

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI

Ima Widasari¹⁾, Beny Mahyudi Saputra²⁾, Diana Ambarwati³⁾

^{1), 2), 3)} Fakultas Ekonomi Manajemen, Universitas Islam Kadiri

Email : imawidasari98@gmail.com ¹⁾, saputra.beny@gmail.com ²⁾,
dianaambar88@gmail.com ³⁾

ABSTRAK

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam upaya pencapaian tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Loyalitas pelanggan mengekspresikan perilaku yang dimaksudkan berkaitan dengan produk atau jasa untuk perusahaan. Tidak loyalnya konsumen disebabkan kurangnya kualitas pelayanan dan *store atmosphere* yang menyebabkan kurang puasnya konsumen. Ketidakpuasan ini berdampak pada tidak loyalnya konsumen pada Swalayan Zidan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara variabel kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif yang bersifat *explanatory research*. Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan yaitu *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yang berjumlah 75 konsumen. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Kepuasan terbukti sebagai variabel *intervening* dalam hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen. Kepuasan terbukti sebagai variabel *intervening* dalam hubungan antara *store atmosphere* dengan loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Customer loyalty plays an important role in the efforts to achieve the goals set by the company. Customer loyalty expresses behavior intended in relation to the company's products or services. The disloyalty of consumers is caused by the lack of service quality and store atmosphere, which leads to consumer dissatisfaction. This dissatisfaction impacts consumer disloyalty towards Zidan Supermarket. The purpose of this research is to

Article History

Received: April 2025
Reviewed: April 2025
Published: April 2025

Plagirism Checker No 223
DOI : Prefix DOI :
10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author
Publish by : Musytari



This work is licensed under
a [Creative Commons
Attribution-
NonCommercial 4.0
International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

determine the influence of service quality and store atmosphere variables on customer loyalty with customer satisfaction.

The type of this research is quantitative and explanatory in nature. In this study, the sampling technique used is non-probability sampling with purposive sampling technique involving 75 consumers. The data analysis method used in this research is path analysis. The research results show that service quality and store atmosphere have an impact on customer satisfaction and customer loyalty. In addition, customer satisfaction affects consumer loyalty. Satisfaction has proven to be an intervening variable in the relationship between service quality and consumer loyalty. Satisfaction has proven to be an intervening variable in the relationship between store atmosphere and consumer loyalty.

Keywords: *Service Quality, Store Atmosphere, Customer Loyalty, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Swalayan Zidan Kediri merupakan salah satu swalayan yang mempertimbangkan unsur *store atmosphere* dalam penataan ruangnya. Swalayan ini terletak di Jl. Raya Kediri No.19, Sumbe Agung, Wonorejo, Kecamatan Wates, Kabupaten Kediri. Swalayan yang berdiri pada tahun 2018 ini mengusung komponen interior yang juga sangat berpengaruh terhadap suasana swalayan, seperti sistem sirkulasi, tata letak, pencahayaan dan sistem tampilan dan aktivitas di dalamnya yang dinamis sehingga dapat menentukan kenyamanan pengunjung sebagai upaya untuk menciptakan kepuasan sehingga terbentuk loyalitas pelanggan. Tidak loyalnya konsumen disebabkan kurangnya kualitas pelayanan dan *store atmosphere* yang menyebabkan kurang puasnya konsumen. Ketidakpuasan ini berdampak pada tidak loyalnya konsumen pada Swalayan Zidan. Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam upaya pencapaian tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Loyalitas pelanggan mencerminkan perilaku yang disengaja terkait dengan produk atau layanan suatu perusahaan. Sebagai pola pikir, loyalitas pelanggan mencerminkan sikap positif terhadap perusahaan, kesediaan untuk melakukan pembelian ulang, serta menganjurkan produk atau layanan kepada orang lain, (Saravanakumar, 2014). Loyalitas pelanggan dapat dibangun adanya usaha dari perusahaan untuk memberikan kualitas terbaik dari jasa dan layanan yang dimiliki sehingga terbentuk persepsi positif dari pelanggan. Menurut (Hurriyati, 2018) mendefinisikan loyalitas ialah komitmen mendalam seorang pelanggan untuk secara teratur berlangganan kembali atau membeli kembali barang atau jasa tertentu di masa depan, meskipun ada kemungkinan perubahan perilaku yang disebabkan oleh faktor eksternal dan kampanye pemasaran, dikenal sebagai loyalitas. Meningkatkan kualitas layanan merupakan salah satu cara untuk menumbuhkan loyalitas pelanggan.

Kualitas pelayanan memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta untuk meminimalkan harapan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan dan dioptimalkan agar dapat diandalkan oleh pelanggan.

Menurut (Lupiyadi, 2018) mengatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu Sejauh mana harapan klien dan kenyataan berbeda dalam hal layanan yang mereka terima dikenal sebagai

kualitas layanan. Pelayanan adalah tindakan yang diambil oleh individu atau organisasi untuk memuaskan klien; tindakan ini dapat dilakukan melalui penyediaan layanan pelanggan langsung. Tindakan ini dilakukan dalam rangka memuaskan kebutuhan dan preferensi konsumen terhadap suatu produk atau jasa. (Kasmir, 2019). Pada dasarnya pelanggan selalu ingin mendapatkan pelayanan yang terbaik dan memuaskan yang sesuai dengan keinginan dan harapannya. Hasil penelitian (Yasa et al., 2021) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan juga dipengaruhi dari *store atmosfer*, dimana *atmosphere* swalayan yang nyaman dengan dekorasi yang unik dan kreatif menjadi daya tarik tersendiri bagi sebuah swalayan yang membuat konsumen memutuskan untuk mengunjungi swalayan tersebut dan karena konsumen tidak pernah bersifat dinamis (Peter dan Jerry, 2014). Bahkan tidak jarang konsumen memutuskan untuk mengunjungi suatu swalayan hanya karena menyukai *atmosphere* yang terdapat pada swalayan sehingga mendukung dalam proses belanja yang dilakukan. Menurut (Utami, 2015) "*store atmosphere* adalah desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik dan wangi-wangian untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan dan untuk mempengaruhi pelanggan dalam membeli barang.

Keadaan emosional pelanggan dipengaruhi oleh suasana toko, yang dapat menyebabkan naik turunnya penjualan. Perasaan senang dan dorongan yang merangsang, yang mungkin timbul dari rangkaian psikologis atau keinginan (impuls) yang tidak terduga, adalah dua emosi utama yang dihasilkan oleh emosi., (Utami, 2015). *Store atmosphere* tersebut dapat memberikan respon dan menciptakan kenyamanan bagi konsumen pada saat menikmati suasana di dalam toko, dan dalam kelanjutannya dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Peter dan Jerry, 2014). Hasil penelitian (Marissa, Rachma, dan Hufron, 2019) menunjukkan bahwa *store atmosphere* memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen, terdapat pengaruh yang positif dari kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen dan *store atmosphere* secara statistik memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Kepuasan pelanggan dasar bagi setiap organisasi untuk mencapai tujuannya. Dengan kata lain, tingkat kepuasan pelanggan mencerminkan tingkat pencapaian tujuan organisasi. Pelanggan yang senang dengan suatu bisnis kemungkinan besar akan membangun hubungan yang menguntungkan dan menyenangkan dengannya. Ketika klien puas dengan barang atau jasa yang mereka terima dari suatu bisnis, mereka menjadi loyal terhadap bisnis tersebut. Saat ini, perusahaan harus memahami tingkat loyalitas konsumen untuk membangun dan memelihara koneksi yang sukses. (Tjiptono, 2011).

Penelitian yang dilakukan oleh (Ainiyah, 2018) "menunjukkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang lebih besar dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Hal tersebut juga sesuai dengan hasil penelitian (Sholihah, 2020) yang menunjukkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan. Penelitian dari (Wahyuni, 2021) menunjukkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan.

Berdasarkan hasil *survey* yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa konsumen sering mengalami kesulitan untuk mendapatkan produk yang diinginkan, dimana penataan barang yang kurang tepat dan agak sulit dijangkau menjadikan konsumen agak mengalami kesulitan

ketika mengambil barang yang akan dibelinya. Selain itu karyawan kurang memiliki respon yang baik ketika konsumen kesulitan untuk mencari barang yang diinginkan dan hal tersebut sering dikeluhkan oleh konsumen ketika berbelanja di Swalayan Zidam Kediri.

Kepuasan dan loyalitas pelanggan dapat terbentuk dari upaya pengelola swalayan untuk memberikan atau memenuhi keinginan konsumen. Berdasarkan latar belakang penelitian maka menarik dilakukan suatu penelitian dengan judul: **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Store Atmosfer Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi (Studi Pelanggan di Swalayan Zidan).**

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan jenis kuantitatif, hal ini dikarenakan penelitian ini membutuhkan hasil statistik berupa hasil uji spss. Lokasi dari penelitian ini adalah Toko Zidan yang beralamatkan di Jl. Raya Kediri No.19, Sumber Agung, Wonorejo, Kecamatan Wates, Kabupaten Kediri, Jawa Timur 64174. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Toko Zidan sebanyak 75 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dokumentasi dan pustaka atau literatur. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Koefisien Korelasi	<i>p-value</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan	X _{1.1}	0,683	0,000	Valid
	X _{1.2}	0,677	0,000	Valid
	X _{1.3}	0,783	0,000	Valid
	X _{1.4}	0,790	0,000	Valid
	X _{1.5}	0,700	0,000	Valid
	X _{1.6}	0,730	0,000	Valid
	X _{1.7}	0,731	0,000	Valid
	X _{1.8}	0,605	0,000	Valid
	X _{1.9}	0,724	0,000	Valid
	X _{1.10}	0,750	0,000	Valid
Store Atmosphere	X _{2.1}	0,801	0,000	Valid
	X _{2.2}	0,770	0,000	Valid
	X _{2.3}	0,818	0,000	Valid
	X _{2.4}	0,832	0,000	Valid
	X _{2.5}	0,825	0,000	Valid
	X _{2.6}	0,846	0,000	Valid
	X _{2.7}	0,714	0,000	Valid
	X _{2.8}	0,743	0,000	Valid
Kepuasan pelanggan	Z _{1.1}	0,712	0,000	Valid
	Z _{1.2}	0,664	0,000	Valid
	Z _{1.3}	0,776	0,000	Valid

Loyalitas Pelanggan	Z _{1.4}	0,711	0,000	Valid
	Z _{1.5}	0,673	0,000	Valid
	Z _{1.6}	0,811	0,000	Valid
	Y _{1.1}	0,772	0,000	Valid
	Y _{1.2}	0,860	0,000	Valid
	Y _{1.3}	0,869	0,000	Valid
	Y _{1.4}	0,768	0,000	Valid
	Y _{1.5}	0,740	0,000	Valid
	Y _{1.6}	0,759	0,000	Valid
	Y _{1.7}	0,654	0,000	Valid
	Y _{1.8}	0,673	0,000	Valid

Sumber : Data Diolah, 2025.

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 1, maka diketahui bahwa hasil uji validitas pada semua item variabel pertanyaan memperoleh nilai taraf signifikansi < 0,05. Sehingga semua item pertanyaan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Item	Koefisien Reliabilitas	Hasil Uji
Kualitas Pelayanan	0,895	Reliabel
Store atmosphere	0,914	Reliabel
Kepuasan pelanggan	0,860	Reliabel
Loyalitas	0,898	Reliabel

Sumber : Data diolah, 2025.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 2, maka diketahui hasilnya menunjukkan bahwa semua variabel memperoleh nilai Cronbach Alpha yang lebih besar yaitu diatas 0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep yang mengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Keterangan	Unstandardized Residual
Kolmogorov -Smirnov Z	0,075
Asymp. Sig (2-tailed)	0,200

Sumber : Data diolah, 2025.

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 3, maka diketahui nilai signifikan Asymp. Sig untuk variabel dependen sebesar 0,200 > 0,05 nilai tersebut lebih besar dari taraf signifikan yang ditetapkan yaitu sebesar 0,05 atau 5%. Sehingga menunjukkan bahwa data terdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

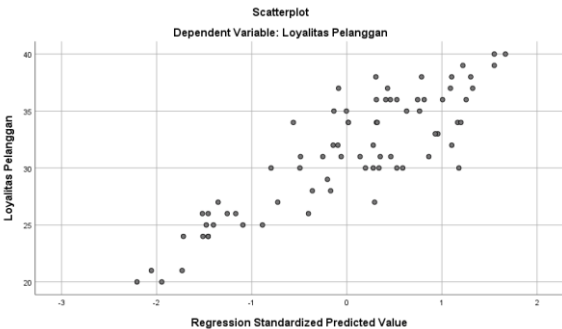
	Collinearity Statistic
--	------------------------

Variabel	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan	0,603	1,659
Store atmosphere	0,581	1,722
Kepuasan Pelanggan	0,588	1,699

Sumber : Data diolah, 2025.

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada tabel 4, maka dapat dilihat bahwa variabel bebas lebih kecil dari 10, dengan demikian dalam model ini tidak terjadi multikolinearitas, hal ini berarti antar variabel independent tidak terjadi korelasi.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan adalah heteroskedastis karena titik-titik pada grafik *scatter plot* tidak membentuk pola secara jelas dan tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

Hasil Uji Analisis Jalur

a. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Swalayan Zidan

Hasil pengujian pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat pada Tabel 7 :

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Jalur Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel Eksogen	Variabel Endogen	Beta	t	Probabilitas	Keputusan
Kualitas pelayanan	Kepuasan pelanggan	0,556	5,710	0,000	Signifikan
Adjusted R Square: 0,299 = 29,9% N= 75					

Sumber : Data diolah, 2025.

Hubungan kebahagiaan pelanggan dengan kualitas pelayanan, dengan probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$), thitung sebesar 5,710, dan koefisien beta sebesar 0,556. Kesimpulan bahwa terdapat hubungan substansial antara kebahagiaan pelanggan dan kualitas layanan ditolak karena probabilitas pada Tabel 4.14 kurang dari 0,5. Berdasarkan temuan ini, koefisien Adjusted R Square adalah 0,299 yang menjelaskan 29,9% hubungan antara kualitas layanan dan kebahagiaan pelanggan.

b. Pengaruh *Store atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan Swalayan Zidan

Hasil pengujian pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat pada Tabel 8 :

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Jalur *Store atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel Eksogen	Variabel Endogen	Beta	t	Probabilitas	Keputusan
Store atmosphere	Kepuasan pelanggan	0,578	6,053	0,000	Signifikan
Adjusted R Square : 0,325= 32,5% N= 75					

Sumber : Data diolah, 2025.

Nilai thitung sebesar 6,053, kemungkinan sebesar 0,000, dan koefisien beta sebesar 0,578 menunjukkan bahwa atmosfer toko berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ($p < 0,05$). Kesimpulan H_0 —bahwa terdapat hubungan signifikan antara suasana toko dan kepuasan pelanggan—ditolak karena probabilitas pada Tabel 4.15 kurang dari 0,5. Berdasarkan temuan tersebut, koefisien Adjusted R Square sebesar 0,325 menjelaskan 32,5% dampak atmosfer toko terhadap kebahagiaan pelanggan.

c. Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Swalayan Zidan

Hasil pengujian pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dapat dilihat pada Tabel 9 :

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Jalur Kualitas pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Variabel Eksogen	Variabel Endogen	Beta	t	Probabilitas	Keputusan
Kualitas pelayanan	Loyalitas pelanggan	0,718	8,817	0,000	Signifikan
Adjusted R Square : 0,509= 50,9% N= 75					

Sumber : Data diolah, 2025.

Hubungan antara loyalitas pelanggan dengan kualitas pelayanan, dengan probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$), thitung sebesar 8,817, dan koefisien beta sebesar 0,718. Kesimpulan bahwa terdapat hubungan substansial antara loyalitas pelanggan dan kualitas layanan ditolak karena probabilitas pada Tabel 4.16 kurang dari 0,5. Berdasarkan temuan tersebut, koefisien Adjusted R Square sebesar 0,509 menjelaskan 50,9% hubungan antara loyalitas pelanggan dan keunggulan layanan.

d. Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Loyalitas Pelanggan Swalayan Zidan

Hasil pengujian pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan dapat dilihat pada Tabel 10 :

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Jalur Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Loyalitas Pelanggan

Variabel Eksogen	Variabel Endogen	Beta	t	Probabilitas	Keputusan
<i>Store atmosphere</i>	Loyalitas pelanggan	0,725	8,992	0,000	Signifikan
<i>Adjusted R Square</i> : 0,519= 51,9% N= 75					

Pengaruh store atmosfer terhadap loyalitas pelanggan, dengan probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$), thitung sebesar 8,992, dan koefisien beta sebesar 0,725. Kesimpulan H_0 bahwa terdapat hubungan signifikan antara suasana toko dan loyalitas pelanggan ditolak karena probabilitas pada Tabel 4.17 kurang dari 0,5. Berdasarkan temuan tersebut, koefisien Adjusted R Square sebesar 0,519 menjelaskan 51,9% hubungan antara atmosfer toko dan loyalitas pelanggan.

e. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Swalayan Zidan

Hasil pengujian pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan dapat dilihat pada Tabel 11:

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Jalur Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan

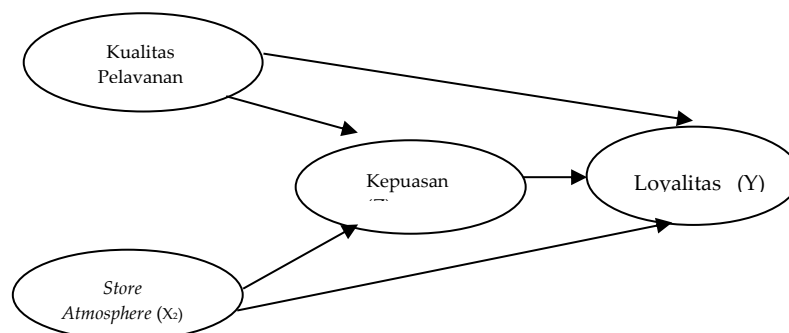
Variabel Eksogen	Variabel Endogen	Beta	t	Probabilitas	Keputusan
Kepuasan	Loyalitas pelanggan	0,749	9,644	0,000	Signifikan
<i>Adjusted R Square</i> : 0,554 = 55,4% N= 75					

Sumber : Data diolah, 2025.

Loyalitas dan kepuasan pelanggan memiliki probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$), thitung sebesar 9,644, dan koefisien beta sebesar 0,749. Kesimpulan bahwa terdapat hubungan substansial antara loyalitas pelanggan dan kepuasan ditolak karena probabilitas pada Tabel 4.18 kurang dari 0,5. Berdasarkan temuan tersebut, koefisien Adjusted R Square sebesar 0,554 menjelaskan 55,4% hubungan antara loyalitas pelanggan dan kepuasan.

Hubungan Antar Jalur

Dapat diperoleh suatu jalur dari hasil analisis data yang telah dilakukan, seperti terlihat pada Gambar di bawah ini:



Gambar 2. Hasil Analisis Antar Jalur

Hasil analisis menunjukkan bahwa pengaruh secara langsung antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yaitu sebesar 0,718 dan pengaruh secara langsung *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan yaitu sebesar 0,725. Adanya pengaruh secara langsung menunjukkan bahwa dengan semakin meningkatnya kualitas pelayanan dan *store atmosphere* maka loyalitas pelanggan akan mengalami peningkatan. Hasil analisis pengaruh secara langsung dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebesar 0,556 dan *store atmosphere* terhadap kepuasan yaitu sebesar 0,578.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Artinya bahwa dengan semakin baiknya kualitas pelayanan maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan.
2. Terdapat pengaruh signifikan antara *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen. Artinya bahwa dengan semakin baiknya *store atmosphere* maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan.
3. Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Artinya bahwa dengan semakin baiknya kualitas pelayanan maka loyalitas konsumen akan mengalami peningkatan.
4. Terdapat pengaruh signifikan antara *store atmosphere* terhadap loyalitas konsumen. Artinya bahwa dengan semakin baiknya *store atmosphere* maka loyalitas konsumen akan mengalami peningkatan.
5. Terdapat pengaruh signifikan antara kepuasan terhadap loyalitas konsumen. Artinya bahwa dengan semakin meningkatnya kepuasan maka loyalitas konsumen akan mengalami peningkatan.
6. Kepuasan terbukti sebagai variabel *intervening* dalam hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen. Artinya bahwa dengan semakin meningkatnya kepuasan maka dapat meningkatkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

DAFTAR PUSTAKA

- Ainiyah, Alfi. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Jemput Paket Gratis Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada PT POS Indonesia (Persero) UPT Sidoarjo),1–110.
- Alma, Buchari. 2017. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Berman, et al. 2018. *Retail Managament A StrategicApproach*. 13 ed. UK: Pearson Educational Limited.

- Charismawati, C. 2011. Analisis Hubungan Antara Love of Money Dengan. Persepsi Etika Mahasiswa Akutansi. *Skripsi Akutansi Universitas Diponegoro, Semarang*.
- Damiati, dkk. 2017. *Perilaku Konsumen*. Depok: Rajawali Pers.
- Engel, James F dkk. 2015. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Gunawan, Tjandra, Fathorrahman Fathorrahman, dan Yunus Handoko. 2019. Efek Mediasi Kepuasan Pelanggan atas Pengaruh Kualitas Produk dan Store Atmosphere terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 7 (2): 189–204. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v7i2.3347>.
- Heizer, Jay and Render Barry. 2015. *Manajemen Operasi : Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*. 11 ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Hurriyati, R. 2018. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kasmir. 2019. *Customer Service Excellent*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. 13 ed. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran*. 12 ed. Jakarta: PT Indeks.
- Lepojevic, V., & Dukic, S. 2018. Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan(Suatu Kajian Teoritis). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 15 (3).
- Lupiyadi, R. 2018. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malhotra, N.K. 2009. *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Marissa, N. Rachma, dan M. Hufron. 2019. Pengaruh Lokasi Toko dan Store Atmosphere terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *E-Journal Riset Manajemen Prodi Manajemen* 8 (10): 14–24. www.fe.unisma.ac.id.
- Moenir. 2015. *Manajemen Pelayanan Umum Indonesia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Peter, J.Paul dan Jerry C.Olson. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Saravanakumar, G. 2014. Effect of service quality on customer loyalty: Empirical devidence from co-operative bank. *Int. J. Bus. Adm. Res. Rev.* 2.
- Shaumma, Febianti. 2017. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Konsumen Cafe Vanilla Kitchen Bandung). *Prosiding Manajemen* 3 (2).
- Sholihah, Isna Aminatus. 2020. Pengaruh Suasana Cafe dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Merdeka Cafe Nganjuk. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* 8 (1): 750–56.
- Soepeno, Jeremia Kolonio dan Djurwati. 2019. Pengaruh Service Quality, Trust, dan Consumer Satisfaction Terhadap Consumer Loyalty. *journal EMBA* 7 (1).
- Solimun, Achmad, A. dan N. 2017. *Metode Statistika Multivariat Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarpPLS*. Malang: UB Press.

- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA CV.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2019. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. 2 ed. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, Cristina Whidya. 2017. *Manajemen Ritel, Setrategi dan Implementasi Oprasional Bisnis Ritel di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Utami, Cristina Widya. 2015. *Transformasi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wahyuni, Ni Putu Ayu Ratih. 2021. Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan J&T Ekspres. *Jurnal Ilmu Manajemen* 7 (4).
- Worodiyanti, N. W. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Elladerma Skin Care Malang. *E- Journal Universitas Negeri Surabaya* 5 (1).
- Yasa, Andika, Suswanta Suswanta, M. Rafi, Fajar Rahmanto, Deni Setiawan, dan Mochammad Iqbal Fadhlurrohman. 2021. Penguatan Reformasi Birokrasi Menuju Era Society 5.0 di Indonesia. *Nakhoda: Jurnal Ilmu Pemerintahan* 20 (1): 27–42.
<https://doi.org/10.35967/njip.v20i1.139>.
- Zeithaml, V. A. 2018. *Service Quality Dimensions . Services Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm (7th ed.)*. India: MC Graw Hil Education