

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat disampaikan beberapa kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Agen Mandiri Link UD. Naimah.
2. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Agen Mandiri Link UD. Naimah.
3. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Agen Mandiri Link UD. Naimah.
4. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Agen Mandiri Link UD. Naimah.
5. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Agen Mandiri Link UD. Naimah.
6. Kepuasan pelanggan tidak memediasi hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan pada Agen Mandiri Link UD. Naimah.
7. Kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kepercayaan dan loyalitas pelanggan pada Agen Mandiri Link UD. Naimah.

1.2 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan pedoman bagi pihak manajemen Agen Mandiri Link UD. Naimah dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian, loyalitas pelanggan tergolong dalam kategori cukup tinggi. Oleh karena itu, masih diperlukan peningkatan agar loyalitas pelanggan dapat masuk ke dalam kategori tinggi. Upaya tersebut dapat difokuskan pada variabel-variabel yang terbukti berpengaruh terhadap loyalitas, khususnya kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan.

Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, langkah yang dapat dilakukan ialah dengan memperbaiki item-item pernyataan yang memiliki skor TCR rendah, antara lain:

1. Berdasarkan temuan penelitian, indikator dengan nilai terendah pada variabel Kualitas Layanan (KL.5) adalah pernyataan *“Saya merasa aman saat melakukan transaksi di Agen Mandiri Link UD. Naimah”* dengan nilai TCR sebesar 80,2%. Hal ini menunjukkan bahwa aspek keamanan layanan masih perlu ditingkatkan agar pelanggan merasa tenang dalam melakukan transaksi. Oleh karena itu, pihak agen disarankan untuk menyediakan bukti transaksi yang jelas seperti struk digital atau cetak, memberikan edukasi sederhana mengenai sistem keamanan transaksi, dan meningkatkan transparansi setiap proses pelayanan yang bersifat finansial. Penguatan elemen ini akan mendukung persepsi kontrol pelanggan terhadap layanan, sebagaimana dijelaskan dalam teori TPB (*perceived behavioral control*).
2. Pada variabel Kepercayaan (KEP.2), pernyataan terendah adalah *“Saya merasa Agen Mandiri Link UD. Naimah benar-benar peduli dan mau membantu saya saat mengalami kesulitan transaksi”* dengan TCR 80,8%. Nilai ini mencerminkan bahwa pelanggan belum sepenuhnya merasakan empati dan dukungan dari pihak agen dalam menghadapi kendala. Untuk memperkuat kepercayaan ini, diperlukan pelatihan staf

secara berkala tentang pelayanan berbasis empati dan komunikasi efektif, serta penerapan SOP penanganan keluhan pelanggan yang cepat dan solutif. Peningkatan empati pelayanan ini penting karena kepercayaan merupakan salah satu fondasi dalam membentuk loyalitas pelanggan jangka panjang.

3. Untuk variabel Kepuasan Pelanggan (KP.2), indikator terendah muncul pada pernyataan *“Agen Mandiri Link UD. Naimah memberikan layanan yang sesuai dengan informasi yang saya terima”* dengan TCR 78,6%. Ketidaksesuaian antara informasi yang disampaikan dengan realita pelayanan dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, informasi terkait produk dan layanan harus disampaikan secara konsisten baik secara lisan, tertulis, maupun melalui media digital. Staf perlu dibekali pemahaman dan penyeragaman informasi agar tidak terjadi perbedaan komunikasi dengan pelanggan. Konsistensi komunikasi ini akan meningkatkan kepercayaan terhadap layanan dan kepuasan yang lebih stabil.
4. Pada variabel Loyalitas Pelanggan (LOY.3), indikator *“Saya tetap menggunakan layanan Agen Mandiri Link UD. Naimah meskipun ada pilihan layanan serupa di sekitar saya”* memperoleh skor terendah dengan TCR 73%, yang menunjukkan bahwa loyalitas afektif pelanggan masih tergolong lemah dan bersifat fungsional. Untuk meningkatkan loyalitas tersebut, agen perlu menyusun strategi yang dapat meningkatkan komitmen pelanggan, seperti melalui program loyalitas (sistem poin, diskon, atau hadiah pelanggan tetap), pelayanan personal yang humanis, serta menciptakan pengalaman layanan yang menyenangkan. Strategi ini penting untuk menumbuhkan keterikatan emosional dan mengurangi kecenderungan pelanggan beralih ke layanan lain yang serupa.

5.3 Keterbatasan dan Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka berikut ini dapat dikemukakan saran dan keterbatasan dalam penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan , sehingga variabel-variabel lain yang berpotensi mempengaruhi loyalitas pelanggan seperti bauran kualitas pelayanan dan bauran promosi masih terabaikan. Dengan demikian, bagi peneliti yang akan datang hendaknya menambahkan variabel-variabel lain tersebut kedalam model penelitiannya.
2. Penelitian ini hanya menggunakan pelanggan pada Agen Mandiri Link UD. Naimah kabupaten mandailing natal sebagai daerah penelitian sehingga hasil penelitian ini mungkin belum dapat berlaku sama pada daerah lainnya di provinsi Sumatera Utara. Dengan demikian, bagi penelitian yang akan datang hendaknya menggunakan model penelitian ini dan mengujikannya pada ruang lingkup di provinsi Sumatera Utara.
3. Penelitian ini hanya menggunakan sebanyak 127 orang responden. Dengan demikian, disarankan bagi peneliti yang akan datang agar menggunakan jumlah responden yang lebih banyak lagi.
4. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada instrumen kuesioner, di mana beberapa item tidak memenuhi kriteria validitas dan harus dikeluarkan dari model analisis. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh redaksi pertanyaan kuesioner yang kurang tepat atau sulit dipahami oleh responden. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian selanjutnya melakukan uji coba kuesioner terlebih dahulu dan menyempurnakan redaksi pertanyaan agar lebih sesuai dengan konteks penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Prasetyo¹, A. W. (2023). Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas dan Word of Mouth dengan Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen Situs Belanja Online. *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 6. Nomor 3, 108–124.
- Agiesta, W., Sajidin, A., & Perwito. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Ka Lokal Bandung Raya. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(2), 1653–1664.
- Agung Tri Putranto, S.T., M. . (2022). Loyalitas Pelanggan. *Widina Bhakti Persada Bandung*, 14(2), 26 Halaman.
- Aini, T. N. (2020). Pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan dengan komitmen sebagai variable intervening. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(2), 88–98. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i2.194>
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Albani, A., & Hafasnuddin. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Di Mediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Jne Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(2), 319–333. <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>
- Ana Claudia Br Barus¹, P. C. N. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Mei 2025*, 11(5.D), 46-65, 11, 46–65.
- Ananda, I. P. S. N., & Jatra, I. M. (2019). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6782. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p20>
- Andalusi, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada konsumen PT.BCA Finance, Kantor Pusat Jakarta Selatan). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(1), 80. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v5i1.10740>
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Annisa, & Munas Dwiyanto, B. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediator (Studi pada Pengguna Jasa PT. Pos Indonesia di Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(3), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Aprileny, I., Rochim, A., & Emarawati, J. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga

- Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 60–77.
- Ardoni, A. (2022). Analisis Waiting Time, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai Pemediasi. *Journal of Business and Economics (JBE) UPI YPTK*, 7(3), 308–315. <https://doi.org/10.35134/jbeupiyptk.v7i3.178>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.
- Bagus Arya Wijaya, Sang Ayu Nyoman Jesi Yanti, I Gusti Putu Agung Widya Goca, I Dewa Agung Ayu Eka Idayanti, & Tiarto. (2024). Antecedent Kepuasan Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekonomi*, 29(2), 259–280. <https://doi.org/10.24912/je.v29i2.2211>
- Chiguvi, D., & Guruwo, P. T. (2017). Impact of customer satisfaction on customer loyalty in the banking sector. *International Journal of Scientific Engineering and Research (IJSER)*, 5(2), 55–63. www.ijser.in
- Daffa Wibisono, A., Cahyadi, L., & Penulis, K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada E-Commerce. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini (JUMBIDTER)*, 1(2), 12–28. <https://doi.org/10.61132/jumbidter.v1i2.73>
- Efendi, N., Lubis, T. W. H., & Ginting, S. O. (2023). Pengaruh citra merek, promosi, kualitas pelayan dan store atmosphere terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ekonomi*, 28(2), 197–215.
- Evandinnartha, A. N., Hidayat, M. S., & Rosyidah. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pasien BPJS terhadap Loyalitas Pasien : Literature Review. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (MPPKI)*, 2(1), 56–61.
- Fauzana, R., & Nina Madiawati, P. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Konsumen Lion Air Di Kota Bandung Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Menara Ekonomi : Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 6(3), 58–66. <https://doi.org/10.31869/me.v6i3.1860>
- Gunananda, G. B. S. K., Seminari, N. K., & Giantari, I. G. A. K. (2024). Peran Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 13(1), 129. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2024.v13.i01.p07>
- Hair. (2021). Review of Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook. In *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal* (Vol. 30, Issue 1). <https://doi.org/10.1080/10705511.2022.2108813>
- Hair Jr, J. F., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). A global p-erspect-ivie. *Kennesaw: Kennesaw State University*.
- Hasibuan, R. R., Hasanah, Y. N., Dewi, R., & Purwatiningsih. (2023). Analisis faktor yang mempengaruhi loyalitas pasien di rumah sakit umum daerah. *JMBK (Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan)*, 4(1), 1–9.

- Hassan, N., Abdelraouf, M., & El-Shihy, D. (2025). The moderating role of personalized recommendations in the trust–satisfaction–loyalty relationship: an empirical study of AI-driven e-commerce. *Future Business Journal*, 11(1). <https://doi.org/10.1186/s43093-025-00476-z>
- Hibatullah, N. F., & Tjahjaningsih, E. (2023). The Effect Of Customer Orientation And Service Quality On Satisfaction And Its Impact On Loyalty. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 7179–7186. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Irawan, I., Yuliana Yuliana, Arwin Arwin, & Wilbert Jovando. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Orang Tua Murid Di IEC, Medan. *INSOLOGI: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 1(3), 332–339. <https://doi.org/10.55123/insologi.v1i3.411>
- Keni, J. (2020). *Prediksi Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan : Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi*. II(1), 110–121.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2016). No Title. In *Marketing Management, 15th Edition New Jersey* (15th Editi). Pearson Pretice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Management & Marketing* (Vol. 14E).
- Kusuma, M. V. F., Lero Ora, A., Michael, A., & Ramadhan, F. F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Serta Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Warmino Pada Mahasiswa Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 3(3), 558–569. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v3i3.439>
- Lestariningsih, T. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Ojek Online Di Banyuwangi. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 14(3), 298–323.
- Lie, D., Sudirman, A., Efendi, E., & Butarbutar, M. (2019). Analysis of mediation effect of consumer satisfaction on the effect of service quality, price and consumer trust on consumer loyalty. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(8), 421–428.
- Malau, H., & Sitanggang, J. K. F. (2024). The impact of trust and service quality on customer loyalty in e-commerce. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 10(3), 366. <https://doi.org/10.29210/020244031>
- Marisa, M., Yolanda, & Lusia, V. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Orang Tua (Studi Kasus Pada SDIT Al Muhajirin. *Jurnal Manajemen FE-UB*, 10(1), 23.
- Mashuri, M. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelangan Berdasarkan Perspektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54–64. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.212>
- Muafatun, Muhammad Syaifulloh, & Hendri Sucipto. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Dan Disiplin Kerja Terhadap Kepuasan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(3), 387–399. <https://doi.org/10.55606/jimak.v1i3.520>
- Muliadi, W., & Raspati, M. I. (2019). Pengaruh Kualitas

- Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Orang Tua Murid Taam Aisyah Bandung). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 3(2), 218–226. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v3i2.5927>
- Murtiningsih, D., & Wahyudi, W. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Perceived Value dan Kepuasan Mahasiswa terhadap Loyalitas Mahasiswa. *Judicious*, 2(2), 138–145. <https://doi.org/10.37010/jdc.v2i2.462>
- Musarofah, S., Malikul Askar, B., & Sya'adah, U. (2022). Kualitas Layanan, Nilai yang Diterima, dan Loyalitas Pelanggan: Kepuasan Pelanggan sebagai Mediator. *Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, 39(2), 51–62. <https://doi.org/10.58906/melati.v39i2.81>
- Nasikhak, N. N., & Firmansyah, F. (2021). The effect of product diversity and service quality on loyalty with customer satisfaction as an intervening variable (Study of Toko Pertanian Subur, Pace Nganjuk District). *Manajemen Dan Bisnis*, 20(1), 77–86.
- Nguyen, Q., Nisar, T. M., Knox, D., & Prabhakar, G. P. (2018). Understanding customer satisfaction in the UK quick service restaurant industry: The influence of the tangible attributes of perceived service quality. *British Food Journal*, 120(6), 1207–1222.
- Niswara, A. A., Pad, J. L., & Jaya, U. P. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Implikasinya Pada Loyalitas Pelanggan Kosambi Maternal and. 1.*
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1991). *Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale*, *Journal of Retailing*. 67(May 1991), 1–32.
- Pratiwi, D., Rivai, A. K., & Suryawan, M. E. (2022). Efek Mediasi Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Layanan, Citra Merek dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(2), 489–501. <https://doi.org/10.21009/jbmk.0302.12>
- Purba, M., Nasution, A. P., & Harahap, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Reputasi Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Kepercayaan sebagai Mediator. *Remik: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(2), 1091–1107.
- Purboyo, Hastutik, S., & eka kusuma, gusti putu. (2021). *Perilaku konsumen (tinjauan konseptual & praktis)* (Issue October). <https://doi.org/10.31219/osf.io/rwy65>
- Purwanti, P., Ariyanto, A., & Ivantan, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Orang Tua Murid Di Lembaga Pendidikan TPA Masjid Ash Shaff Bintaro. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 4(1), 535–545. <https://doi.org/10.34007/jehss.v4i1.744>
- Rachman, A., Yochanan, & Purnomo, H. (2024). *Buku Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. 1*, 105–132.
- Rafiah, K. K. (2019). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Berbelanja melalui E-commerce di Indonesia. *Al Tijarah*, 5(1), 46.

<https://doi.org/10.21111/tijarah.v5i1.3621>

- Renaldi, M. (2022). *Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan guna meningkatkan loyalitas siswa smk wisnuwardhana malang 1*. 1(1), 51–57.
- Rivaldi, A., & Saiful Amri. (2023). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket Di Aceh. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2942–2950. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i6.1870>
- Riyadi, M. E. Y., & Erdiansyah, R. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen. In *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* (Vol. 7, Issue 2, pp. 356–367). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v7i2.23357>
- Saldanha. (2020). The Mediation Effect of Customer Satisfaction on the Relationship Between Service Quality and Customer Loyalty. *Journal of Management and Strategy*, 11(3), 13. <https://doi.org/10.5430/jms.v11n3p13>
- Sari, M. R., Ardiwirastuti, I., & Harviandani, B. S. (2020). Hubungan Kepuasan Pasien dengan Loyalitas Pasien di RSGM IIK Bhakti Wiyata Kediri. *Jurnal Wiyata: Penelitian Sains Dan Kesehatan*, 7(1), 56–61.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). Consumer Behavior. Eleventh Edition. Boston: Pearson. In *Pearson Australia*.
- Septivianto, B., & Sarwoko, E. (2024). The Influence of Service Quality on Customer Loyalty through Customer Satisfaction Mediation. *Journal La Bisecoman*, 5(3), 351–364. <https://doi.org/10.37899/journallabisecoman.v5i3.1295>
- Sinollah, & Masruro. (2019). Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Mayang Collection cabang Kepanjen). *Jurnal Dialektika*, 4(1), 45–64.
- Subawa, I. gede B., & Sulistyawati, E. (2020). *Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang loyal menggunakan jasa Lila*.
- Suhaily, L., & Darmoyo, S. (2017). Effect of product quality, perceived price and brand image on purchase decision mediated by customer trust (study on japanese brand electronic product). *Jurnal Manajemen*, 21(2), 179–194. <https://doi.org/10.24912/jm.v21i2.230>
- Surip, S. (2023). Kepercayaan Pelanggan dan Citra Perusahaan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Baashima : Jurnal Bisnis Digital, Akuntansi, Kewirausahaan, Dan Manajemen*, 1(1), 11–22. <https://doi.org/10.61492/baashima.v1i1.3>
- Sutame, W., & Nuvriasari, A. (2023). Peran Perceived Value, Kepercayaan, Dan Kepuasan Pelanggan Pada Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Ekspedisi “Anteraja” Di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 123–141. <https://doi.org/10.53916/jeb.v17i2.43>
- Syahfitri, M. N., & Kusnanto, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Loyal. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi*,

Keuangan & Bisnis Syariah, 4(1), 216–237.

- Syahrar, S., Karunia, E., Asdar, M., Akmar, M., Kamase, J., & Sajidan, M. (2022). Analisis kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan dan kepercayaan pelanggan sebagai variabel mediasi. *Inovasi*, 18(1), 95–104. <https://doi.org/10.30872/jinv.v18i1.10519>
- Tamonsang, M., Si, M., Ekonomi, F., Bisnis, D., Wijaya, U., Surabaya, K., Dwi, M., & Fakultas Ekonomi, A. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pasien Dengan Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Poliklinik Jantung RSUD Bakti Dharma Husada Surabaya)*.
- Tantono, T. L., & Sudyasjayanti, C. (2021). The Effect of Service Quality and Zocco Coffee Atmosphere Quality on Customer Satisfaction. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 6(6), 515–525.
- Tijjjang, B. (2020). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Amsir Management Journal*, 1(1), 46–58.
- Umi Hani, F. Y. A. (2023). *Jurnal+13+(149+-+156)*. 2(2), 149–156.
- Valencia, K. (2024). *E-Jurnal Surplus (Jurnal Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan) Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Aquarius Boutique Hotel Sampit*. 4(1), 160–169.
- Vigaretha, G., & Handayani, O. W. K. (2018). Peran Kepuasan Pasien sebagai Variabel Mediasi Pengaruh Mutu Pelayanan terhadap Loyalitas Pasien. *HIGEIA (Journal of Public Health Research and Development)*, 2(4), 543–552. <https://doi.org/10.15294/higeia.v2i4.23893>
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2016). Services Marketing. In *Services Marketing* (Issue July). <https://doi.org/10.1142/y0001>
- Zulkarnaini, Z., & Fatmasari, R. (2021). Pengaruh Layanan Akademik dan Citra Institusi terhadap Loyalitas Mahasiswa Universitas Terbuka. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 7(3), 1285. <https://doi.org/10.37905/aksara.7.3.1285-1294.2021>