

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen, dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan oleh usaha laundry, maka semakin tinggi pula loyalitas konsumen untuk tetap menggunakan jasa tersebut.
2. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Lokasi usaha yang strategis dan mudah diakses oleh konsumen akan meningkatkan kenyamanan dan mendorong konsumen untuk tetap setia.
3. Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen, dengan nilai signifikansi sebesar 0,004. Harga yang sesuai dengan kualitas layanan mampu memberikan kepuasan dan mendorong konsumen untuk tetap menggunakan jasa laundry secara berulang.
4. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Kepercayaan konsumen terhadap keamanan, tanggung jawab, dan konsistensi pelayanan laundry menjadi faktor yang sangat penting dalam menciptakan loyalitas.
5. Digital Marketing berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen, dengan nilai signifikansi sebesar 0,049. Penggunaan media digital seperti

media sosial dan komunikasi online terbukti membantu dalam membangun relasi dengan konsumen dan meningkatkan loyalitas mereka.

6. Secara simultan, kelima variabel independen (Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga, Kepercayaan, dan Digital Marketing) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen, dengan nilai signifikansi uji F sebesar 0,000 dan nilai R Square sebesar 0,953. Artinya, kelima variabel ini mampu menjelaskan sebesar 95,3% variasi yang terjadi dalam loyalitas konsumen terhadap usaha laundry di Kota Padang, sedangkan sisanya sebesar 4,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

5.2 Saran

Dari keterbatasan penelitian yang disajikan di atas, maka terdapat saran untuk pertimbangan penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan responden hingga wilayah lain di Sumatera Barat, menambahkan variabel seperti citra merek, strategi promosi, atau kepuasan konsumen, serta memverifikasi status usaha laundry di Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang sebelum pengumpulan data, sehingga hasil penelitian lebih akurat dan komprehensif dalam menggambarkan loyalitas konsumen jasa laundry.
2. Bagi pengusaha laundry diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan, menjaga konsistensi harga, serta memanfaatkan digital marketing secara optimal untuk memperkuat loyalitas konsumen. Selain itu, disarankan untuk mendaftarkan usaha ke Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang agar lebih mudah diakses konsumen dan dipercaya oleh masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, J., Nuryanto, U. W., Cakranegara, P. A., Fibriany, F. W., & Putra, I. G. N. A. D. (2022). Analysis Of The Influence Of Digital Marketing And Product Quality On Customer Loyalty. *Quantitative Economics And Management Studies*, 3(6), 842–851. <https://doi.org/10.35877/454ri.Qems1126>
- Algifari. (2013). *Statistika Deskriptif Plus* (Edisi Ke-2). Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Ali Hasan. (2014). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Alya Insani, N., & Nina Madiawati, P. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Gofood Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(3). <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/MEA/article/view/300>
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Arindaputri, N. B., & Santoso, S. (2023). Analysis Of The Influence Of Digital Marketing, Brand Image, And Price Perception On Purchase Intention And Brand Loyalty In Uniqlo Apparel Products. *International Journal Of Research In Business And Social Science* (2147- 4478), 12(4), 57–65. <https://doi.org/10.20525/Ijrbs.V12i4.2612>
- Arya Daffa Wibisono, & Lukman Cahyadi. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada E-Commerce. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini*, 1(2), 12–28. <https://doi.org/10.61132/Jumbidter.V1i2.73>
- Aulianda, M., & Sudarmiatin, S. (2021). The Effect Of Online Marketing Strategies And Digital Media In Increasing Customer Loyalty And Sales Quantity. *Golden Ratio Of Marketing And Applied Psychology Of Business*, 1(1), 14–23. <https://doi.org/10.52970/Grmapb.V1i1.159>
- Basir, M., Modding, B., Kamase, J., & Hasan, S. (2015). Effect Of Service Quality, Orientation Services And Pricing On Loyalty And Customer Satisfaction In

Marine Transportation Services. *International Journal Of Humanities And Social Science Invention*, 15. Wwww.Ijhssi.Org

Bramantyo, Balan Aji, Indrianty Sudirman, & Fauziah Umar. (2022). The Influence Of Service Quality And Customer Satisfaction On The Trust And Loyalty." *Hasanuddin Journal Of Business Strategy. Hasanuddin Journal Of Business Strategy*, 62–72.

Chaffey Dave, & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation And Practice*. Person.
<https://Go.Pearson.Com/Uk/He/Resources>

Chakti Gunawan. (2014). *The Book Of Digital Marketing* (Edisi Pertama). Makassar: Celebes Media Perkasa.

Dharmmesta Swasta Basu, & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Kedua). Jakarta: Rajagrafindo Persada.

Efdison, Z., Yelnim, Dorris Yadewani, Harahap, E. F., Medi, & Putra, A. D. (2022). Pengaruh *perceived value*, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang pada Distro Agung Sungai Penuh. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(8), 3604–3609.
<https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>

Efdison, Z., Lova, A. N., Yelnim, D., Yadewani, D., & Harahap, E. F. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kopi Nur. *Jurnal Ilmu Sosial (JISOS)*, 2(1), 1293–1303.

Efdison, Z., Yelnim, Y., Yadewani, D., Harahap, E. F., & Nurmadi, A. (2023). Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Pengalaman terhadap Kepuasan Konsumen Penginapan Citra Alam 2 Kota Sungai Penuh. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 3(1), 95–104.

Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159.
<https://doi.org/10.30596/Maneggio.V3i1.4941>

Fida, B. A., Ahmed, U., Al-Balushi, Y., & Singh, D. (2020). Impact Of Service Quality On Customer Loyalty And Customer Satisfaction In Islamic Banks In The Sultanate Of Oman. *SAGE Open*, 10(2).
<https://doi.org/10.1177/2158244020919517>

- Gozali. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Edisi Pertama). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gozali, & Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Edisi Kelima). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Edisi Ketujuh). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin Jill. (2015). *Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Edisi Terjemahan). Jakarta: Erlangga.
- Gunawan, & Djati. (2011). *Kualitas Layanan Dan Loyalitas Pasien (Studi Pada Rumah Sakit Umum Swasta Di Kota Singaraja-Bali) Sundring Pantja Djati*.
- Gustafsson, A., Johnson, M. D., Roos, I., Maynard, D., & Ross, S. M. (2005). The Effects Of Customer Satisfaction, Relationship Commitment Dimensions, And Triggers On Customer Retention. *Journal Of Marketing*, 210–218.
- Hamdani, M. (2022). The Effect Of Selling Prices And Discounts On Purchasing Power And Customer Loyalty (Marketing Management Review Literature). *Dinasti Publisher*, 4(1). <https://doi.org/10.31933/Dijdbm.V4i1>
- Hidayat, R., & Widodo, A. (2022). Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Toko Online Y Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10, 93–108.
- Jayanti, E., Fiannanda, R., & Saputro Sugiharto, I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kemasan, Dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Ms Glow Skincare Di Kecamatan Wangon. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 22. <https://jurnal.stiemuhcilacap.ac.id/index.php/Je511/article/view/245>
- Kaura, V., Prasad, C. S. D., & Sharma, S. (2015). Service Quality, Service Convenience, Price And Fairness, Customer Loyalty, And The Mediating Role Of Customer Satisfaction. *International Journal Of Bank Marketing*, 33(4), 404–422. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2014-0048>
- Khotimah Khusnul, Pawirosumarto Suharno, Lusiana, Sari Silvia, Fitria Lailani, Yani Ahmad, Rafky Rafnelly, Oktarina Yolanda, & Nofriadi. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Pemasaran Online, Citra Merek Dan Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Dinasti Review*, Vol. 5, No.1,12 2023. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/Jemsi>.

- Kim, D. J., Ferrin, D. L., Raghav RAO, H., Raghav, H., Ferrin Lee Kong, D. L., & Raghav Rao, H. (2008). *Trust And Satisfaction, Two Stepping Stones For Successful E-Commerce Relationships: A Longitudinal Exploration* (Vol. 20, Issue 2). https://Ink.Library.Smu.Edu.Sg/Lkcsb_Research
- Kotler Philip, & Keller. (2016). *Marketing Management* (Edisi Ke-15). London: Pearson.
- Kotler, Philip, & Gary. (2018). *Principles Of Marketing* (Global Edition). Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip, & Keller Lane Kevin. (2019). *Marketing Management*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip, & Keller Lane Kevin. (2021). *Marketing Management*. London: Pearson Education.
- Kumar, Reinartz, Kumar, & Reinartz. (2018). *Concepts Of Customer Value*. Dalam *Relationship Management* (Edisi Ketiga, Hlm. 17–29). New York: Springer.
- Kurniasari, & Ernawati. (2012). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Laundry Kencling Semarang. *Jurnal Mahasiswa Q-Man, Vol. I, No. 3*, 57–68.
- Kusumawardhani, T., Fierda Sarpangga, Diah Fatma Sjoraida, Hamka, & Sunardi. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Komunikasi Pemasaran Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Shopee. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2598–2605. <https://doi.org/10.35870/Jemsi.V9i6.1700>
- Kusumawardhani, T., Sarpangga Fierda, Sjoraida Fatma Diah, Hamka, & Sunardi. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Komunikasi Pemasaran Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Shopee. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2598–2605. <https://doi.org/10.35870/Jemsi.V9i6.1700>
- Ladhari Riadh. (2016). *Service Quality, Emotional Satisfaction, And Behavioral Intentions. Managing Service Quality*, 26(3), 204–223. <https://doi.org/10.1108/MSQ-09-2015-0219>
- Lovelock, & John Wirtz. (2011). *Pemasaran Jasa: Perspektif Edisi Ke-7*. Jakarta: Erlangga.

- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen pemasaran jasa* (3rd ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Lubis, A., Effendi, I., & Rosalina, D. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Medan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(4), 896–902. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1600>
- Lutfhiana Nofindri, M., Sutarjo, A., Hadya, R., Kunci, K., Konsumen, K., & Konsumen, L. (2021). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Di Mini Market Wirda Kota Padang. *Jurnal Matua, VOL., 3 NO. 1*(1), 59–72.
- Mandira Ajeng Dara, Suliyanto, & Nawarini Alisatri. (2018). The Influence Customer Trust, Service Quality, And Perceived Price On Customer Satisfaction And Customer Loyalty. *Journal Of Research In Management*, 18. <http://irs-managementstudies.com/index.php/irs>
- Masito, R. A. (2021). Pengaruh Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Air Minum Cheers (Studi Pt. Atlantic Biruraya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9.
- Miftahul Janna, N., & Pembimbing, D. (2021). *Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan Spss*.
- Morgan Robert M., & Hunt Shelby. (2014). *The Commitment-Trust Theory Of Relationship Marketing* (53(3)). *Journal Of Marketing*.
- Novandi Dwi Handika. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Miss Laundry Dikota Tegal* [Skripsi]. Universitas Pascasakti Tegal.
- Nugroho, A. W., Susanta Nugraha, H., Hermani, A., & Seno, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Lazada (Di Kota Semarang). In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 11, Issue 2). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Nugroho Adi. (2010). *Rekayasa Perangkat: Metode USDP*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Octarinie. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Obat-Obat PT.Kalbe Farma Cab.Palembang Nenny. *Jurnal Manajemen*, 1–29.

- Oliver Richard L. (2014). *Satisfaction: A Behavioral Perspective On The Consumer* (2 Edition). Routledge.
- Pangaila, P. A., Worang, F. G., & Wenas, R. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Aplikasi Gojek (Studi Pada Pengguna Layanan Go-Ride Di Kota Manado). *Jurnal EMBA*, 6(4), 2778–2787.
- Permono, V. R., Pasharibu, Y., Ekonomika, F., Bisnis, D., Satya, K., & Salatiga, W. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pizza Hut. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*. <https://doi.org/10.30737/Ekonika.x>
- Philip Kotler. (2002). *Manajemen Pemasaran: Edisi Millenium* (Jilid 2). Jakarta: PT Prenhallindo.
- Pratama, A. H., & Wicaksono, R. (2023). Dampak Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada Bisnis Ritel Di Indonesia. *Urnal Bisnis Dan Manajemen Strategis*, 112–130.
- Priyatno, D. (2013). *Analisis Korelasi, Regresi Dan Multivariate Dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Puspitaweni, R., Rini, E. S., & Sembiring, B. K. F. (2021). The Influence Of Product Quality And Price On Customer Loyalty Of Telkomsel Users Through Customer Satisfaction In Medan City. *International Journal Of Research And Review*, 8(12), 580–586. <https://doi.org/10.52403/Ijrr.20211270>
- Putri Bela Anisa, Sefnedi, & Harahap Febrina Erni. (2024). The Effect Of Digital Marketing And Price On Customer Loyalty: The Role Of Customer Satisfaction As A Mediator. *IRJEMS International Research Journal Of Economics And Management Studies Published By Eternal Scientific Publications*, 3, 207–215. <https://doi.org/10.56472/25835238/IRJEMS-V3I4P127>
- Putri, Y. M., Utomo, H., & Sri Mar’ati, F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga Dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Di Grand Wahid Hotel Salatiga. *Jurnal Among Makarti*, 14.
- Putro Widjoyo Shandy, Samuel Dr.Hatane, Karina Ritzky, & Brahmana. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol.2, No. 1, (2014) 1-9*.

- Rahayu, S., & Nurlaela Wati, L. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan* (Vol. 8, Issue 2). [Http://Ejournal.Stiemj.Ac.Id/Index.Php/Ekobis](http://Ejournal.Stiemj.Ac.Id/Index.Php/Ekobis)
- Rahman Khan, A., & Aminul Islam, M. (2017). International Journal Of Economics, Commerce And Management The Impact Of Digital Marketing On Increasing Customer Loyalty: A Study On Dhaka City, Bangladesh. *International Journal Of Economics*, Vol.V,Issue4,4 17. [Http://Ijecm.Co.Uk/](http://Ijecm.Co.Uk/)
- Reyhan Adam. (2013). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen* [Skripsi]. Universitas Diponegoro.
- Risnawati, H., Sumarga, H. E., & Purwanto, S. (2019). The Effect Of Service Quality Prices And Location Of Companies To Customer Satisfaction Implications On Customer Loyalty. *International Review Of Management And Marketing*, 9(6), 38–43. <https://doi.org/10.32479/Irm.8736>
- Ryan Damian, & Jones Calvin. (2016). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies For Engaging The Digital Generation*. Kogan Page Publishers.
- Saidani Basrah, & Arifin Samsul. (2012). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Minat Beli Pada Ranch Market. In *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* |Vol (Vol. 3, Issue 1). Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)
- Sangadji, E. M., & SOPIAH. (2013). The Effect Of Organizational Culture On Lecturers' Job Satisfaction And Performance (A Research In Muhammadiyah University Throughout East Java). *International Journal Of Learning And Development*, 3(3), 1. <https://doi.org/10.5296/Ijld.V3i3.3673>
- Saputri Sugiarsih Duki Rini. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *Journal Of Strategic Communication*, Vol. 10, No. 12 2019.
- Septiani, R. (2020). The Effect Of E-Service Quality, Perceived Price, And Sales Promotion On Customer Loyalty Through Customer Satisfaction (Study On Customer Of Online Transportation Service Provider-Gojek In Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 2020. <https://journal.uny.ac.id/index.php/jim/article/view/34781>
- Setiawan Supriadi. (2011). *Loyalitas Pelanggan Jasa*. PT Penerbit IPB Press.

- Sidi, A. P., Stie, D., & Malang, A. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Kedai Hj.S Jl. Kesumba Kota Malang)*. *Jurnal JIBEKA*, 12(1), 1–8. <https://Jibeka.Asia.Ac.Id/Index.Php/Jibeka/Article/View/3>
- Sidi, A. P., Yogatama, A. N., Penulis, N., Agus, :, & Sidi, P. (2019). *Mediasi Intellectual Capital Atas Pengaruh Digital Marketing Terhadap Kinerja Pemasaran*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 15(2). <http://Ejournal.Uin-Malang.Ac.Id/Index.Php/Ekonomi>
- Sudarsono Heri. (2020). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Pertama). Yogyakarta: CV Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2011). *Statistika Untuk Penelitian* (Edisi Pertama). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Edisi Pertama). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujalu Akas Pinarangan, Latif Imam Nazarudin, Bakrie Ismail, & Milasari Astria Lisa. (2021). *Statistik Ekonomi 1*. Zahir Publishing.
- Supertini, Telagawathi, & Tullianthini. (2020). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusaka Kebaya Di Singaraja*. *Urnal Manajemen Dan Bisnis*, Vol 2 No. 1.
- Susanto, & Wijaya. (2019). *Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Industri Laundry*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Susilawati, E., Prastiwi, E. H., & Kartika, Y. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga, Diskon, Dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Fashion Shopee*. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, Volume 5, No1,8 2022. <http://Jurnal.Stiekma.Ac.Id/Index.Php/JAMIN>
- Syahputra. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah Perum Pegadaian Cabang Bekasi Timur*. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, 21(2), 80–92.
- Tarigan, Josua, & Sanjaya Ridwan. (2013). *Creative Digital Marketing*. Elex Media Komputindo. Jakarta, Elex Media.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran* (Edisi Ke-3). Yogyakarta: Andi.

- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian* (Edisi Pertama). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2020). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2024). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality Dan Satisfaction* (Edisi Ke-4). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Diana Anastasia. (2016). *Pemasaran: Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Widnyani, N. M., Rettobjaan, V. C., Ngurah, A. A., & Aristayudha, B. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Inovasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek (Studi Kasus Pada Universitas Bali Internasional). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(2). [Http://Journal.Undiknas.Ac.Id/Index.Php/Manajemen](http://Journal.Undiknas.Ac.Id/Index.Php/Manajemen)
- Wijaya. (2011). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen, Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening* [Skripsi]. Universitas Diponegoro.
- Wijaya Surya Mega Petra, & Lomi Risela. (2019). *Analisis Pengaruh Kepuasan Pasien, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta* (Jurnal Optimal, Trans.).
- Wiradharma Satria Made, & Sudjarni Komang Luh. (2016). Pengaruh Tingkat Suku Bunga, Tingkat Inflasi, Nilai Kurs Rupiah Dan Produk Domestik Bruto Terhadap Return Saham. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 6, 2016.
- Yulianto, N. A. B., Maskan, M., & Utaminingsih, A. (2018). *Metode Penelitian Bisnis* (Edisi 1). Malang: UPT Percetakan Dan Penerbitan Polinema.
- Zeithaml Valerie, Bitner Mary J, & Gremler Dwayne D. (2017). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*. Mcgraw-Hill.
- Zeithaml Valerie, Bitner Mary J., & Gremler Dwayne D. (2018). Customer Perceived Value And Service Quality: A Review Of The Literature. *Journal Of Marketing*, 2–22.