

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA USAHA TOKO BAHAN BANGUNAN MENTARI DI DESA SEA KECAMATAN PINELENG KABUPATEN MINAHASA**

*THE EFFECT OF SERVICE ON CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE AT MENTARI'S STORE BUSINESS IN SEA VILLAGE, PINELENG DISTRICT, MINAHASA REGENCY*

Oleh :  
**Veronika Masili<sup>1</sup>**  
**Bode Lumanauw<sup>2</sup>**  
**Maria V.J. Tielung<sup>3</sup>**

<sup>123</sup>Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Sam Ratulangi  
Manado

E-mail :

<sup>1</sup>[veronikamasili062@student.unsrat.ac.id](mailto:veronikamasili062@student.unsrat.ac.id)

<sup>2</sup>[bodelumanauw@unsrat.ac.id](mailto:bodelumanauw@unsrat.ac.id)

<sup>3</sup>[mariatielung@unsrat.ac.id](mailto:mariatielung@unsrat.ac.id)

**Abstrak :** Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan kuesioner (angket), untuk sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (path analysis) dengan bantuan program SPSS versi 25. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas digunakan untuk menguji keandalan kuesioner. Hasil penelitian parsial menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sebaiknya lebih ditingkatkan kualitas layanan agar lebih meningkatkan ataupun mempertahankan kepuasan serta loyalitas pelanggan kedepannya.

**Kata kunci :** kualitas layanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

**Abstract :** The purpose of this study is to analyze the effect of service quality and customer satisfaction on customer loyalty. The method used in this study is a quantitative research method. The data collection technique used in this study was based on a questionnaire (questionnaire), for the sample used in this study amounted to 100 respondents. The data analysis technique used in this research is path analysis with the help of SPSS version 25 program. Validity Test and Reliability Test are used to test the reliability of the questionnaire. Partial research results show that service quality and customer satisfaction have a positive and significant effect on customer loyalty, it is better to improve the quality of service in order to further improve or maintain customer satisfaction and loyalty in the future.

**Keywords :** service quality, customer satisfaction, customer loyalty

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Bisnis bahan bangunan juga memiliki prospek pasar yang cukup besar. Karena selama masih ada pembangunan rumah, kantor, sekolah, hotel serta gedung lainnya. Bahan bangunan seperti semen, pasir, cat, keramik dan kayu akan terus dibutuhkan. Banyak bahan alami, seperti tanah liat, pasir, kayu dan batu, bahkan ranting dan daun telah digunakan untuk membangun bangunan. Selain dari bahan alami, produk buatan banyak digunakan, dan beberapa lagi kurang sintetis. Industri pembuatan bahan bangunan didirikan di banyak negara dan

penggunaan bahan - bahan tersebut biasanya dibagi ke dalam perdagangan khusus tertentu, seperti pertukangan, pipa, atap dan pekerjaan isolasi. Acuan ini berhubungan dengan tempat tinggal manusia dan struktur termasuk rumah Dalam pelaksanaan pembangunan baik itu rumah, gedung maupun bangunan struktur lainnya kita membutuhkan material bangunan sebagai bahan untuk pelaksanaannya.

Untuk dapat membangun sebuah bangunan berkualitas maka diperlukan upaya khusus dalam memilih bahan bangunan yang bagus. Material bangunan adalah komponen penting yang ada dalam sebuah bangunan baik itu sebagai bahan utama konstruksi ataupun sebagai bahan penunjang konstruksi. Dengan kata lain keberadaan suatu bangunan sangat berkaitan erat dengan satu atau banyak jenis material bangunan. Bangunan biasanya dikonotasikan dengan rumah, gedung ataupun segala sarana dan prasarana dalam kehidupan manusia. Termasuk didalamnya adalah konstruksi maupun rancangannya. Di dalam perkembangannya bangunan terus berkembang sesuai dengan tingkat peradaban manusia dan kebudayaannya. Banyak sekali rumah-rumah penduduk yang menggunakan bahan bangunan berupa kayu sebagai bahan konstruksi, dimulai dari rangka atap, kolom, balok, kuda-kuda, dan lain sebagainya. Kayu yang ekonomis dan mudah didapatkan menjadi salah satu alternatif untuk menjadi bahan bangunan.

**Tabel 1. Data Penjualan**

Bulan/Tahun	Total Penjualan TB Mentari
Januari 2021	Rp. 10.356.000
Februari 2021	Rp. 11.550.000
Maret 2021	Rp. 9.420.500
April 2021	Rp. 10.670.000
Mei 2021	Rp. 9.450.500
Juni 2021	Rp. 11.555.500
Juli 2021	Rp. 10.890.000
Agustus 2021	Rp. 11.900.500
September 2021	Rp. 10.202.500
Oktober 2021	Rp. 10.430.500
November 2021	Rp. 11.090.000
Desember 2021	Rp. 11.500.500

(Sumber : Toko Bahan Bangunan Mentari, 2021)

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa terjadi kenaikan pendapatan di beberapa bulan yang berbeda pada Toko Mentari selama bulan Februari, Juni, Agustus, Oktober dan Desember 2021. Hal ini menarik untuk diteliti apa yang menyebabkan kenaikan jumlah pendapatan di Toko Mentari, Peneliti hanya mengambil sampel di bulan Desember 2021 karena hasil penjualannya rata-rata sama setiap bulannya. Kenaikan pendapatan pelanggan tidak lepas dari kualitas layanan yang ada di Toko Mentari di mana, peningkatan tersebut juga berdampak pada Persaingan dunia bisnis toko Material. Peningkatan tersebut terjadi dikarenakan kualitas yang diberikan Toko Mentari sesuai dengan yang diharapkan sehingga pelanggan menjadi loyal melalui kepuasan yang ada. Pentingnya kepuasan pelanggan pada usaha bahan bangunan Mentari, dimana dengan adanya kualitas layanan yang baik dalam suatu usaha, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya.

Selain Kualitas Layanan yang dirasa penting untuk diperhatikan dalam persaingan kepuasan pelanggan juga dibutuhkan oleh Toko Mentari. Menurut Park dalam (Irawan 2021:54), mengungkapkan kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi.

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah usaha, mempertahankan pelanggan berarti meningkatkan kelangsungan hidup usaha. Loyalitas pelanggan adalah hal penting yang harus dijaga oleh perusahaan demi keberlangsungan perusahaan serta dapat meningkatkan hubungan yang baik antara perusahaan penyedia jasa dengan para pelanggannya.

### Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha Bahan Bangunan Mentari
2. Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada usaha Bahan Bangunan Mentari
3. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada usaha Bahan Bangunan Mentari

### TINJAUAN PUSTAKA

## Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler yang dikutip (Tjiptono, 2019) manajemen pemasaran adalah “kegiatan sosial dan manajerial pada setiap individu dan kelompok dalam kebutuhan dan keinginannya dapat melalui pertukaran produk, penciptaan dan nilai satu sama lain”.

### Kualitas Layanan

Menurut Abdullah dan Tantri (2019) kualitas layanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat.

Adapun Indikator kualitas pelayanan menurut (Tjiptono 2019) adalah :

1. Keandalan (reliability), kemampuan untuk memberikan pelayanan yang akurat sesuai dengan janji dan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu pentingnya dimensi ini adalah karena kepuasan konsumen akan menurun jika jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan.
2. Daya tanggap (Responsiveness), Responsiveness adalah kesediaan membantu pelanggan dan menyediakan pelayanan sesuai dan merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk melakukan pelayanan dengan cepat dan tanggap.
3. Jaminan (assurance), Assurance atau jaminan adalah pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pelanggan dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan.
4. Empati (emphaty), Emphaty merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen.
5. Bukti fisik (tangible), Tangibles merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen.

### Kepuasan Pelanggan

Menurut Lewis & Booms Tjiptono dan Chandra, dalam (jaka atmaja 2018:50) kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Indrasari (2019:92) adalah:

1. Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.
2. Minat berkunjung kembali, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan.
3. Kesediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman, dan lainnya.

### Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan adalah kecenderungan pelanggan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan tingkat konsistensi yang tinggi.

Menurut Jeremia dan Djurwati (2019:833) loyalitas pelanggan merupakan sebuah hasil yang didapat dari kepuasan pelanggan akan sebuah produk barang atau jasa, loyalitas ini memberikan dampak positif bagi perusahaan seperti pelanggan yang loyal melakukan pembelian yang berulang-ulang pada produk perusahaan.

### Penelitian Terdahulu

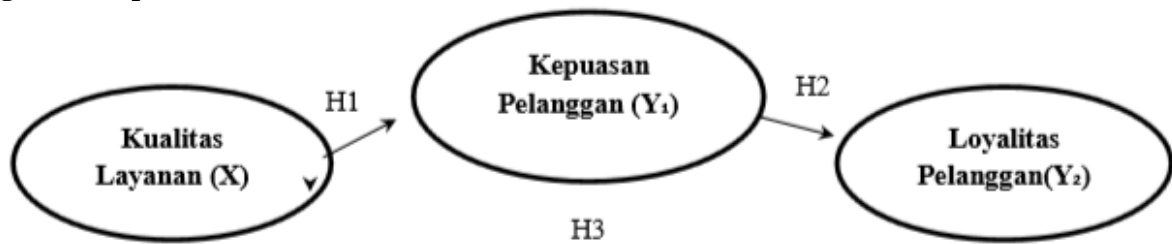
Penelitian Elinawati Susi Mentari, Sinurat Bode Lumanauw dan Ferdy Roring (2017) Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Suzuki Ertiga”. Hasil penelitian Variabel inovasi produk, variabel kualitas pelayanan dan variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan mobil Suzuki Ertiga di Manado

M.R.Alfin (2017) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Store Atmosphere Pada Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelangga”. Hasil penelitian ini, Hasil pengujian menunjukkan bahwa Store atmosphere berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

E..C.Kusuma (2018) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Nilai yang diterima Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan : Kepuasan Pelanggan sebagai Mediator dan Gender sebagai

Moderator". Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai yang diterima pelanggan dan kualitas layanan memiliki efek positif dan signifikan terhadap loyalitas karyawan melalui kepuasan pelanggan.

### Kerangka Konseptual



**Gambar 1. Model Penelitian**

(sumber : kajian teori, 2022)

Keterangan :

H1 = Diduga adanya pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

H2 = Diduga adanya pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

H3 = Diduga adanya pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

## METODE PENELITIAN

### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian eksploratif. Menurut Sugiyono (2018:17) penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara sampling insidental.

### Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pelanggan yang datang ke Toko Mentari dengan tujuan membeli produk yang dijual di Toko Mentari. Populasi sasaran penelitian ini adalah pelanggan yang berbelanja di Toko Mentari dalam rentan waktu 1 bulan yaitu pada tanggal 10 Juni sampai dengan tanggal 10 Juli terdapat 136 pelanggan yang datang berbelanja di Toko Mentari. Untuk mengukur besaran sampel yang akan diteliti menggunakan tabel Isaac dan Michael 5%  $N = \infty$ . Selanjutnya dalam penelitian ini 100 sampel yang akan disebar dan diperoleh data dalam bentuk kuesioner di Toko Mentari. Untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini digunakan teknik sampling insidental.

### Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data observasi yaitu dengan cara mengadakan pengamatan secara langsung pada objek penelitian dengan pembagian kuesioner (angket). Menurut Sugiyono (2018:199) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada kuesioner untuk jawabannya.

### Metode Analisis

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas dan Reliabilitas kuesioner penelitian, dan Analisis Jalur.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

## Hasil Penelitian

## Hasil Validitas dan Reliabilitas

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas kuesioner penelitian yang dijadikan sebagai pedoman mengukur tingkat variabel-variabel dalam penelitian.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Penelitian Berdasarkan SPSS

Variabel	Item	Nilai r	Signifikan	Keterangan
Kualitas Layanan (X)	X.1	0,710	0.000	Valid
	X.2	0,794	0.000	Valid
	X.3	0,714	0.000	Valid
	X.4	0,801	0.000	Valid
	X.5	0,793	0.000	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y <sub>1</sub> )	Y1.1	0,885	0.000	Valid
	Y1.2	0,835	0.000	Valid
	Y1.3	0,863	0.000	Valid
Loyalitas Pelanggan (Y <sub>2</sub> )	Y2.1	0,917	0.000	Valid
	Y2.2	0,900	0.000	Valid
	Y2.3	0,875	0.000	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25, 2022

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Penelitian Berdasarkan SPSS

Variabel/Item	Nilai Alpha Cronbach	Keterangan
Kualitas Layanan (X)	0,833	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y <sub>1</sub> )	0,826	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y <sub>2</sub> )	0,879	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25, 2022

Dari hasil uji validitas dan reliabilitas nilai r hitung > 0,196 dan nilai alpha cronbach > 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dinyatakan valid dan reliabel dalam penelitian ini.

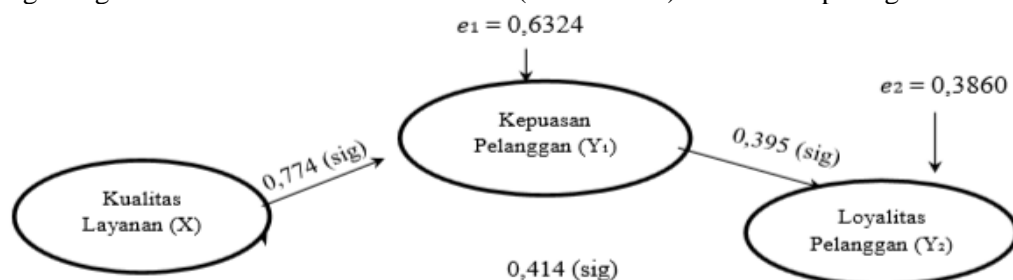
## Analisis Jalur

## Sub Struktur 1

Hasil penelitian menunjukkan Nilai signifikan yang diperoleh dari hubungan antara variabel X dengan Variabel Y<sub>1</sub> sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dan perbandingan t hitung =  $14,116 > t$  tabel =  $1,98397$ . Yang berarti variabel X yakni tarik pelanggan berpengaruh signifikan terhadap variabel Y<sub>1</sub>. Kemudian, diketahui nilai Beta pada *standardized coefficients* antara variabel X terhadap variabel Y<sub>1</sub> sebesar  $0,774$ . **diterima**

## Sub Struktur 2

hasil penelitian menunjukkan Nilai signifikan yang diperoleh dari hubungan antara variabel X dengan variabel Y<sub>2</sub> sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dan perbandingan t hitung =  $4,440 > t$  tabel =  $1,983$ , yang berarti variabel X yakni Kualitas Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap variabel Y<sub>2</sub> yakni Loyalitas Pelanggan. Kemudian diketahui Beta pada *standardized coefficients* antara variabel X dengan variabel Y<sub>2</sub> sebesar  $0,395$ . **Diterima**  
model empiris gabungan substruktur 1 dan substruktur 2 (model akhir) bisa dilihat pada gambar 2 berikut :



Gambar 2. Model Akhir Hasil Analisis Jalur

(sumber : Hasil Olah Data SPSS 25, 2022)

Pada gambar 2 menunjukkan hasil uji gabungan sub struktur 1 dan sub struktur 2 sebagai berikut :

#### **Pengaruh Langsung (direct effect)**

Pengaruh langsung Kualitas Layanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ) = 0,774, pengaruh langsung Kualitas Layanan (X), terhadap Loyalitas Pelanggan ( $Y_2$ ) = 0,414 dan pengaruh langsung Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ) terhadap Loyalitas Pelanggan ( $Y_2$ ) = 0,395.

#### **Pengaruh Tidak Langsung (indirect effect)**

Pengaruh tidak langsung Kualitas Layanan (X) terhadap Loyalitas Pelanggan ( $Y_2$ ) melalui Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ) =  $0,774 \times 0,414 = 0,320$ .

#### **Pengaruh Total (total effect)**

Pengaruh total Kualitas Layanan (X) terhadap Loyalitas Pelanggan ( $Y_2$ ) dan terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ) =  $0,774 + 0,414 + 0,395 = 1,583$ .

### **Pembahasan**

#### **Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan yang diperoleh hasil bahwa kualitas layanan yang diberikan pihak Toko Mentari mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dimana semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan oleh Toko Mentari, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggannya. H1 yang menyatakan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada toko mentari dan H0 diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu oleh Bambang dan Triyono Arief Wahyudi (2019) dalam penelitian yang berjudul Analisis pengaruh citra perusahaan dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan juga terdapat pengaruh signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

kualitas layanan adalah salah satu bentuk usaha dalam mengimbangi persaingan serta memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat. Selain Kualitas Layanan yang dirasa penting untuk diperhatikan dalam persaingan kepuasan pelanggan juga dibutuhkan oleh Toko Mentari.

#### **Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan yang diperoleh hasil bahwa kualitas layanan yang diberikan pihak Toko Mentari melalui kualitas layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. H2 yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada toko mentari dan H0 diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Marcellino Gerald Putra (2019) dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Relationship Marketing dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Djarar Putra. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel relationship marketing dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kualitas layanan yang diberikan Toko Mentari sesuai dengan yang diharapkan pelanggan dengan begitu pelanggan merasa puas dan loyalitas secara langsung akan timbul pada Toko Mentari. Pelanggan yang loyal pun akan selalu menggunakan produk atau jasa dari perusahaan tersebut dan enggan menggunakan produk dari perusahaan lain. Kualitas layanan yang baik akan sangat mempengaruhi loyalitas pelanggan, hal tersebut juga merupakan salah satu faktor yang menentukan atas berhasil atau tidaknya perusahaan tersebut menjual produknya tersebut dipasaran.

#### **Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan yang diperoleh hasil bahwa kepuasan pelanggan yang diberikan pihak Toko Mentari melalui kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. H3 yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada toko mentari dan H0 diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Bambang dan Triyono Arief Wahyudi (2019) dalam penelitian yang berjudul Analisis pengaruh citra perusahaan dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan juga terdapat pengaruh signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Dalam hal ini Toko Mentari telah berupaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan meningkatkan kualitas layanan yang ada. Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan karena

pelanggan yang loyal akan datang secara berulang untuk berbelanja. Penelitian ini membuktikan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
2. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan
3. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan

### Saran

1. Toko Mentari hendaknya mempertahankan kepuasan pelanggan dengan tetap memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen, agar dapat lebih setia terhadap Toko Mentari.
2. Toko Mentari diharapkan untuk pengembangan sistem informasi penjualan dan pembelian bahan-bahan bangunan harus diperbaiki desain tampilan lebih menarik lagi.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan agar terus mengembangkan penelitian ini. Penelitian ini hanya meneliti Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan. Oleh karena itu bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel yang belum diuji dalam penelitian ini, misalnya kualitas produk, promosi, dan sebagainya hendaknya juga memperluas objek penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. d. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Depok: Penerbit PT Raja Grafindo Persada.
- Alfin, M. R. (2017). Pengaruh store atmosphere pada kepuasan pelanggan yang berimplikasi pada loyalitas pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 1(2), 240-249.  
<http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=513963&val=10493&title=Pengaruh%20Store%20Atmosphere%20Pada%20Kepuasan%20Pelanggan%20Yang%20Berimplikasi%20Pada%20Loyalitas%20Pelanggan>. Diakses pada tanggal 5 april 2022
- Bambang, B. &. (2019). Analisis pengaruh citra perusahaan dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 2(1), 61-70.  
<http://ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/JMSAB/article/view/49>. Diakses pada tanggal 5 april 2022
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: unitomo press.
- Irawan, H. (2021). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Jaka, A. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, Vol 2, No. 1, April 2018.
- Kolonio, J. &. (2019). Pengaruh Service Quality, Trust dan Consumer Satisfaction terhadap Consumer Loyalty pada CV Sarana Marine Fiberglass. *Jurnal EMBA*, Vol. 7, No. 1.  
<http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=668172&val=10493&title=Kualitas%20Pelayanan%20dan%20Kepuasan%20Nasabah%20Terhadap%20Loyalitas%20Pada%20Bank%20BJB>. Diakses pada tanggal 5 april 2022
- Kusuma, E. C. (2018). Pengaruh Nilai yang Diterima Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan: Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator dan Gender Sebagai Moderator. *Jurnal bisnis dan Manajemen*, 5(1). <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm/article/view/2315>. Diakses pada tanggal 5 april 2022

Putra, M. G. (2019). Pengaruh Relationship Marketing dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Djajar Putra. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(11). <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2617>. Diakses pada tanggal 5 april 2022

Sinarut, L. d. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Suzuki Ertiga.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/16522>. Diakses pada tanggal 5 april 2022

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan Edisi 1*. Yogyakarta.

