

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era sekarang banyak sekali persaingan yang terjadi antara perusahaan otomotif lebih khususnya dibidang industri roda dua atau sepeda motor, hal ini dapat dilihat dari pesatnya perkembangan yang terjadi di dalam dunia industri roda dua. Memilih strategi yang tepat dalam menyediakan keinginan konsumen merupakan peran yang sangat penting dalam melakukan pencapaian perusahaan tersebut. Perusahaan selalu dituntut agar unggul dalam bersaing dalam menciptakan kepuasan konsumen dan perusahaan harus selalu menerapkan sikap - sikap disiplin dalam karyawan agar selalu menjaga hubungan dengan konsumen.

Dalam dunia otomotif tidak terlepas dari kata servis dan modifikasi, yang dimaksud servis ialah perawatan secara rutin pasca pembelian dan sebagian besar anak – anak muda di Indonesia menyukai *fashion* otomotif atau yang biasa disebut dengan modifikasi sepeda motor. Perusahaan selalu dituntut agar unggul dalam bersaing dengan menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Dari beberapa toko variasi sepeda motor yang ada di Jalan Barito, Anugrah Jaya Variasi termasuk toko yang cukup besar dan memiliki variasi sepeda motor yang cukup lengkap. Pada awalnya, pemilik toko ini hanya bekerja sebagai sales variasi sepeda motor. Namun seiring berjalannya waktu pemilik toko Anugrah Jaya Variasi ini berhasil membuka toko yang cukup besar di daerah Barito dan mempunyai cabang di daerah Penggaron, penjualannya pun sangat luas

bahkan sampai ke luar kota. Berikut adalah data pengunjung Anugrah Jaya Variasi periode bulan Mei 2019– September 2019.

Tabel 1.1
Data Pengunjung Anugrah Jaya Variasi
Periode Mei – September 2019

Bulan	Jumlah Pengunjung
Mei	590
Juni	460
Juli	510
Agustus	425
September	410
Jumlah	2.395

Sumber: Dari toko Anugrah Jaya Variasi Semarang

Berdasarkan data pengunjung toko Anugrah Jaya Variasi, dapat dilihat bahwa pada bulan Mei jumlah pengunjung Anugrah Jaya Variasi sebanyak 590, sedangkan pada bulan Juni jumlah pengunjung mengalami penurunan menjadi 460. Lalu pada bulan Juli jumlah pengunjung di toko Anugrah Jaya Variasi meningkat menjadi 510, namun pada bulan Agustus pengunjung di toko Anugrah Jaya Variasi mengalami penurunan pengunjung menjadi 425 dan pada bulan September pengunjung toko Anugrah Jaya Variasi juga mengalami penurunan menjadi 410.

Untuk bertahan dalam sebuah persaingan bisnis, perusahaan harus memiliki keunggulan sehingga mampu menarik loyalitas pelanggan. Salah satu hal yang dapat menciptakan loyalitas pelanggan adalah pengaruh kepuasan pelanggan, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Sampai saat ini, tak sedikit penulis yang membahas tentang kualitas produk, *store atmosphere*, lokasi dan kualitas pelayananyang dianggap sebagai variabel yang berpengaruh dalam persaingan bisnis variasi sepeda motor, karena digunakan sebagai pertimbangan loyalitas pelanggan.

Tjiptono (2011:481) dalam Dharma (2017) menjelaskan bahwa loyalitas pelanggan merupakan pembelian ulang semata mata menyangkut pembelian merek tertentu yang sama secara berulang kali. Untuk memahami konsep *customer loyalty* harus dimulai dari *customer satisfaction*. Menurut Lovelock (2012) dalam Adam (2017:60) menyatakan bahwa yang menjadi dasar dalam *true loyalty* adalah *customer*, sehingga *customer satisfaction* dan *customer loyalty* mempunyai hubungan yang tidak dapat dipisahkan, walaupun pelanggan yang puas terkadang tidak memiliki perilaku loyal.

Kotler dan Armstrong (2009:243) dalam Kambey dan Sepang (2018) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa. Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan karena semakin tinggi kepuasan pelanggan maka pelanggan akan semakin loyal pada suatu perusahaan. Seperti hasil analisis penelitian yang dilakukan Ahkmad Nasir (2018) menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan penelitian yang dilakukan Syafieq Fahlevi Almassawa (2018) menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan.

Pada jaman sekarang banyak sekali faktor yang mempengaruhi pelanggan sehingga berdampak bagi perusahaan, faktor yang mempengaruhi pelanggan salah satunya adalah kualitas produk. Pengertian kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong (2008:244) dalam Irawan dan Japariato (2013)

adalah ciri karakteristik dari barang atau jasa yang memiliki kebutuhan, merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, dan kemudahan pemeliharaan suatu produk. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi konsumen karena jika semakin baik kualitas produk yang ditawarkan maka konsumen akan semakin puas dan loyal pada suatu perusahaan. Seperti hasil analisis penelitian yang dilakukan Andre Eris Tatangin, dkk (2017) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun hasil analisis penelitian yang dilakukan Tommy dan Rina Adi Kristanti (2018) menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Selain kualitas produk, *store atmosphere* juga berpengaruh dalam menciptakan loyalitas dan kepuasan pelanggan, menurut Ebster dan Garaus (2015:126) dalam Saftari dan Samboro (2018) *store atmosphere* merupakan bagian penting dari lingkungan toko yang terdiri dari sejumlah elemen, dimana beberapa diantaranya relatif mudah dikendalikan, sementara yang lain tidak. *Store atmosphere* yang baik akan membuat pelanggan betah untuk berlama – lama berada di dalam toko.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas dan kepuasan pelanggan ialah lokasi. Kotler dan Armstrong (2012:92) dalam Afrianti dan Zulfikri (2017) menjelaskan bahwa definisi *place* (tempat) atau lokasi, yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan/dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Pemilihan lokasi yang strategis dapat menentukan tercapainya tujuan badan usaha.

Kualitas pelayanan juga berperan penting dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Tjiptono (2014:268) dalam Kambey dan Sepang (2018) berpendapat bahwa kualitas pelayanan berfokus terhadap upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian agar dapat mengimbangi harapan pelanggan. Jika kualitas layanan yang ditawarkan buruk maka konsumen merasa tidak puas dengan layanan yang diberikan dan tidak akan datang kembali untuk membeli suatu barang yang ditawarkan. Seperti analisis penelitian yang dilakukan Wasiman dan Pernanda (2019) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif antara lokasi dan loyalitas pelanggan. Penelitian yang dilakukan Nailal Husna, dkk (2017) juga menjelaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki kaitan yang erat dengan loyalitas pelanggan.

Anugrah Jaya Variasi sebagai obyek penelitian ini juga mengalami ketatnya persaingan bisnis, hal ini dapat dilihat bahwa semakin banyak pesaing yang berusaha meningkatkan kualitas produk, menciptakan suasana toko yang nyaman serta memberikan kualitas pelayanan. Dengan menentukan strategi yang tepat seperti meningkatkan kualitas pelayanan, memilih lokasi yang strategis, menciptakan suasana yang nyaman bagi konsumen dan meningkatkan kualitas produk, perusahaan dapat bertahan dan memiliki pelanggan baru yang datang karena mereka merasa puas. Ketatnya persaingan saat ini membuat Anugrah Jaya Variasi harus mampu bertahan dan berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan serta meningkatkan suasana toko agar tercipta kepuasan dan loyalitas konsumen. Kepuasan pelanggan berhubungan erat dengan loyalitas konsumen, dimana konsumen yang terpuaskan akan menjadi pelanggan yang loyal dan

pelanggan yang loyal akan menjadi tenaga pemasar yang dahsyat bagi perusahaan dengan memberikan rekomendasi dan informasi positif kepada pelanggan lain.

Dari hasil beberapa penelitian tersebut penulis ingin meneliti lebih lanjut apakah kepuasan pelanggan dapat memediasi pengaruh variabel kualitas produk, *store atmosphere*, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, *Store Atmosphere*, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Anugrah Jaya Variasi Semarang)”**.

1.2 *Research Gap*

Research Gap hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh kualitas produk, *store atmosphere*, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (H_1)

Penelitian yang dilakukan oleh Andre Eris Tatangin, Imelda W.J. Ogi dan Sjendry Serulo R. Loindong (2017) tentang “Pengaruh *Servicescape* dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan” hasil yang didapat menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Johanes Gerardo Runtuwuwu, Sem Oroh dan Rita Taroreh (2014) tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Resto Cabana Manado” hasil

yang didapat menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna Resto Cabana Manado.

2. Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan (H₂)

Penelitian yang dilakukan Angky Sriwidodo dan Masreviastuti (2018) tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Konsumen Di Tjangkirtjoekoer *Barbershop* Kepanjen” hasil yang didapat menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Tjangkirtjoekoer *Babershop*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Lily Harlina, PutriSrikandi Kumadji dan Andriani Kusumawati (2014) tentang “Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan” hasil yang didapat menunjukkan bahwa *store atmosphere* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Monopoli *Cafe and Resto*.

3. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (H₃)

Penelitian yang dilakukan oleh Andreas S. Manampiring, Willem J. A. F. Tumbuan dan Rudy S. Wenas (2016) tentang “Analisis Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Kartu Kredit Bank Mandiri Manado” hasil yang didapat menunjukkan bahwa lokasi tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen kartu kredit Bank Mandiri Manado. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Stivani Yanti

Atmanegara, Dwi Cahyono, Nurul Qomariah, Abadi Sanosra (2019) tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Ijen” hasil yang didapat menunjukkan bahwa lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (H₄)

Penelitian yang dilakukan oleh Fony Pangandaheng (2015) tentang “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hadji Kalla Palu” hasil yang didapat menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut Kevin Yeremia Kambey dan Jantje L. Sepang (2018) tentang “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Bauran Pemasaran Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Hasjrat Abadi Yamaha Samratulangi Manado” hasil yang didapat menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

5. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (H₅)

Penelitian yang dilakukan Slamet Heri Winarno, Bryan Givan dan Yudhistira (2018) tentang “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat Im3 Ooredoo” hasil yang didapat

menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan menurut Tommy dan Rina Adi Kristanti (2018) yang melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kepuasan Konsumen, Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Loyalitas Merek Alat Angkat (*Crane*) XYZ PT ABC” hasil yang didapat menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek alat angkat (*crane*) XYZ PT. ABC.

6. Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Loyalitas Pelanggan (H_6)

Penelitian yang dilakukan oleh Jenet Natasya Rorimpandey, Jantje L. Sepang dan Fitty Valdi Arie (2018) tentang “Analisis Pengaruh *Store Atmosphere* dan Keanekaragaman Produk Terhadap Loyalitas Konsumen” hasil yang didapat menyatakan bahwa *store atmosphere* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan menurut Nailal Husna, Daniati Putri dan Rika Desiyanti (2017) tentang “*Atmosphere* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pengunjung *Cafe* Koperasi Keluarga Besar.” hasil yang didapat menunjukkan bahwa *store atmosphere* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung.

7. Pengaruh Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (H_7)

Andi Andika Wirawan, Herman Sjahrudin dan Nurlaelly Razak (2019) melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Produk dan

Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna *Coffee*” hasil yang didapat menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Lamuna *Coffee*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Wasiman dan Recit Pernanda (2019) tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Indopurama Mandiri Batam” hasil yang didapat menunjukkan bahwa lokasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

8. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (H₄)

Penelitian yang dilakukan oleh Paulus A. Pangaila, Frederik G. Worang dan Rudy S. Wenas (2018) tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Aplikasi Gojek” hasil yang didapat menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Indria Sukma Sektiyaningsih, Arif Hayana dan Sylvia Sari Rosalina (2019) tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Citra Dan Loyalitas Pasien” hasil yang didapat menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas.

9. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (H_9)

Penelitian yang dilakukan oleh Akhmad Nasir (2018) tentang “Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah Cabang Probolinggo” hasil yang didapat menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Syafieq Fahlevi Almassawa (2018) tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Implikasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan” hasil yang didapat menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan.

Tabel 1.2
Research Gap

No	Variabel	Judul	Peneliti, Tahun	Hasil
1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (H ₁)	Pengaruh <i>Servicescape</i> Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Mie Medan 99 Manado	Andre Eris Tatangin, Imelda W.J. Ogi dan Sjendry Serulo R. Loindong (2017)	Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
		Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado	Johanes Gerardo Runtunuwu, Sem Oroh dan Rita Taroreh (2014)	Kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado.
2	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan (H ₂)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Kepuasan Konsumen Di Tjangkirtjoekoer <i>Barbershop</i> Kepanjen	Angky Sriwidodo dan Masreviastuti (2018)	<i>Store atmosphere</i> berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Tjangkirtjoekoer <i>Barbershop</i> .
		Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan	Lily Harlina, Putri Srikandi Kumadji dan Andriani Kusumawati (2014)	<i>Store atmosphere</i> tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan
3	Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (H ₃)	Analisis Produk, Harga, Lokasi, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Kartu Kredit Pt. Bank Mandiri Tbk. Manado	Andreas S. Manampiring, Willem J. A. F. Tumbuan dan Rudy S. Wenas (2016)	Lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kartu kredit Bank Mandiri Manado.
		Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ijen View Bondowoso	Stivani Yanti Atmanegara, Dwi Cahyono, Nurul Qomariah, Abadi Sanosra (2019)	Terdapat pengaruh positif dan signifikan lokasi terhadap kepuasan konsumen

No	Variabel	Judul	Peneliti, Tahun	Hasil
4	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (H ₄)	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Hadji Kalla Palu.	Fony Pengandaheng (2015)	Kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
		Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Bauran Pemasaran Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Hasjrat Abadi Yamaha Samratulangi	Kevin Yeremia Kambey dan Jantje L. Sepang (2018)	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen PT. Hasjrat Abadi Yamaha Samratulangi
5	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (H ₅)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat Im3 Ooredoo	Slamet Heri, Winarno, Bryan Givan dan Yudhistira (2018)	Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan
		Pengaruh Kepuasan Konsumen, Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Loyalitas Merek Alat Angkat (<i>Crane</i>) PT ABC	Tommy dan Rina Adi Kristanti (2018)	Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek alat angkat (<i>crane</i>) PT. ABC.
6	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap loyalitas pelanggan (H ₆)	Analisis Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Dan Keanekaragaman Produk Terhadap Loyalitas Konsumen	Jenet Natasya Rorimpandey, Jantje L. Sepang dan Fitty Valdi Arie (2018)	<i>Store Atmosphere</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen
		<i>Atmosphere</i> Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pengunjung Cafe Koperasi Keluarga Besar.	Nailal Husna, Daniati Putri dan Rika Deiyanti (2017)	<i>Store atmosphere</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung.

No	Variabel	Judul	Peneliti, Tahun	Hasil
7	Pengaruh Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (H ₇)	Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening	Andi Andika Wirawan, Herman Sjahrudin, Nurlaely Razak (2019)	Lokasi menunjukan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Lamuna Coffee
		Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan	Wasiman dan Recit Pernanda(2019)	Lokasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan
8	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (H ₈)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Aplikasi Gojek	Paulus A. Pangaila, Frederik G. Worang dan Rudy S. Wenas (2018)	Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan
		Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Citra Dan Loyalitas Pasien	Indria Sukma Sektiyaningsih, Arif Hayana dan Sylvia Sari Rosalina (2019)	Kualitas pelayanan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap loyalitas.
9	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (H ₉)	Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah Cabang Probolinggo	Akhmad Nasir (2018)	Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah
		Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan ImplikasiKepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	Syafieq Fahlevi Almassawa (2018)	Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan

Sumber: Dari berbagai jurnal yang dikembangkan dalam penelitian ini

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Anugrah Jaya Variasi Semarang?
2. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Anugrah Jaya Variasi Semarang?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Anugrah Jaya Variasi Semarang?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Anugrah Jaya Variasi Semarang?
5. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Anugrah Jaya Variasi Semarang?
6. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Anugrah Jaya Variasi Semarang?
7. Apakah lokasi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Anugrah Jaya Variasi Semarang?
8. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Anugrah Jaya Variasi Semarang?
9. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Anugrah Jaya Variasi Semarang?
10. Apakah kepuasan pelanggan berperan dalam memediasi kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan?

11. Apakah kepuasan pelanggan berperan dalam memediasi *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan?
12. Apakah kepuasan pelanggan berperan dalam memediasi lokasi terhadap loyalitas pelanggan?
13. Apakah kepuasan pelanggan berperan dalam memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan?

1.4 Batasan Masalah

Terdapat keterbatasan waktu, biaya, tenaga agar penelitian ini dapat dilakukan secara mendalam, maka tidak semua masalah akan diteliti. Oleh karena itu, batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Objek dalam penelitian ini adalah toko Anugrah Jaya Variasi yang berada di Jalan Barito.
2. Subjek penelitian ini adalah konsumen Anugrah Jaya Variasi. Penelitian dilakukan pada bulan September tahun 2019 hingga Januari 2020.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan menguji secara empiris pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan Pelanggan di Anugrah Jaya Variasi Semarang.

2. Untuk menganalisis dan menguji secara empiris pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan di Anugrah Jaya Variasi Semarang.
3. Untuk menganalisis dan menguji secara empiris pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Anugrah Jaya Variasi Semarang.
4. Untuk menganalisis dan menguji secara empiris pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Anugrah Jaya Variasi Semarang.
5. Untuk menganalisis dan menguji secara empiris pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di Anugrah Jaya Variasi Semarang.
6. Untuk menganalisis dan menguji secara empiris pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan di Anugrah Jaya Variasi Semarang.
7. Untuk menganalisis dan menguji secara empiris pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan di Anugrah Jaya Variasi Semarang.
8. Untuk menganalisis dan menguji secara empiris pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Anugrah Jaya Variasi Semarang.
9. Untuk menganalisis dan menguji secara empiris pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Anugrah Jaya Variasi Semarang
10. Untuk menganalisis dan menguji secara empiris peran kepuasan pelanggan dalam memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di Anugrah Jaya Variasi Semarang

11. Untuk menganalisis dan menguji secara empiris peran kepuasan pelanggan dalam memediasi pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan di Anugrah Jaya Variasi Semarang
12. Untuk menganalisis dan menguji secara empiris peran kepuasan pelanggan dalam memediasi pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan di Anugrah Jaya Variasi Semarang
13. Untuk menganalisis dan menguji secara empiris peran kepuasan pelanggan dalam memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Anugrah Jaya Variasi Semarang.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Pemilik Usaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pemilik usaha untuk dapat meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggannya dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan, menciptakan citra perusahaan yang baik di mata konsumen, dan menciptakan suasana toko yang nyaman dan aman bagi konsumen.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai saran untuk menerapkan ilmu yang telah diperoleh di Universitas AKI terutama di bidang marketing. Melalui penelitian ini, juga dapat menambah pengetahuan, pengalaman dan studi kepustakaan dalam bidang *marketing*.

3. Bagi Universitas

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bacaan untuk menambah pengetahuan, khususnya bagi mahasiswa di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas AKI Semarang.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini bertujuan menjelaskan tentang latar belakang dilakukannya penelitian, *research gap*, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini bertujuan untuk membahas tentang teori – teori ilmiah seperti pengertian pemasaran, manajemen pemasaran, bauran pemasaran, dan juga terdapat penjelasan tentang variabel – variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Selain itu, bab ini juga berisi tentang hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini bertujuan untuk menguraikan tentang lokasi penelitian, jenis penelitian, variabel penelitian, definisi operasional, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, jenis data, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini berisi tentang sejarah berdirinya perusahaan, struktur organisasi, lokasi perusahaan dan jasa layanan.

BAB V : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membahas hasil dari penelitian yang dilakukan penulis dan melakukan pembahasan dari masing - masing hasil penelitian berdasarkan teknik analisis data yang digunakan.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisi tentang seluruh kesimpulan dari penelitian dan saran – saran atau masukan – masukan yang berguna dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, Vesilia dan Realize. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Stainlessindo Anugrah Karya Di Kota Batam. *Jurnal Pundi* , 169-180.
- Afrianti, Rini dan Zulkifli. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Citra Laundry Kota Pariaman. *MENARA Ilmu* , 152-166.
- Agustin, Inelsa dkk. (2019). Product Diversity, Atmosfer Kafe Dan Harga Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Warung Kopi Cak Wang Banyuwangi. *Jurnal Penelitian Ipteks* , 63-78.
- Alfin, Muhammad Reza dan SahidillahNurdin. (2017). Pengaruh *Store Atmosphere* Pada Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ecodemica* , 249-258.
- Almassawa, Syafieq Fahlevi.(2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Implikasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal KREATIF : Pemasaran, Sumberdaya Manusia dan Keuangan* , 69-84.
- Arifin, Moch. Romzidkk. (2019). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Di Bukalapak. *e – Jurnal Riset Manajemen* , 108-123.
- Atmanegara, Stivani Yantidkk (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ijen View Bondowoso. *JSMBI (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia)* , 79-89.
- Aveshina, Novia dan Sugeng Basuki. (2018). Pengaruh Kualitas L Ay Anan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Sisyl Mua (Make Up Artist) Kota Batu. *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis* , 229-233.
- Ayuwardani, Rizky Primadita dan Isroah. (2018). Pengaruh Informasi Keuangan Dan Non Keuangan Terhadap Underpricing Harga Saham Pada Perusahaan Yang Melakukan Initial Public Offering (Studi Empiris Perusahaan Go Public yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015). *JURNAL NOMINAL* , 143-158.

- Christian, Albertus dan DiahDharmayanti. (2013). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty The Light Cup Di Surabaya Town Square. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN PETRA* , 1-13.
- Dharma, Robby. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt. Padang Tour Wisata Pulau Padang. *Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi* , 349-359.
- Diza, Farah dkk. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. Fifgroup Cabang Manado). *Jurnal EMBA* , 109-119.
- Dulkhatifdkk. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penyedia Jasa Internet Study PT Noken Mulia Tama Semarang. *Journal Of Management* , 1-34.
- Effendy, Faries Hizrian. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Dealer Motor Honda Di Surabaya) . *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* , 1-20.
- Flirah, Al. (2017). Analisis Hubungan Persepsi Store Atmosphere dengan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Bisnis Corporate* , 85-91.
- Ginting, Maretta dan Ahmad Saputra. (2015). Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Tradisional Di Kecamatan Medan Johor). *JURNAL MANAJEMEN BISNIS* , 10-19.
- Harahap, Dedi Ansari. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak Usu (Pajus) Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis* , 227-242.
- Harahap, Ramadhan. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Cepat Saji Kfc Cabang Asia Mega Mas Medan. *Jurnal Manajemen dan Informatika Komputer Pelita Nusantara* , 12-17.
- Hermanto, dkk. (2019). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen pada Fotocopy Anugrah Rengat. *Ekonomis: Journal of Economics and Business* , 171-176.

- Husna, dkk. (2017). Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pengunjung Cafe Koperasi Keluarga Besar (Kkb) Universitas Bung Hatta. *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi* , 171-179.
- Irawan, Deny dan Edwin Japariato. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN* , 1-8.
- Isra, Jose Muhammad danArlin Ferlina MochamadTrenggana. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Uber Car (Studi Pada Konsumen Uber Car di kota Bandung). *e-Proceeding of Management* , 2922-2929.
- Juniarta, Hilmy Rizqario dan Masreviastuti. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Jatim Jombang. *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis* , 363-368.
- Kamaliono, Masjaya, dkk. (2017). Pengaruh Citra Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja Pada Distro Battleboom Store Di Kota Palu. *JURNAL ILMU MANAJEMEN UNIVERSITAS TADULAKO* , 237-248.
- Kambey, Kevin. Yeremia dan Jantje L. Sepang. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Bauran Pemasaran Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada (PT. Hasjrat Abadi Yamaha Samratulangi Manado). *Jurnal EMBA* , 1948-1957.
- Karomah, Rismatul, dkk. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Konsumen Rumah Makan Super Geprek Dinoyo Malang). *e – Jurnal Riset Manajemen* , 25-39.
- Lempoy, Nicklouse Christian, dkk. (2015). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder. *Jurnal EMBA* , 1072-1083.
- Lestari, Ani dan Edi Yulianto. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Survei pada Pelanggan Citra Kendedes Cake & Bakery Jl. S. Hatta B3 Kav. A, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* , 74-81.

- Lite. (2017). ANALISIS Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *AL – ULUM ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA* , 357-371.
- Maharani, Rheva. (2018). Dictio Community:Dictio.<http://www.dictio.com>. (Diakses 27 September 2019)
- Manampiring, Andreas S. (2016). Analisis Produk, Harga, Lokasi, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kartu Kredit Pt. Bank Mandiri Tbk. Manado. *Jurnal EMBA* , 164-176.
- Masrul dan Okta Karneli. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Dan Store Location Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Produk Texas Chicken Plaza Citra Pekanbaru). *JOM FISIP* , 1-11.
- Muhammad, Harris dan Sri Widiyanesti. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rock N' Roll Hair Cutting Bandung. *e-Proceeding of Management* , 1296-1302.
- Nasir, Ahkmad. (2018). Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah Cabang Probolinggo. *JURNAL AKUNTANSI DAN MANAJEMEN* , 33-44.
- Nurdiansyah, Muhammad Demas dan Matadji. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Atmosfer Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Buku Togamas Gajah Mada Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Manajemen* , 29-44.
- Pandesia, Alvaris Edward, dkk. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Griya Paniki Indah Manado. *Jurnal EMBA* , 1315 –1326.
- Pangaila A, dkk. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Aplikasi Gojek. *Jurnal EMBA* , 2778-2787.
- Pangandaheng, Fony. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Hadji Kalla Palu. *e-Jurnal Katalogis* , 51-67.
- Parthady, Made Indira Sari dan I Ketut Rahyuda. (2019). Peran Kepuasan Pelanggan Memediasi Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Dengan Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen* , 2669-2696.

- Prakasa, Bramaposa Chandra danJoko Samboro. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Bandoeng Guest House Malang. *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis* , 205-209.
- Prastiwi, Winiarti dan Yessi Frecilia. (2014). Metode Studi Pustaka:Widuri Raharja. <http://www.widuriraharja.info/index.php> (Diakses 2 November 2019)
- Priyatno. (2011). Jasa Olah Data SPSS:Duwi Consultant <http://www.duwiconsultant.blogspot.com>(Diakses 4 November 2019)
- Purnamasari, Nuraisyah Dwi dan Agus Maolana Hidayat. (2016). Analisis Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Warung Misbar Bandung Tahun 2016. *e-Proceeding of Applied Science* , 441-447.
- Putra, Made Caesar Surya Dwi dan Ni Wayan Ekawati. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepeda Motor Vespa. *E-Jurnal Manajemen Unud* , 1674-1700.
- Putri, Lily Harlina, dkk. (2014). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Monopoli Cafe and Resto Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* , 1-9.
- Raharjo. (2019). Olah Data Statistik dengan SPSS:SPSS Indonesia. <http://www.spssindonesia.com>(Diakses 4 November 2019)
- Rahmadani, Fitri, dkk. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Ud. Eva Group Mataram. *VALID Jurnal Ilmiah* , 123-135.
- Rahmadi. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Salbutamol Nebules. *Jurnal MONEX* , 315-326.
- Ramadhani, Lisa Nurmayanti dan Joko Samboro. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Salon Ragil Malang. *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis* , 123-128.
- Rato, Charlos. (2018). Pengujian Hipotesis Mediasi dengan Prosedur Sobel Test:Kompasiana. <http://www.kompasiana.com> (Diakses tanggal 5 November 2019)

- Ristyanadi, Bhiaztika dan Yunni Rusmawati Dwi Jayanti. (2018). Pengaruh Citra Merk Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Perilaku Konsumen Toko Roti Lyly Bakery). *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen* , 690-702.
- Rompis, Dewi, dkk. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Tridjaya. *Jurnal EMBA* , 3078-3087.
- Rorimpandey, Jenet Natasya, dkk. (2017). Analisis Pengaruh Store Atmosphere Dan Keanekaragaman Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Di Café Black Cup Coffee & Roastery. *Jurnal EMBA* , 893-900.
- Runtunuwu, Johanes Gerardo, dkk. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado. *Jurnal EMBA* , 1804-1813.
- Saftari, Khaleda Sophie dan Joko Samboro. (2018). Pengaruh Store Atmosphere Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Keputusan Pembelian. *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis* , 469-472.
- Sarwono, Jonathan. (2017). Analisis Jalur (Path Analysis) Oleh:Jonathan Sarwono.<http://www.jonathansarwono.info> (Diakses 5 November 2019)
- Sektiyaningsih, Indria Sukma, dkk. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Citra Dan Loyalitas Pasien. *Journal of BUSINESS STUDIES* , 1-13.
- Septiani, Dahniar Feranita. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Waroeng Jeans Cabang Jalan P. Antasari Kota Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis* , 102-114.
- Sinurat, Elinawati Susi Mentari, dkk. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Suzuki Ertiga. *Jurnal EMBA* , 2230 - 2239.
- Siregar, Syofian. (2017). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF:Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.
- Sriwidodo, Angky dan Masreviastuti. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Konsumen Di Tjangkirtjoekoer Barbershop Kepanjen. *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis* , 209-214.

- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Surachman, Muhammad Arief dan Elvira Azis. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Apotek Telkomedika Sentot, Buah Batu, Dan Gerlong). *e-Proceeding of Management* , 2382-2392.
- Sutomo, Rizkia Noviana dan Fullchis Nurtjahjani. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Toko Citra Textile Malang. *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis* , 7-12.
- Tarinda, Resti dan Achmad Zaini. (2018). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Scissors Barbershop. *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis* , 89-92.
- Tatangin, Andre Eris, dkk. (2017). Pengaruh Servicescape Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Mie Medan 99 Manado. *Jurnal EMBA* , 811-820.
- Tilaar, Tesalonika Tiffany, dkk. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rm. D'fish Kawasan Megamas Manado). *Jurnal EMBA* , 3488-3497.
- Tommy dan Kristanti. (2018). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Merek Alat Angkat (Crane) XYZ PT ABC. *Conference on Management and Behavioral Studies* , 88-96.
- Umar, Husein. (2014). Faktor-faktor yang Memengaruhi Loyalitas Pelanggan pada Penerbangan Low Cost Carrier. *Jurnal Manajemen Transportasi dan Logistik* , 127-138.
- Wardhana, Annisa Aqsha, dkk. (2017). Analisis kinerja layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas nasabah. *JURNAL MANAJEMEN* , 1-7.
- Wasiman, Pernanda. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt. Indopurama Mandiri Batam. *Open Journal System* , 283-290.

Winarno, Slamet Heri, dkk. (2018). Faktor – Faktor Penentu Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat IM3 OOREDOO. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* , 1-7.

Wirawan, Andi Andika, dkk. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna Coffee di Kabupaten Bone. *JURNAL ORGANISASI DANMANAJEMEN* , 15-26.

Yateno. (2013). Analisis Kepercayaan Suatu Brand Terhadap Loyalitas Pengguna Ponsel Nokia (Studi Kasus di Kecamatan Banjar Agung Tulang Bawang). *DERIVATIF* , 49-70.

<http://quantpsy.org/sobel/sobel.htm>. Diakses 11 Desember 2019