

## Syafangatun

S1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Bangsa. [Shashaedsha8396@gmail.com](mailto:Shashaedsha8396@gmail.com)

**Muhamad Baehaqi, S.E.,M.M.** [baehaqimuhammad@gmail.com](mailto:baehaqimuhammad@gmail.com)

S1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Bangsa.

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Berkah Makmur Kebumen. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposiv sampling* penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100. Alat analisis yang data menggunakan bantuan program aplikasi komputer yaitu *SPSS for windows version 23*. Hasil pembuktian hipotesis pertama bahwa harga secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil hipotesis ke dua bahwa kualitas pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil pembuktian hipotesis ketiga bahwa kualitas produk secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil hipotesis keempat harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata kunci:** Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan.

### Abstract

*This study aims to determine the effect of price, service quality, and product quality on customer loyalty at Toko Berkah Makmur Kebumen. The sampling technique used the purposive sampling method. This study took a sample of 100 respondents. The data analysis tool uses the help of a computer application program, namely SPSS for windows version 23. The results of proving the first hypothesis that the price partially has a significant effect on customer loyalty. The result of the second hypothesis is that service quality partially has a significant effect on customer loyalty. The results of proving the third hypothesis that the product quality partially has a significant effect on customer loyalty. The results of the fourth hypothesis are price, service quality, and product quality simultaneously have a significant influence on customer loyalty.*

**Keywords:** Price, Service Quality, Product Quality, Customer Loyalty

## PENDAHULUAN

Perkembangan industri *fashion* ini juga sejalan dengan semakin berkembangnya kesadaran masyarakat akan *fashion* yang sudah mengarah pada pemenuhan gaya hidup dalam berbusana, sehingga dapat dikatakan bahwa kebutuhan berbusana pada zaman sekarang tidak hanya sekedar untuk menutupi tubuh, tetapi untuk menunjukkan gaya hidup dan identitas pemakaiannya. Toko Berkah Makmur yang berlokasi di dalam pasar Tumenggungan Kebumen tepatnya di lantai 2 ruko mini no. 10-11 merupakan toko grosir, eceran yang menyediakan berbagai aksesoris seperti sabuk, topi, dompet, kaos kaki, pakaian, tas, dan merupakan salah satu toko *fashion* yang menjadi pilihan untuk memenuhi kebutuhan *fashion* masyarakat Kebumen. Pemilik Toko Berkah Makmur Eni Nur Khayati yang berdiri pada tahun 2000 tepatnya pada tanggal 1 juni tahun 2000 dan berkembang sampai saat ini. Banyaknya persaingan didalam bisnis aksesoris toko Berkah Makmur membuat peneliti tertarik untuk meneliti lebih detail faktor apa saja yang membuat toko Berkah Makmur mampu bertahan dan bersaing sampai dengan saat ini. Fenomena yang terjadi di dalam pasar Tumenggungan dimana disitu terdapat kompetitor

pesaing yang ketat. Setelah melakukan survey terdapat kurang lebih 10 ruko yang bergerak dibidang yang sama. Fenomena ini sangat menarik untuk diteliti dan dikaji lebih dalam. Persaingan bisnis yang ketat tidak membuat toko Berkah Makmur mengalami penurunan volume penjualan, bahkan toko Berkah Makmur justru mengalami kenaikan volume penjualan. Toko Berkah Makmur mampu menghasilkan pemasukan 5 sampai 6 juta perhari, bahkan bisa sampai 10 juta perhari kondisi tersebut membuat peneliti lebih tertarik meneliti lebih dalam strategi yang diterapkan oleh pemilik toko. Berdasarkan observasi secara langsung banyak fenomena-fenomena yang terjadi yang mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan pada Toko Berkah Makmur Kebumen, salah satunya yaitu dari fenomena harga. Banyaknya persaingan dengan usaha yang sejenis di lokasi Toko Berkah Makmur Kebumen menunjukkan ketatnya persaingan harga. Masing-masing pengusaha harus mampu menerapkan strategi harga yang mampu bersaing, terjangkau oleh konsumen untuk mempertahankan konsumen dan meningkatkan loyalitas pelanggan pada Toko Berkah Makmur Kebumen. Harga produk pada Toko Berkah Makmur Kebumen berbeda

dengan harga pada toko lainnya. Harga produk pada Toko Berkah Makmur Kebumen juga bervariasi, dari harga tas sekolah bisa selisih 20.000 dengan toko lainnya, tas wanita bisa selisih 30.000 dengan toko lainnya, ikat pinggang bisa selisih 15.000 dengan toko lainnya dan masih banyak lagi harga produk pada Toko Berkah Makmur Kebumen yang berbeda dengan toko lainnya. Faktor segmentasi pasar pada Toko Berkah Makmur Kebumen berorientasi pada kalangan tingkat ekonomi menengah keatas dan menengah kebawah. Segmentasi pasar pada menengah kebawah

Faktor yang tidak kalah penting untuk meningkatkan loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan. Toko Berkah Makmur Kebumen memiliki 6 karyawan, dan di hari-hari tertentu seperti menjelang puasa, hari lebaran, dan tahun baru Toko Berkah Makmur Kebumen selalu menambah jumlah karyawan untuk meningkatkan mutu pelayanan kepada konsumen dan menjaga loyalitas pelanggannya agar pelayanan pada Toko Berkah Makmur Kebumen mampu melayani dengan baik, cepat, sopan dan ramah. Fenomena kualitas pelayanan yang di terapkan pada Toko Berkah Makmur Kebumen merupakan strategi untuk mempertahankan loyalitas pelanggannya. Selain pelayanan yang baik, Toko Berkah Makmur Kebumen juga memprioritaskan pelanggan lama yang sudah loyal dan dipercaya dengan cara memberikan keringanan khusus pelanggan diperbolehkan untuk mengambil barang dengan kasbon. Toko Berkah Makmur Kebumen juga bersedia bertanggung jawab bila ada pelanggan yang komplain, atau retur barang. Berdasarkan obeservasi kualitas pelayanan diterapkan pada pelayan Toko Berkah Makmur Kebumen mampu memuaskan para pelanggannya karena pelayanan yang diterapkan sangat ramah, respon terhadap pelanggan sangat cepat sehingga pelanggan mampu tetap loyal pada Toko Berkah Makmur Kebumen.

Faktor lain yang mampu mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan selain harga dan kualitas pelayanan yaitu kualitas produk. Toko Berkah Makmur Kebumen memiliki berbagai produk seperti topi, pakaian, tas, sabuk, dan lain-lain dengan model dan bahan yang bervariasi dan kualitas produk yang baik. Toko Berkah Makmur Kebumen selalu beinovasi mengikuti zaman perkembangan di dunia fashion dengan produk-produk yang sedang digemari para pelanggannya untuk menjaga dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Menjaga mutu kualitas produk sangat diperlukan untuk menjaga dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Toko Berkah Makmur Kebumen menerapkan segmentasi pasar pada kualitas produk dengan sasaran segmentasi pasar menengah kebawah dijual di daerah-daerah desa seperti desa Kaligending, Klirong, Tanah Sasri, Bandung Sruni, dan lain-lain. Produk dengan segmentasi pasar pada kalangan ekonomi menengah keatas sering dijual di daerah perkotaan Kebumen.

Berdasarkan hasilobservasi menunjukkan hasil observasi faktor yang mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan pada Toko Berkah Makmur Kebumen. Berdasarkan hasil observasi dari jumlah 30 responden, pelanggan yang loyalitas karena harga sebanyak 57%,

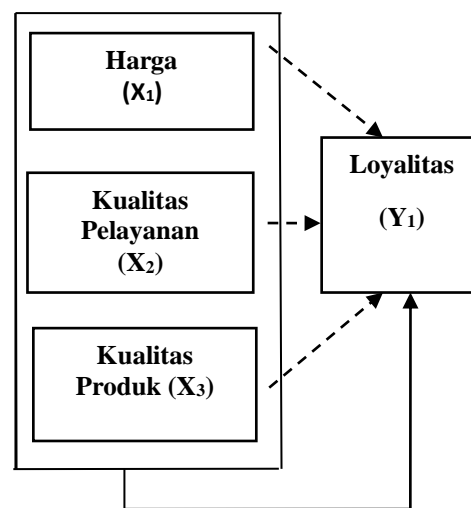
pelanggan yang loyalitas karena kualitas pelayanan 13%, pelanggan yang loyalitas karena kualitas produk sebanyak 30%.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk, Terhadap Loyalitas Pelanggan, Pada Toko Berkah Makmur Kebumen”**.

Maka tujuan yang hendak di capai pada penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk, terhadap loyalitas pelanggan, pada Toko Berkah Makmur Kebumen.

## MODEL EMPIRIS

Model Empiris



Keterangan :

-----> : Hubungan secara parsial

————> : Hubungan secara simultan

### Hipotesis

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis pada penelitian ini :

- H1 : Harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Toko Berkah Makmur Kebumen.
- H2 : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Toko Berkah Makmur Kebumen
- H3 : Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Toko Berkah Makmur Kebumen
- H4 : Harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Toko Berkah Makmur Kebumen.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya

(Sugiyono, 2010:61). Dalam penelitian ini, yang akan menjadi populasinya pelanggan pada Toko Berkah Makmur Kebumen. Dalam suatu penelitian, peneliti tidak perlu meneliti semua populasi karena akan memerlukan waktu, biaya dan tenaga besar. Menurut Sugiyono (2010) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili). Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah pelanggan Toko Berkah Makmur Kebumen dengan jumlah 100 pelanggan.

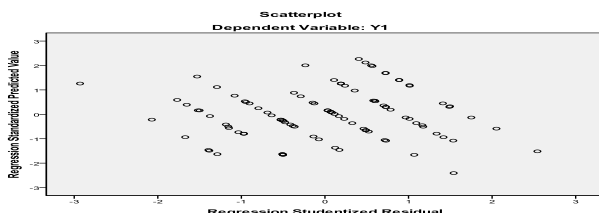
Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan kuesioner. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan alat *SPSS 23 for windows* dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk mengukur tingkat kevalidan atau kesahihan instrumen dan untuk mengukur tingkat kehandalan kuesioner. Uji Asumsi Klasik menggunakan Multikolinieritas, Heteroskedastisitas dan Uji Normalitas. Analisis Regresi Linier Berganda, dan Uji Hipotesis dengan menggunakan Uji Parsial (Uji t), Uji Simultan (Uji F) dan Uji Koefisien Determinasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden pada penelitian ini berjumlah 100 pelanggan dengan persentase dari 100 pelanggan yang dijadikan sampel 45 orang atau 45% adalah laki-laki dan 55 orang atau sebanyak 55% adalah perempuan. Hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen penelitian menghasilkan hasil dimana seluruh instrumen yang digunakan untuk penelitian telah terbukti valid dan reliabel. Sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini. Hasil Uji Multikolinieritas dalam penelitian ini tidak terjadi korelasi di antar variabel independen, sehingga model regresi dalam penelitian ini dapat digunakan. Hasil Uji Heteroskedastisitas dalam penelitian ini dapat dilihat dari gambar dibawah:

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Gambar IV-1



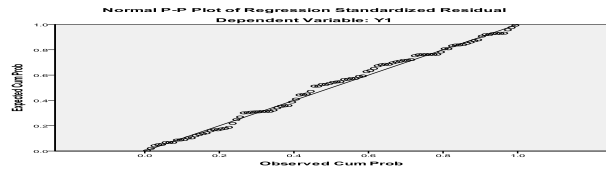
Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan gambar IV-1 dapat disimpulkan bahwa hasil uji heteroskedastisitas yang dilakukan tidak menunjukkan pola tertentu dan semua titik menyebar diantara 0.

Hasil Uji Normalitas yang disajikan dalam bentuk gambar dapat dilihat sebagai berikut:

### Hasil Uji Normalitas

Gambar IV-2



Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan gambar IV-2 di atas, terlihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Berdasarkan hasil dari perhitungan dengan menggunakan bantuan program SPSS maka diketahui hasil uji t regresi linier berganda adalah sebagai berikut :  $Y = 0,450 + 0,210 X_1 + 0,104 X_2 + 0,189 X_3 + \epsilon_1$

1. Konstanta (a) = 0,450  
Artinya apabila variabel harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk dianggap konstan maka loyalitas pelanggan sebesar 0,450.
2. Variabel independen
  - a.  $b_1 = 0,210$   
Koefisien regresi untuk variabel harga ( $X_1$ ) sebesar 0,210, artinya jika harga meningkat satu satuan, maka loyalitas pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,210 satuan.
  - b.  $b_2 = 0,104$   
Koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) sebesar 0,104, artinya jika kualitas pelayanan meningkat satu satuan, maka loyalitas pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,104 satuan
  - c.  $b_3 = 0,189$   
Koefisien regresi untuk variabel kualitas produk ( $X_3$ ) sebesar 0,189, artinya jika kualitas produk meningkat satu satuan, maka loyalitas pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,189 satuan

### Uji Hipotesis

- a. Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan  
Berdasarkan analisis untuk variabel harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, karena nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,787 > t_{tabel}$  sebesar 1,985 dengan tingkat signifikansi 0,006 jauh dibawah batas penerimaan 0,05 maka Hipotesis 1 dapat diterima. Hal ini berarti semakin baik harga pada Toko Berkah Makmur Kebumen maka semakin baik juga loyalitas pelanggan, artinya bahwa peran harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
- b. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan  
Berdasarkan analisis untuk variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, karena nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,425 > t_{tabel}$  sebesar 1,985 dengan tingkat signifikansi 0,017 jauh

dibawah batas penerimaan 0,05 maka Hipotesis 2 dapat diterima. Hal ini berarti semakin baiknya kualitas pelayanan dalam pada toko Berkah Makmur Kebumen, maka semakin baik juga loyalitas pelanggan, artinya bahwa peran kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

c. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan analisis untuk variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, karena nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,586 >  $t_{tabel}$  sebesar 1,985. dengan tingkat signifikansi 0,011 jauh dibawah batas penerimaan 0,05 maka Hipotesis 3 dapat diterima Hal ini berarti semakin baik kualitas produk pada Toko Berkah Makmur Kebumen, maka semakin baik juga tingkat loyalitas pelanggan, artinya bahwa peran kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

d. Berdasarkan analisis diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 10,144 dengan tingkat signifikansi 0.000, karena probabilitas 0.000 jauh lebih kecil dari 0,05, maka bisa dikatakan bahwa variabel harga ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), dan kualitas produk ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Berkah Makmur Kebumen (Y) secara simultan, maka hipotesis 4 dapat diterima.

Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi Adjusted R Square diperoleh 0,217 artinya 21,7% loyalitas pelanggan di pengaruhi oleh variabel harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk, sedangkan sisanya 78,3% (100%-21,7%) disebabkan oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

**PENUTUP**

**Simpulan**

Penelitian ini menguji pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Adapun yang menjadi subyek dalam penelitian ini adalah pelanggan Toko Berkah Makmur Kebumen. Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda dan pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan beberapa hal dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Berkah Makmur Kebumen. Artinya peran harga dalam penelitian ini sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Berkah Makmur Kebumen, dengan dibuktikannya hasil diatas, bahwa harga yang baik akan berdampak terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Berkah Makmur Kebumen, begitu juga sebaliknya harga yang kurang baik akan

berakibat pada penurunan tingkat loyalitas pelanggan pada Toko Berkah Makmur Kebumen.

2. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Berkah Makmur Kebumen. Artinya peran kualitas pelayanan dalam penelitian ini sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Berkah Makmur Kebumen, dengan dibuktikannya hasil diatas, bahwa kualitas pelayanan yang baik akan berdampak terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Berkah Makmur Kebumen, begitu juga sebaliknya kualitas pelayanan yang kurang baik akan berakibat pada penurunan tingkat loyalitas pelanggan pada Toko Berkah Makmur Kebumen.
3. Kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Berkah Makmur Kebumen. Artinya peran kualitas produk dalam penelitian ini sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Berkah Makmur Kebumen, dengan dibuktikannya hasil diatas, bahwa kualitas produk yang baik akan berdampak terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Berkah Makmur Kebumen, begitu juga sebaliknya kualitas produk yang kurang baik akan berakibat pada penurunan tingkat loyalitas pelanggan pada Toko Berkah Makmur Kebumen.
4. Harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Berkah Makmur Kebumen. Artinya peran ketiga variabel tersebut dalam penelitian ini sangat penting untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada Toko Berkah Makmur Kebumen.
5. Berdasarkan hasil analisis variabel harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Berkah Makmur Kebumen. Variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap loyalitas pelanggan pada penelitian ini yaitu variabel harga, variabel yang berpengaruh kedua yaitu kualitas produk dan variabel yang berpengaruh paling kecil yaitu kualitas pelayanan.

**Saran**

Saran untuk peneliti – peneliti berikutnya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Toko Berkah Makmur Kebumen, apabila penelitian ini dilakukan kembali pada objek yang berbeda kemungkinan hasil dalam penelitian ini akan berbeda.
2. Penelitian ini dilakukan pada produk yang ada di Toko Berkah Makmur Kebumen.
3. Penelitian terbatas pada variabel harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.

**DAFTAR PUSTAKA**

Bilson Simamora. 2004. *Riset Pemasaran: Falsafah, Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Gramedia.

- Ghozali, Imam. 2009. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: UNDIP.
- Gunawan, Sudarmanto. 2005. *Analisis Regresi Linear Ganda dengan SPSS*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hadi, Syamsul. 2009. *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Akuntansi dan Keuangan*, cet. ke-2. Yogyakarta: Ekonisia.
- Hadi, Sutrisno. 2004. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Husein Umar. 2003 : 141. Rumus Slovin
- Kandida Indah Sola, 2017. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan. Diambil Tahun 2020 dari Jurnal Universitas Sanata Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 1988. *Manajemen pemasaran: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Edisi 6. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: Indeks.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua, Jakarta: Salemba Empat.
- Nasution, M. N. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Riska Asnawi, 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan. Diambil Tahun 2020 dari Jurnal Administrasi Bisnis Vol.9 No.3 Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Saryanto, 2017. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan. Diambil Tahun 2020 dari Skripsi Panca Setia
- Setiadi, Nugroho. J. 2010. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana.
- Sri Wahyuni, 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan. Diambil Tahun 2020 dari Skripsi PGRI Sumatra Barat Padang.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Cetakan ke- 11. Bandung: Alfabeta.
- Tengku Putri Lindung Bulan, 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan. Diambil Tahun 2020 dari Jurnal Manajemen dan Keuangan Vol.5, No.2. Fakultas Ekonomi Universitas Samudra.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Bayu Media Publishing.
- Wicaksana, 2017. Analisis Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan. Diambil Tahun 2020 dari Skripsi Panca Setia.