

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN *CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT (CEM)* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKO ALAT TULIS KANTOR 96 CELLULER DI KECAMATAN TINAMBUNG KABUPATEN POLEWALI MANDAR

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT (CEM) ON CUSTOMER LOYALTY AT 96 CELLULER STATIONERY STORE IN TINAMBUNG DISTRICT, POLEWALI MANDAR REGENCY



IKHSAN
C01 21 031

PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SULAWESI BARAT
2025

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN *CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT (CEM)* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKO ALAT TULIS KANTOR 96 CELLULER DI KECAMATAN TINAMBUNG KABUPATEN POLEWALI MANDAR



IKHSAN
C01 21 031

Skripsi Sarjana Lengkap Untuk Memenuhi
Salah Satu Syarat Guna Mencapai Gelar
Sarjana Manajemen

Telah Disetujui Oleh

Pembimbing I

Dr. Sumarsih, S.E., M.Si

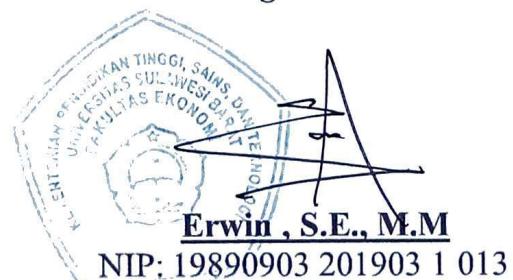
NIP : 19770104 202121 2 004

Pembimbing II

Irawati, S.E., M.Si

NIP : 19950205 202203 2 009

**Menyetujui,
Koordinator Program Studi Manajemen**



PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN *CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT (CEM)* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKO ALAT TULIS KANTOR 96 CELLULER DI KECAMATAN TINAMBUNG KABUPATEN POLEWALI MANDAR

Dipersiapkan dan disusun Oleh:

**IKHSAN
C01 21 031**

Telah diuji dan diterima Panitia ujian
Pada Tanggal 30 Oktober 2025 dan dinyatakan Lulus

TIM PENGUJI

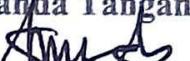
Nama Penguji

1. Dr. Sumarsih, S.E., M.Si
2. Irawati, S.E., M.Si
3. Dr. Hamsyah, S.E., M.Si
4. Dr. Badirun Basir, S.Kom., M.M.,M.Kom
5. Muhammad Fauzan, S.T., M.M

Jabatan

- Ketua
Sekretaris
Penguji I
Penguji II
Penguji III

Tanda Tangan

- 1) 
- 2) 
- 3) 
- 4) 
- 5) 

Telah disetujui Oleh:

Pembimbing I



Dr. Sumarsih, S.E., M.Si

NIP : 19770104 202121 2 004

Pembimbing II



Irawati, S.E., M.Si

NIP : 19950205 202203 2 009

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr.Dra. Enny Radjab, M,AB

NIP: 19670325 199403 2 001

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ikhsan

NIM : C01 21 031

Jurusan/Program Studi : Manajemen

menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa tesis yang berjudul

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN *CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT (CEM)* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKO ALAT TULIS KANTOR 96 CELLULER DI KECAMATAN TINAMBUNG KABUPATEN POLEWALI MANDAR

Adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan/ditulis/diterbitkan sebelumnya, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Majene, 30 Oktober 2025

Yang membuat pernyataan,



Ikhsan
C01 21 031

ABSTRAK

IKHSAN, Pengaruh Kualitas Layanan dan *Costumer Experience Management (CEM)* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Alat Tulis Kantor 96 Celluler di Kecamatan Tinambung, dibimbing oleh Sumarsih dan Irawati

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan *customer experience management (CEM)* terhadap loyalitas pelanggan pada Toko ATK 96 Cell di Kecamatan Tinambung. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Populasi penelitian adalah pelanggan Toko Alat Tulis Kantor 96 Celluler, dengan sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin. Analisis data dilakukan dengan regresi linear berganda menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik kualitas layanan maupun *customer experience management (CEM)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Customer Experience Management, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

IKHSAN. The Influence of Service Quality and Customer Experience Management (CEM) on Customer Loyalty at 96 Cell Stationery Store in Tinambung District. Supervised by Sumarsih and Irawati.

This study aims to determine the influence of service quality and customer experience management (CEM) on customer loyalty at the 96 Cell Stationery Store in Tinambung District. This research employs a quantitative approach with data collected through questionnaires. The population of this study consists of customers of the 96 Cell Stationery Store, and the sample was determined using the Slovin formula. The data were analyzed using multiple linear regression with SPSS software. The results indicate that both service quality and customer experience management (CEM) have a positive and significant effect on customer loyalty.

Keywords: Service Quality, Customer Experience Management, Customer Loyalty

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Persaingan di dunia bisnis saat ini semakin ketat, dan perusahaan dituntut untuk beradaptasi dengan cepat agar tetap relevan. Salah satu aspek penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam meningkatkan daya saing adalah loyalitas pelanggan. Loyalitas ini menjadi kunci keberlangsungan bisnis jangka panjang, karena pelanggan yang loyal tidak hanya akan melakukan pembelian berulang, tetapi juga berpotensi untuk merekomendasikan produk kepada orang lain. Kotler dan Keller Mengatakan bahwa, pelanggan yang puas dengan pelayanan suatu perusahaan cenderung akan kembali dan berinteraksi positif dengan brand tersebut (dalam Nabil & Dwiridotjahjono, 2024).

Dalam konteks manajemen pemasaran, kualitas layanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kualitas layanan mencakup berbagai elemen, termasuk kecepatan, ketepatan, dan keramahan dalam memberikan layanan. kualitas layanan yang baik dapat mengarah pada peningkatan kepuasan pelanggan yang berfungsi untuk memperkuat loyalitas (Kristanto, 2022). Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan perlu memastikan bahwa mereka menawarkan layanan yang memenuhi ekspektasi pelanggan. pengalaman pelanggan (*customer experience*) juga merupakan faktor yang semakin diakui berperan besar dalam menciptakan loyalitas. Pengalaman pelanggan mencakup semua interaksi yang dialami pelanggan mulai dari awal hingga akhir proses pembelian dan pasca-pembelian.

Pengalaman positif dalam setiap titik interaksi dapat meningkatkan kepuasan dan menciptakan loyalitas, sebagaimana diungkapkan oleh Azhari et al, bahwa pengalaman pelanggan yang baik akan berpengaruh signifikan terhadap ketahanan mereka untuk kembali menggunakan layanan atau produk yang sama (dalam Ilham *et al.*, 2024). Hal ini menggambarkan pentingnya pendekatan yang menyeluruh dalam memahami bagaimana pelanggan berinteraksi dengan brand.

Dengan demikian Persaingan yang ketat dan ekspektasi pelanggan yang terus berkembang memaksa toko untuk menciptakan pengalaman yang memuaskan, baik melalui produk maupun interaksi layanan. Kualitas layanan yang unggul dan pengalaman pelanggan yang positif dapat meningkatkan loyalitas dan rekomendasi. Oleh karena itu, toko ritel perlu mengadopsi pendekatan holistik, termasuk pemanfaatan teknologi, dan inovasi pemasaran, untuk tetap bersaing dan memenuhi harapan pelanggan.

Toko ATK 96 Cell adalah salah satu usaha ritel di sektor alat tulis kantor yang baru berdiri di Kecamatan Tinambung, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat pada tahun 2022, menghadapi tantangan besar dalam membangun loyalitas pelanggan di tengah persaingan pasar dengan toko-toko yang lebih mapan. Dalam dunia bisnis yang semakin penuh persaingan global, toko ini berupaya untuk menonjolkan kualitas pelayanan sebagai strategi untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Mengelola kualitas layanan dan pengalaman pelanggan dengan efektif menjadi kunci utama untuk mencapai tujuan tersebut, sehingga menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Untuk mendukung hal ini, penting bagi toko untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, seperti kepercayaan, kepuasan, dan pengalaman positif dalam berbelanja.

Sebagian besar penelitian sebelumnya tentang kualitas layanan dan *customer experience management* dilakukan pada perusahaan besar atau toko yang sudah mapan. Misalnya, penelitian oleh (Ilham *et al.*, 2024) dan Jumawan (Kusidy *et al.*, 2024) difokuskan pada perusahaan yang telah memiliki basis pelanggan yang stabil. penelitian tentang toko baru yang sedang membangun loyalitas pelanggan masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan memfokuskan pada toko baru seperti Toko ATK 96 Cell.

Tabel 1.1
Data Jumlah Transaksi Penjualan Tahun 2023-2024

No	Bulan	2023	2024
1	Januari	290	277
2	Februari	278	265
3	Maret	286	108
4	April	202	63
5	Mei	237	75
6	Juni	313	68
7	Juli	291	104
8	Agustus	296	113
9	September	285	132
10	Oktober	211	134
11	November	286	209
12	Desember	300	251
	Jumlah	3.275	1.799

Sumber: Data diolah (2025)

Urgensi penelitian ini berdasarkan Tabel 1.1, terlihat bahwa sebuah toko baru menghadapi tantangan berat dalam persaingan bisnis yang kompetitif selama tahun 2023–2024. Di tahun 2023, toko ini berhasil mencatatkan total 3.275 transaksi, namun di tahun 2024 jumlah tersebut turun drastis menjadi 1.799 transaksi. Dengan demikian, terjadi penurunan sebanyak 1.476 transaksi dalam kurun waktu satu tahun. Hampir setiap bulan di tahun 2024 menunjukkan

penurunan jumlah transaksi dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya, yang menandakan adanya masalah serius dalam mempertahankan daya saing dan menarik pelanggan.

Selain faktor internal seperti kualitas layanan dan pengalaman pelanggan, urgensi lain dari penelitian ini juga didorong oleh perubahan perilaku konsumen yang semakin kompleks. Pelanggan saat ini tidak hanya menilai layanan dari sisi fungsi, tetapi juga dari aspek emosional dan kesesuaian dengan kebutuhan pribadi. Toko ATK 96 Cell yang tidak mampu menyesuaikan diri dengan harapan konsumen masa kini cenderung kehilangan daya tarik, terutama ketika pesaing mulai menawarkan pengalaman berbelanja yang lebih menarik dan bernilai tambah. Jika kualitas layanan dan pengelolaan pengalaman pelanggan tidak ditangani secara baik, hal ini dapat mempercepat penurunan kesetiaan pelanggan dan memperburuk citra toko di hadapan masyarakat. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan dan pengelolaan pengalaman pelanggan menjadi sangat penting untuk membantu pelaku usaha memahami cara mempertahankan serta memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan di tengah perubahan pasar yang cepat.

Kualitas layanan yang tidak konsisten dapat menjadi penyebab utama menurunnya loyalitas pelanggan di Toko ATK 96 Cell. Aspek-aspek seperti ketepatan waktu pelayanan, keandalan produk, dan sikap ramah karyawan memainkan peran penting dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap toko. Kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di toko ritel modern. Mereka menemukan bahwa peningkatan kualitas layanan dapat secara langsung meningkatkan loyalitas pelanggan, terutama ketika dimediasi oleh kepuasan pelanggan (Irawan & Wabiser, 2025). hal ini

menunjukkan bahwa Toko ATK 96 Cell perlu fokus pada peningkatan kualitas layanan untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Selain kualitas layanan, manajemen pengalaman pelanggan juga berperan penting dalam membentuk loyalitas pelanggan. Pengalaman pelanggan mencakup seluruh interaksi pelanggan dengan toko, mulai dari proses pembelian hingga layanan purna jual. Pengalaman positif yang dirasakan pelanggan dapat meningkatkan rasa puas mereka terhadap produk atau layanan. Kepuasan ini mendorong terbentuknya loyalitas, yang membuat pelanggan cenderung kembali dan merekomendasikan bisnis kepada orang lain (Sibarani, 2023). Oleh karena itu, Toko ATK 96 Cell perlu mengelola pengalaman pelanggan secara efektif, memastikan bahwa setiap titik kontak dengan pelanggan memberikan kesan positif dan memenuhi harapan mereka.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik melakukan penilitian yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Layanan dan *Customer Experience Management (CEM)* Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko ATK 96 Cell di Kecamatan Tinambung**", yang diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang pengaruh dua faktor kunci terhadap loyalitas pelanggan di sektor ritel.

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko ATK 96 Cell?
2. Apakah *costumer experience management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko ATK 96 Cell?
3. Apakah kualitas layanan dan *costumer experience management* berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan pada Toko ATK 96 Cell?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko ATK 96 Cell.
2. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan *costumer experience management* terhadap loyalitas pelanggan pada Toko ATK 96 Cell.
3. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan dan *costumer experience management* terhadap loyalitas pelanggan pada Toko ATK 96 Cell.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi Mahasiswa

Penelitian ini berguna untuk menambah wawasan dan memperluas tinjauan ilmu pengetahuan yang telah dipelajari selama perkuliahan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran. Mahasiswa dapat membandingkan teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan kenyataan yang terjadi di lapangan. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai sumber referensi dan bahan kajian untuk

penelitian-penelitian selanjutnya, terutama yang berkaitan dengan kualitas layanan, manajemen pengalaman pelanggan (*customer experience management*), dan loyalitas pelanggan.

1.4.2 Bagi Masyarakat

Penelitian ini memberikan informasi dan pengetahuan baru yang dapat digunakan oleh masyarakat umum, terutama mereka yang tertarik atau bergerak di bidang usaha ritel kecil dan menengah. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi referensi dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan membangun pengalaman pelanggan yang positif guna menjaga loyalitas konsumen.

1.4.3 Bagi pemilik toko

Penelitian ini memberikan manfaat praktis berupa rekomendasi yang dapat langsung diterapkan oleh pemilik Toko ATK 96 Cell. Rekomendasi tersebut mencakup upaya peningkatan kualitas layanan serta pengelolaan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Dengan mengimplementasikan strategi-strategi tersebut, diharapkan toko dapat memperkuat hubungan dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas, serta menarik pelanggan baru guna mendukung kelangsungan dan perkembangan usaha.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh Kualitas Layanan dan *Customer Experience Management* terhadap Loyalitas Pelanggan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan, maka loyalitas pelanggan akan semakin meningkat. Dengan demikian, hipotesis pertama (H_1) dinyatakan diterima.
2. Selanjutnya, Customer Experience Management juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Artinya, semakin baik pengelolaan pengalaman pelanggan yang diterapkan, maka tingkat loyalitas pelanggan akan semakin tinggi. Oleh karena itu, hipotesis kedua (H_2) dinyatakan diterima.
3. Secara simultan, Kualitas Layanan dan Customer Experience Management berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama berperan penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H_3) dinyatakan diterima.

5.2 Keterbatasan Penelitian dan Implikasinya

1. Penelitian ini terbatas pada dua variabel, yaitu Kualitas Layanan dan *Customer Experience Management*, dengan jumlah responden hanya 75 orang dan objek pada sektor tertentu. Keterbatasan ini membuat hasil

penelitian belum dapat digeneralisasikan secara luas.

2. Implikasinya, penelitian selanjutnya disarankan menambah variabel lain seperti harga, promosi, citra merek, serta memperluas jumlah responden dan objek penelitian agar hasilnya lebih komprehensif dan relevan pada berbagai konteks.

5.3 Saran

1. Bagi Pemilik Toko/Manajemen

- Pemilik Toko tetap perlu menjaga kualitas layanan meskipun hasil penelitian menunjukkan pengaruhnya tidak signifikan terhadap loyalitas, agar pelanggan tidak beralih ke pesaing.
- Pemilik Toko harus lebih menekankan pada *Customer Experience Management*, karena terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Pengalaman pelanggan yang positif akan meningkatkan kepuasan sekaligus memperkuat kesetiaan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- Disarankan menambahkan variabel lain seperti harga, citra merek, promosi, atau kepercayaan pelanggan untuk memperkaya model penelitian.
- Penelitian dapat diperluas pada objek dan jumlah responden yang berbeda untuk memperoleh hasil yang lebih general dan komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrida, R., Yacob, S., & Sari, N. (2020). Membangun loyalitas pelanggan melalui kualitas produk dan citra merek (studi pada pelanggan Oppo Jambi). *Jurnal Dinamika Manajemen*, 8(1), 7–16. <https://doi.org/10.22437/jdm.v8i1.16829>
- Akbar, B. B. (2022). Analisis Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Manajemen Surat Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction. *Jurnal Pengembangan Sistem Informasi Dan Informatika*, 3(1), 24–32. <https://doi.org/10.47747/jpsii.v3i1.613>
- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Historis*, 5(2), 146–150.
- Ayu Patmawati, D., & Lestari Andjarwati, A. (2023). Peran pengalaman pelanggan dalam memediasi pengaruh kualitas layanan, citra perusahaan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan PT. Pos Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2), 323–336.
- Becker, L., & Jaakkola, E. (2020). Customer experience: fundamental premises and implications for research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(4), 630–648. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00718-x>
- Claudia, D., Simanjuntak, Y., Indonesia, U. P., Purba, P. Y., & Indonesia, U. P. (2020). Jurnal Bisnis dan Manajemen PERAN MEDIASI CUSTOMER SATISFACTION DALAM. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(2), 171–184. <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm%0AVolume>
- Damanik, K., Sinaga, M., Sihombing, S., Hidajat, M., & Prakoso, O. S. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kebijakan Publik dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 5(2), 76–85. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i2.1834>
- Damayanti, D. D., & Harsono, M. (2021). Pengukuran Kualitas Layanan Elektronik Bidang Jasa: Sebuah Kajian Pustaka. *Jurnal Ilmiah Ilmu Terapan Universitas Jambi*, 5(1), 68–75. <https://doi.org/10.22437/jiituj.v5i1.13721>
- Djimantoro, J., & Gunawan, V. (2020). PENGARUH E-WOM,KUALITAS MAKANAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAHMAKAN KAKK AYAM GEPREK. *Jurnal Manajamen Dan Kewirausahaan*, 187–196.
- Golzar. (2022). Convenience Sampling. *The SAGE Glossary of the Social and Behavioral Sciences, December*. <https://doi.org/10.4135/9781412972024.n551>
- Hermina, D., & Huda, N. (2024). Memahami Populasi dan Sampel : Pilar Utama dalam Penelitian Kuantitatif. 5(12), 5937–5948.
- Ilham, I., Kumalasari, F., & Kurniadi, H. (2024). Kontribusi Pemasaran Pengalaman dan EKUITAS Merek dalam Membangun Loyalitas Sepeda Motor Yamaha. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 12–22. <https://doi.org/10.24269/asset.v7i1.9252>
- Irawan, I. C., & Wabiser, K. (2025). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Ritel Modern di Nabire Dimediasi Kepuasan Pelanggan.

14(01), 74–83.

- Kristanto, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen, Studi Kasus Pada Usaha Susu Murni Siliwangi A Karsan Bandung. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 19(1), 13–22. <https://doi.org/10.21831/jim.v19i1.50173>
- Kusidy, E., Weny, W., & Yuliana, Y. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan di CV. Grand Grafika. *INVESTASI: Inovasi Jurnal Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(1), 22–30. <https://doi.org/10.59696/investasi.v2i1.37>
- Liu, J. (2024). Influence of service quality and customer perceived value on customer loyalty with customer satisfaction as a moderating factor: A study based on private elderly care services in China. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(6), 1–19. <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i6.6316>
- M. Matondang, K., S. Br. Kembaren, U., & Aulia, R. (2024). *Manajemen Pengumpulan Data*. 5.
- Nabil, N., & Dwiridotjahjono, J. (2024). Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2547–2562. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i12.4640>
- Nguyen, H. M., Ho, T. K. T., & Ngo, T. T. (2024). The impact of service innovation on customer satisfaction and customer loyalty: a case in Vietnamese retail banks. *Future Business Journal*, 10(1), 1–15. <https://doi.org/10.1186/s43093-024-00354-0>
- Nurofik, A., & Wiana, P. P. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Pustaka Manajemen (Pusat Akses Kajian Manajemen)*, 2(1), 55–59. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamanajemen.v2i1.211>
- Pratama, R., & Adriyanto, A. T. (2023). Pengaruh Customer Experience dan Customer Value Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Studi pada Pelanggan di Bengkel Ravi Motor Juwana-Pati. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10(2), 241–250. <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm>
- Prawiyogi, A. G., Sadiah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>
- Priyatno, duwi. (2022). *OLAH DATA SENDRI ANALISIS REGRESI LINIER DENGAN SPSS DAN ANALISIS REGRESI DATA PANEL DENGAN EVIEWS*. Cahaya Harapan.
- Ramadhan, M. F., Siroj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). Validitas and Reliabilitas. *Journal on Education*, 6(2), 10967–10975. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i2.4885>
- Razak, SE., MS., I., & Prasevie, S. F. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(2), 212–217. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i2.187>
- Sahir, S. H. (2021). *METODE PENILITIAN*. Cetakan Pertama: Penerbit KBM Indonesia.
- Setiawan, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Penggunaan Learning Management System (Lms) Pada

- Karyawan Pt Wahana Inti Selaras. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 14–23. <https://doi.org/10.32815/jubis.v3i1.1084>
- Shasa Dwi, P., Pelanggan, K., Harumi, S. D., Kunci, K., Kepuasan, K. ;, & Loyalitas Pelanggan, P. ; (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Perusahaan Seiko Laundry Medan. *Analitika*, 8(2), 115–128. <http://ojs.uma.ac.id/index.php/analitika>
- Sholikhah, A. F. (2023). Melalui Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di. *Jurnal Economina*, 2(2), 693–708.
- Sholikhah, A. F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Bekasi Timur. *Jurnal Economina*, 2(2), 692–708. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.352>
- Sibarani, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Mahasiswa Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Prosiding*, 3(4), 10–17. <https://doi.org/10.59134/prosidng.v3i1.288>
- Sofwatillah, Risnita, Jailani, M. S., & Saksitha, D. A. (2024). Teknik Analisis Data Kuantitatif dan Kualitatif dalam Penelitian Ilmiah. *Journal Genta Mulia*, 15(2), 79–91.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731.
- Sumarsih. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pedagang Pada Pengelolaan Ksu Pusat Grosir Butung Di Kota Makassar*. 3, 84–102. <http://dx.doi.org/10.31219/osf.io/sd2yr>
- Suwarsa, T. (2021). Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018-2020. *Jurnal Akuntansi*, 51(1), 1–15.
- Tamadesha, A., & - -, I. (2020). Pengaruh Customer Experience Dan Brand Image Terhadap Customer Loyalty Starbucks Bandung. *Journal of Accounting and Business Studies*, 3(1), 3700–3709. <https://doi.org/10.61769/jabs.v3i1.301>
- Tambunan, B. H., & Simanjuntak, J. F. (2022). Analisis Pelaksanaan Kas Kecil (Petty Cash) Pada Pt Deli Jaya Samudera. *Journal of Economics and Business*, 3(1), 41–48. <https://doi.org/10.36655/jeb.v3i1.701>
- Temory, M. D. (2024). The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty: A Case Study of Hotel Industry in Afghanistan. *International Journal of Business and Management Review*, 12(5), 21–38. <https://doi.org/10.37745/ijbmri.2013/vol12n52138>
- Wahyuni, I., Kusumaningtyas, D. P., Mahdani, H. B., & Wibowo, D. P. P. (2024). Relationship Between Customer Perceived Value, Service Quality, Brand Trust, and Customer Retention in the Retail Industry. *International Journal of Business, Law, and Education*, 5(2), 2816–2826. <https://doi.org/10.56442/ijble.v5i2.943>
- Wahyuni, M. (2020). Statistik Deskriptif Untuk Penelitian Olah Data Manual dan SPSS versi 25. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Issue Mi).
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). *Hipotesis Penelitian Kuantitatif. Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*. 3(2), 96–102.