yang diberikan maka akan semakin meningkatnya kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen Berbelanja Dapur *Online* Medan.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan analisis yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 25 maka dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas konsumen Berbelanja Dapur *Online* Medan. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil pengujian yang dilakukan secara parsial (uji - t) dengan menggunakan program SPSS dimana nilai  $t_{hitung}$  (7,728) lebih besar dari  $t_{tabel}$  (1,661).
2. pelayanan karyawan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Berbelanja Dapur *Online* Medan. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil pengujian yang dilakukan secara parsial (uji - t) dengan menggunakan program SPSS dimana nilai  $t_{hitung}$  (5,381) lebih besar dari  $t_{tabel}$  (1,661).
3. Kualitas Produk Dan Pelayanan Karyawan secara bersama – sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai dari  $f_{hitung}$

pada Kualitas Produk Dan Pelayanan Karyawan yang lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $50,532 > 3,91$ ), hal ini juga diperkuat oleh nilai signifikan  $f_{hitung}$  yang berada dibawah nilai alpha ( $0,000 < 0,05$ ).

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut.25

1. Sebaiknya kualitas produk di berbelanja dapur *online* Medan, harus di pertahankan kualitas yang lebih baik untuk menambah kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumennya.
2. Sebaiknya pelayanan karyawan Berbelanja dapur *online*, harus diberikan dengan baik supaya memenuhi kepuasan dan loyalitas konsumen di berbelanja dapur *online* Medan.
3. Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menambahkan variabel pendukung lain selain yang ada dalam penelitian ini yang dapat meningkatkan loyalitas konsumen, dalam hal ini agar informasi yang diperoleh nantinya lebih lengkap dalam memenuhi kebutuhan informasi loyalitas konsumen di Berbelanja Dapur *Online*.

### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2017). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, edisi.
- Arikunto, S. (2017). *Metode penelitian kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Menurut Assauri (2015: 211), Pengaruh kualitas dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
- Ginting, P., & Situmorang, S. H. (2006). *Filsafat Ilmu dan Metode Penelitian*.
- Griffin, J. (2003). *Customer Loyalty*. ESENSI.
- Iqbal Hasan, M. (2005). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*.
- Jasfar, F. (2017). *Kualitas jasa dan hubungannya dengan loyalitas Serta komitmen konsumen: studi pada pelanggan salon Kecantikan*. *Jurnal Siasat Bisnis*, 1(7).
- Johanes, Sem dan Rita ISSN 2303- 74 Vol.2 No.3 September 2018 Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna cafe dan resto cabana manado
- Kotler, P. (2017). *Kotler on marketing*. Simon and Schuster.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Vol. 12, No. 01). edisi.
- Kotler, P. & Armstrong, G., (2017). *Marketing: an introduction*. Pearson Educación, 11.
- Kuncoro, H. (2017). *Unsur-unsur pelayanan konsumen*. *Simposium Nasional Akuntansi X*, 1-29.
- Nasution, M. T., Rossanty, Y., & Gio, P. U. (2016). *Pengambilan Keputusan Persepsi Konsumen*. *Jurnal Ilmiah Vol*, 2(2).
- Menurut Oliver (2012:49) pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan
- Oktaviani ramenusi issn 2303- 1174 vol.1 no.3 september 2013 Faktor-faktor Yang

- memengaruhi loyalitas pelanggan Pada penerbangan low cost carrier
- Rachmawaty aroen, volume 1, No. 2, Januari 2020 p-ISSN : 2715 – 0127. Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pada pt nusantara surya sakti).
- Royan, F. M. (2016). *The smart marketer in cafe: strategi memaksimalkan penetrasi produk*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sari, C. A. (2015). *Perilaku berbelanja online di kalangan mahasiswi antropologi Universitas Airlangga* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA).
- Sugiyono, A. (2021). Uji Kesahihan dan Keandalan Neck Disability Index Bahasa Indonesia untuk Pengukuran Disabilitas Pasien Nyeri Leher= Validity and Reliability of Indonesian Neck Disability Index for Measurement of Disability in Neck Pain Patient.
- Sugiyono, P. D. (2017). Populasi dan sampel 80 Metode Penelitian Kuantitatif. *Kualitatif dan R & D Go to reference in article*.
- Sugiyono, S. (2021). POPULASI DAN SAMPEL: *Jurnal Sains, manajemen dan Akuntansi*, 18(2), 178, 212-219.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sutisna, M. F. (2018). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Pada Website Lazada. Co. Id Yang Dimediasi Oleh Variabel E-Satisfaction (Studi Pada Konsumen Lazada Indonesia)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Tjiptono, F. (2019). Strategi pemasaran.
- Tjiptono, F. (2019). Perilaku Konsumen: Definisi, Domain, Determinan. *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen*, 103.
- Umar, H. (2017). Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis.