

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada Konsumen Warung Kopi Bu Yuni, Gondang Mojokerto)

Aditya Alam Pradana¹, Hartono², Rini Armin³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Majapahit

Email : adityaalampradana86@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Warung Kopi Bu Yuni, Gondang Mojokerto). Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan bisnis pada era ini yang telah banyak ditemui di berbagai daerah. Hal tersebut yang memacu suatu perusahaan berlomba-lomba menawarkan kualitas pelayanan yang beragam, mulai dari pelayanan, harga, tempat, sampai dengan hal - hal yang menarik lainnya. Tujuan yang mendasar tentang dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel kualitas pelayanan dan harga dalam mempengaruhi loyalitas konsumen yang datang. Populasi dalam penelitian ini adalah setiap konsumen yang ditemui mahasiswa pada saat melakukan penelitian ditempat yang telah ditetapkan sebelumnya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang mempengaruhi terhadap loyalitas pelanggan, yang mana juga akan mempengaruhi besarnya pemasukan pada tempat tersebut. Kualitas pelayanan juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan akan berpengaruh pada keloyalan pelanggan yang datang.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, dan Loyalitas Konsumen.

Abstract

This research is entitled The Effect of Service Quality and Price on Cunsomer Loyalty (case study on Mrs. Yuni's coffee shop, Gondang Mojokerto). This research is motivated by the development of business in this era which has been found in many regions. This is what spurs a company to compete to offer a variety of quality services, ranging from service, price, place, to other interesting things. The fundamental purpose of this research is to find out how much influence the service quality and price variables have in influencing customer loyalty. The population in this study is every consumer met by students when conducting research in a predetermined place. This study uses a quantitative descriptive method. The results of this study are the quality of service that affects customer loyalty, which will also affect the amount of income at the place. Service quality also has a significant effect on customer satisfaction and customer satisfaction will affect the loyalty of customers who come.

Keywords: Service Quality, Price, and Consumer Loyalty

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Diera global, kemajuan bisnis berkembang dengan cepat, contohnya adalah usaha kuliner. Munculnya pesaing baru yang berakibat persaingan yang dilakukan semakin ketat, dalam menghadapi masalah seperti itu pengusaha dituntut untuk berpikir tangap dan cepat dalam menentukan sebuah keputusan. Pelaku sebuah usaha dituntut harus memiliki pemikiran yang kreatif agar tidak kalah dengan pesaingnya dan dapat mempertahankan usaha yang dijalani. Dalam persaingan pelaku usaha harus mampu memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar dapat memenangkan persaingan.

Dengan pemahaman keinginan dan kebutuhan konsumen, maka pelanggan dapat memberi respon yang baik serta memberikan masukan. Masukan dari konsumen sangat penting untuk

pemilik usaha karena dengan adanya komentar dari konsumen, produsen dengan mudah mengetahui kelemahan dan kekurangan yang ada di dalam perusahaannya entah itu tentang masakan ataupun masalah yang lainnya. Hal tersebut juga akan menjadi awal untuk merancang strategi baru untuk menciptakan rasa puas bagi konsumen dan mampu bersaing dilapangan. Perhatian terhadap kebutuhan dan kepuasan terhadap pelayanan adalah kunci utama guna mencapai keberhasilan sebuah bisnis di tengah persaingan yang lebih sulit.

Dengan cara ini, pengusaha perlu memberikan kesan yang baik kepada pelanggan, misalnya memberikan perasaan puas melalui kinerja yang sesuai dengan sifat barang yang tawarkan. Dalam dunia usaha kualitas pelayanan adalah salah satu strategi guna menarik minat konsumen baru, pertahankan konsumen baru yang sudah menjadi pelanggan, jauhkan dari pertukaran pelanggan dan dapatkan keuntungan individu. Bisnis yang berfokus pada kualitas pelayanan yang baik akan mempengaruhi minat pembeli dan bisa menjadi awal terciptanya rasa percaya diantara pemilik dan konsumen. Kualitas pelayanan adalah pekerjaan untuk mendapatkan kepercayaan dari klien, dan agar pelanggan nyaman dengan pelayanan yang disediakan dan mempunyai nilai tambah dari yang diinginkan.

Dengan diberikannya pelayanan yang sesuai kepada konsumen, implikasinya konsumen pasti merasakan kepuasan yang tinggi. Selain kualitas pelayanan, ada beberapa petunjuk lain yang menjadi variabel yang mempengaruhi loyalitas konsumen. Reaksi pelanggan biasanya dipengaruhi oleh bantuan yang diberikan dan biaya yang ditawarkan, dari kedua faktor tersebut yang nantinya akan memunculkan respon pelanggan. Respon pelanggan biasanya dilihat dari kepuasan konsumen, kepuasan konsumen merupakan salah satu tingkatan dimana kebutuhan, harapan, dan keinginan dari konsumen yang terpenuhi dan memiliki dampak baik bagi kedua belah pihak.

Keuntungan konsumen adalah dapat terpenuhi dari segi kepuasan terhadap produk yang dibelinya, jika terpenuhi keinginan dari konsumen pasti konsumen menjadi semakin percaya pada pelayanan dan harga yang diharapkan. Sebuah usaha pasti mempunyai strategi yang dilakukan dalam menjalankan memasarkan sebuah produk, strategi tersebut dimaksudkan guna konsumen yang berkunjung dapat menjadi loyal dan bertahan menjadi pelanggan tetap dan akan mendatangkan konsumen konsumen baru. Jika konsumen merasakan kepuasan, pasti akan melakukan kunjungan secara berulang dan hal tersebut dapat memacu konsumen baru untuk datang mencoba. Faktor yang mendasar lainnya adalah harga yang ditetapkan, harga adalah komponen yang mempengaruhi loyalitas konsumen, banyak organisasi gagal karena mereka menetapkan tolak ukur harga yang terlalu tinggi.

Dalam penetapan harga perusahaan juga harus mempertimbangkan perekonomian sekitar tempat usaha yang didirikan. Harga adalah salah satu pilihan yang umumnya dipertimbangkan pembeli, maka dari itu perusahaan juga harus melakukan pertimbangan terhadap harga yang akan ditetapkan. Misalkan pada tempat yang ditetapkan adalah wilayah yang kebanyakan berpenghasilan rendah, pada kasus ini produsen harus bisa melakukan pendekatan dan menyesuaikan harga produk agar masyarakat di sekitar tempat usaha tersebut dapat tertarik dan mulai membeli barang yang disediakan. Respon konsumen pada produk yang disediakan sangatlah penting dalam menjalankan usaha, semakin baik respon konsumen kepada produsen semakin semakin tinggi pula pendapatan yang didapatkan.

Akan tetapi jika respon konsumen buruk terhadap produk yang ditawarkan akan berdampak buruk pula pada penjualan produk yang ditawarkan. Masalah tersebut juga berdampak pada pendapatan yang dihasilkan oleh perusahaan. Warung kopi Bu Yuni didirikan sejak 2012 merupakan sebuah usaha warung kopi yang dibangun didesa Gondang. Tempat tersebut

menyediakan makanan dan minuman khususnya kopi, patokan harga pada tempat ini tergolong sangat terjangkau. Di tempat tersebut juga menyediakan makanan yang bervariasi, ditempat ini konsumen bisa sekedar ngopi maupun makan.

Lokasi yang disediakan luas dan nyaman membuat konsumen yang datang merasa betah. Mengingat fondasi yang diungkapkan sebelumnya, maka pada penelitian yang ditulis peneliti menggunakan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN”**.

Rumusan Masalah

Berdasar klarifikasi mengenai landasan itu, maka rencana perumusan masalah didalam studi ini sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas konsumen?
- b. Apakah harga memengaruhi loyalitas konsumen?
- c. Apakah pelayanan dan harga mempengaruhi loyalitas konsumen?

Tujuan Penelitian

- a. Untuk memahami serta mengetahui pengaruh kualitas pelayanan kepada loyalitas pembeli diwarkop Bu Yuni,
- b. Memahami dampak harga pada ketergantungan pelanggan di warung kopi bu yuni,
- c. Mengetahui dampak kualitas pelayanan dan harga pada ketergantungan pembelian di warung kopi bu yuni secara simultan.

Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Teoritis
Riset ini bisa dimanfaatkan untuk perbandingan penelitian mendatang.
- b. Manfaat Praktis
Penelitian yang dilakukan dapat dimanfaatkan untuk masukan kepada pengusaha terkait.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut Adam (2015:13) menyebutkan bahwa “Kualitas pelayanan adalah penilaian konsumen terhadap sifat pemberian yang dimulai dari proses dan hasil penyampaian yang diberikan apakah sesuai dengan asumsi pembeli, dalam memutuskan pelayanan yang didapat telah terpenuhi dengan tepat, pada akhirnya akan dikembalikan kepada pelanggan karena perspektif pembeli akan berubah bergantung pada keinginan pelanggan”.

Indikator Kualitas Pelayanan

Sebagaimana ditunjukkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2016), sebagai berikut :

- a. Bukti Fisik
- b. Perhatian
- c. Keandalan
- d. Daya Tanggap
- e. Jaminan

Harga

Menurut Tjiptono (2008:151) harga adalah “satuan moneter atau ukuran yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa”.

Indikator Harga

Indikator harga seperti yang diungkapkan oleh Kotler dan Armstrong (2012:318) yaitu:

- a. Keterjangkauan Harga
- b. Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk
- c. Kesesuaian Harga Dengan Manfaat
- d. Harga Sesuai Kemampuan Atau Daya Saing Harga

Loyalitas Konsumen

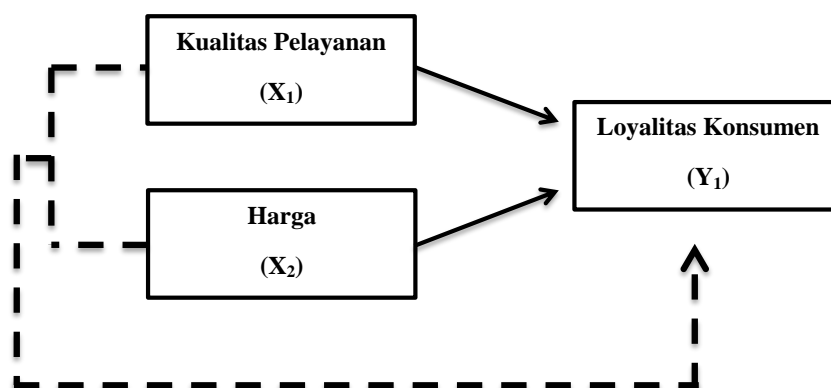
Menurut Griffin (2005:176), “pelanggan yang memiliki ciri-ciri antara lain melakukan pembelian secara berulang-ulang pada badan usaha yang sama secara teratur, membeli produk dan jasa yang ditawarkan oleh badan usaha yang sama, memberitahukan kepada orang lain tentang kepuasankepuasan yang didapat dari badan usaha, dan menunjukkan kekebalan terhadap tawaran-tawaran dari badan usaha pesaing”.

Indikator Loyalitas Konsumen

Indikator loyalitas konsumen ada 4, Griffin (2015:31-35) yaitu :

- a. Pembelian Ulang Secara Teratur
- b. Melakukan Pembelian Diluar Lini Produk/Jasa
- c. Merekomendasikan Produk
- d. Menunjukkan Kekebalan Dari Daya Tarik Produk Pesaing

Kerangka Konseptual



Hipotesis

- H1 : Kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas konsumen
H2 : Harga mempengaruhi loyalitas konsumen
H3 : Kualitas pelayanan dan harga mempengaruhi loyalitas konsumen

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Metode yang dipakai pada riset ini merupakan kuantitatif serta jenis pemeriksaan yang dipakai adalah *Field Research*, riset yang dikerjakan pada tempat pemeriksaan dan tempat yang telah dipilih akan diperiksa gejala objektif yang sebenarnya. Riset ini menjelaskan pengaruh pelayanan dan harga kepada loyalitas konsumen.

Variabel penelitian

Tabel 1. Variabel penelitian

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan penjual guna memberikan kesan yang baik bagi konsumen	1. Berwujud 2. Empati 3. Keandalan 4. Daya Tanggap 5. Jaminan/kesanggupan	Interval
2	Harga (X2)	Harga adalah ketetapan jumlah moneter untuk ditukarkan yang telah ditetapkan oleh pemilik usaha	1. Harga terjangkau, 2. Harga sesuai kualitas 3. Harga sesuai manfaat 4. daya saing harga	Interval
3	Loyalitas konsumen (Y)	Loyalitas konsumen adalah tindakan atau rasa percaya dari konsumen kepada pemilik usaha atau produk yang digemari	1. Pembelian ulang 2. Kepercayaan 3. Daya tahan 4. rekomendasi	Interval

Data penelitian

Pada riset ini menentukan jumlah responden memakai perhitungan rumus *Issac dan Michael*, dikarenakan populasi tidak dapat diketahui maka akan digunakan hasil dari tabel pada buku Sugiyono (2015:161), penentuan responden yang akan digunakan adalah opsi populasi tidak terhingga dengan hasil perhitungan 349 responden dan akan dibulatkan menjadi 350 responden. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data dan responden adalah konsumen yang datang ke warkop Bu Yuni. teknik analisa data yang dipakai adalah uji validitas, reabilitas, asumsi klasik, serta metode pengujian hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Pelaksanaan pengumpulan informasi pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penyebaran angket/kuesioner di warung kopi Bu Yuni. Data yang terkumpul sebanyak 350 lembar angket yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan didalam penelitian.

Tabel 2. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden		Jumlah	Dalam Porsen (%)
Kelamin	Laki-laki	237	67,7
	Perempuan	113	32,3
Pekerjaan	Pelajar	110	31,4
	Bekerja	206	58,9
	Lain-lain	34	9,7

Sumber: Hasil Penelitian

Uji Validitas

Sugiyono (2015:430) “Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan”.

Tabel 3. Uji Validitas

No	Variabel	Item	r-hitung (<i>item correlation</i>)	r-tabel	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X1)	1	0.511	0,105	Valid
		2	0.516	0,105	
		3	0.523	0,105	
		4	0.510	0,105	
		5	0.552	0,105	
		6	0.608	0,105	
		7	0.675	0,105	
		8	0.730	0,105	
		9	0.698	0,105	
		10	0.700	0,105	
		11	0.615	0,105	
		12	0.623	0,105	
		13	0.557	0,105	
		14	0.548	0,105	
		15	0.529	0,105	
2	Harga (X2)	1	0.638	0,105	Valid
		2	0.623	0,105	
		3	0.653	0,105	
		4	0.637	0,105	
		5	0.327	0,105	
		6	0.668	0,105	
		7	0.625	0,105	
		8	0.542	0,105	
3	Loyalitas (Y)	1	0.527	0,105	Valid
		2	0.526	0,105	
		3	0.560	0,105	
		4	0.634	0,105	
		5	0.724	0,105	
		6	0.713	0,105	
		7	0.556	0,105	
		8	0.402	0,105	
		9	0.344	0,105	
		10	0.325	0,105	

Sumber: Hasil Penelitian

Pada uji diatas data yang digunakan valid/data yang disediakan dapat dipergunakan dalam penelitian.

Uji Reabilitas

Ghozali (2013) mengungkapkan “pengujian dilakukan untuk suatu kuisisioner yang diukur”

Tabel 4. Uji Reabilitas

No	Variable	Jumlah Item Pernyataan	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X1)	15	0.869	Reliabel
2	Harga (X2)	8	0.724	
3	Loyalitas (Y)	10	0.724	

Sumber: Hasil Penelitian

Pada jbaran diatas menunjukkan koefisiensinya yang tidak lebih kecil dari 0,6, maka instrumen dinyatakan reliabel untuk dipakai.

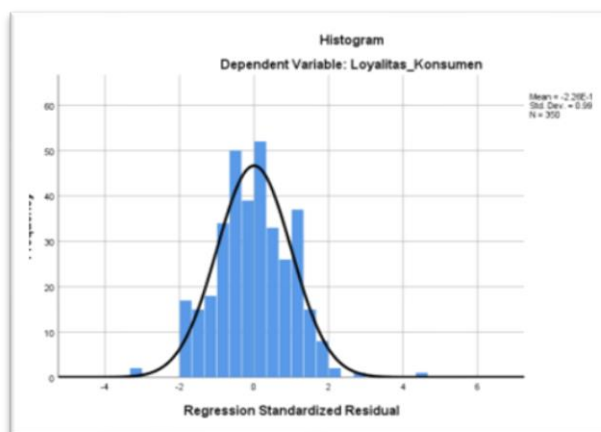
A. Uji Normalitas

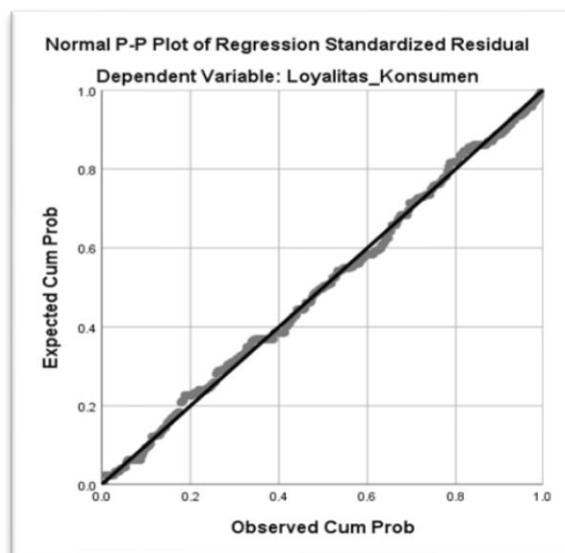
Ghozali (2018:163) “Uji normalitas merupakan penelitian yang memiliki manfaat untuk mengetahui dalam model dari regresi variabel pengganggu atau residual yang akan memiliki distribusi normal”. Pada uji ini memiliki dua jenis yaitu uji Grafik dan uji statistic.

Tabel 5. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		350
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.17283362
Most Extreme Differences	Absolute	.040
	Positive	.033
	Negative	-.040
Test Statistic		.040
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Hasil Penelitian





Uji diatas dapat disimpulkan seluruh uji yang dilaksanakan memenuhi kriteria yang dibutuhkan. Pada gambar histogram terlihat garis membentuk lonceng yang tidak terlalu gemuk ataupun kurus dengan $std\ dev. = 997$, pada uji p-plot titik-titiknya mengikuti garis diagonal, dan pada uji kolmogorof-Smirnov memiliki distribusi normal karena 0,2 tidak lebih kecil dari 0,05.

Uji Multikolonieritas

Ghozali (2018:108) “Uji Multikolonieritas dapat menguji model regresi dalam kolerasi antar variabel independen, untuk model regresi yang baik tidak akan terbentuk terjadinya kolerasi antara variabel independen”.

Tabel 6. Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas_Pelayanan	.822	1.216
	Harga	.822	1.216

Sumber: Hasil Penelitian

Dari hasil eksperimen atau tabel tersebut, sangat mungkin beralasan bahwa informasi yang digunakan tidak terjadi multikolonieritas karena hasil yang didapat adalah 1,216.

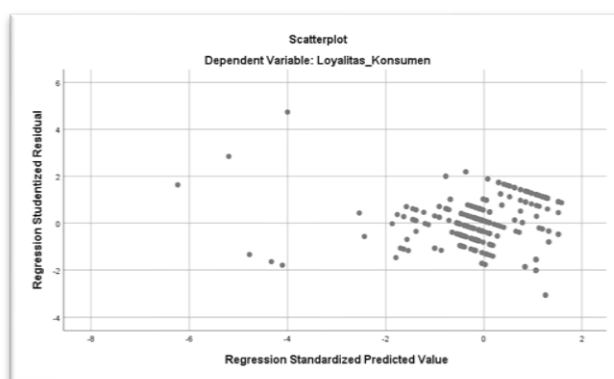
Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan guna menguji apakah di dalam model regresi ada perbedaan yang tersisa yang dimulai dengan satu pemikiran kemudian ke pemikiran selanjutnya. Mengharapkan bahwa variasi dari yang lain dengan satu pemikiran kemudian ke wawasan berikutnya masih maka disebut homokedastisitas dengan asumsi berbeda itu disebut heteroskedastisitas.

Tabel 7. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	13.424	.000
	Kualitas_Pelayana	12.056	.000
	Harga	-1.841	.066

Sumber : Hasil Penelitian



Pada hasil diatas dapat dijelaskan bahwa data yang digunakan terdapat gejala heteroskedastisitas. Karena sebab tersebut peneliti juga menggunakan model uji scatterplot, pada uji tersebut data dianggap lolos hal tersebut disebabkan karena titik menyebar diatas serta dibawah angka 0 pada sumbu Y.

Uji R²

Koefisien determinasi (R²) adalah suatu alat guna mengukur sejauh mana batas model regresi guna mengetahui variasi independen.

Tabel 8. Uji R²

Model Summary ^b	
Model	R Square
1	.313

Sumber: Hasil Penelitian

Pada uji diatas dapat diartikan bahwa komitmen kualitas pelayana dan harga terhadap loyalitas konsumen adalah 31%, serta sisanya 69% yang dianggap sebagai penanda lain yang berpengaruh pada loyalitas pembeli yang tak dianalisis pada riset ini.

Uji t

Uji-t dipakai untuk menentukan dampak dari tiap faktor bebas kepada variable independen, guna mengetahui seberapa tinggi pengaruh variabel dependen terhadap independen yang akan diuji pada tingkat signifikansi = 0,05.

Tabel 9. Uji t

Coefficients ^a			
Model		T	Sig.
1	(Constant)	13.424	.000
	Kualitas_Pelayanan	12.056	.000
	Harga	-1.841	.066

Sumber: Hasil Penelitian

Uji diatas didapati hasil kualitas pelayanan berpengaruh sedangkan harga tidak berpengaruh pada loyalitas konsumen.

Uji F

Uji F dipakai guna mengetahui dan menguji bagaimana pengaruh dua faktor bebas (X) secara bersamaan kepada faktor terikat (Y).

dapat dilihat pada F hitung diatas yang mendapatkan skor 79.068, sedangkan F tabelnya 3,02. Dapat disimpulkan bahwa Fhitung lebih besar dibandingkan Ftabel.

Tabel 10. Uji F

ANOVA ^a			
Model		F	Sig.
1	Regression	79.068	.000 ^b
	Residual		
	Total		

Sumber: Hasil Penelitian

Uji Linier Berganda

Ghozali (2013:99) “Tujuan analisa jalur untuk menjelaskan akibat langsung atau tak langsung dari variabel, untuk penyebab variabel, terhadap variabel lainnya yang merupakan variabel akibat”

Tabel 11. Uji Linier Berganda

Coefficients ^a			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	20.767	1.547
	Kualitas_Pelayanan	.328	.027
	Harga	-.096	.052

Sumber: Hasil Penelitian

Dapat disimpulkan jika variabel X1 mempengaruhi variabel Y, variabel tersebut akan bertambah nilainya dan jika X2 yang mempengaruhi variabel Y dampaknya akan menurunkan nilai variabel Y. dan jika variable X1 dan X2 bersama-sama mempengaruhi variable Y akan berlaku penjumlahan nilai variabel X1 dan X2 yang mendapatkan nilai X, $(X1 + X2 = X)$ $(.328 + (-.096) = X)$ $(.232 = X)$. Maka jika variabel X1 dan X2 mempengaruhi variabel Y, akan terjadi penambahan nilai pada variabel Y sebesar 232.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian, peneliti menyimpulkan bahwasannya kualitas pelayanan di tempat tersebut dianggap bagus, dan penetapan harga yang tepat karena mengikuti kemampuan daerah sekitarnya yang merupakan tujuan utama pembeli. Hasil akhir riset ini didapati bahwa pelayanan berpengaruh pada loyalitas konsumen, dan harga tidak mempengaruhi loyalitas pembeli. Argumentasi itu diperkuat dengan hasil-hasil perhitungan pada bab 4 yang menjadi tolak ukur penelitian ini, yang mana pada hasil uji terdapat kesimpulan :

- a. Kualitas pelayanan dan harga pada saat bersamaan berpengaruh kepada loyalitas konsumen.
- b. Kualitas pelayanan sampai batas tertentu mempengaruhi loyalitas pembeli dan variabel harga tidak mempengaruhi loyalitas pembeli

Daftar Pustaka

Hidayat,S.,Jaliludin,S.,&(2021). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (Studi Kasus Pada Blue Bird di Kota Bandung)*. Vol. 13 No. 1

Nuraeni.(2021). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KUPUASAN PELAGGAN DALAM MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI ONLINE GRAB (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi S1 Manajemen 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang)*. Vol. 8 No. 1

Nasution, M. (2019). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK ALAT KESEHATAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT. DYZA SEJAHTERA MEDAN*.

Munif, A., Widarko, A., & Basalamah, M. (2021). *pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan (studi pada konsumen lapangan 916 futsal)*. Vol. 10 No.11

Rosalia, I., Lestariningsih, M., & (2021). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA GLOBAL ART SAN DIEGO SURABAYA*. Vol. 10 No.3

Adrian Mawardi, M., & Gilang Saraswati, t. (2019). *PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN SEPATU MEREK VANS DI KOTA BANDUNG*. 6062-6070

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Manajemen*. ALFABETA