



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*  
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
LOYALITAS JEMAAH UMROH DI PT. AN  
NAMIROH TRAVELINDO SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel  
Surabaya, Untuk Memenuhi Salah Satu Pesaratan Dalam  
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)

Oleh :  
**Alfida Yuliasari**  
**NIM. 04010420004**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN AMPEL SURABAYA  
2023**

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alfida Yuliasari

NIM : 04010420004

Prodi : Manajemen Dakwah

Menyatakan dengan jujur dan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang berjudul **Pengaruh *Relationship Marketing* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Jemaah Umroh di PT. An Namiroh Travelindo Surabaya** adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam dalam daftar pustaka.

Jika ini dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 17 Deseember 2023

Yang membuat pernyataan

  
Alfida Yuliasari

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nama : Alfida Yuliasari  
NIM : 04010420004  
Program Studi : Manajemen Dakwah  
Judul : Pengaruh *Relationship Marketing* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Jemaah Umroh di PT. An Namiroh Travelindo Surabaya

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing.

Surabaya, 16 Desember 2023  
Pembimbing,



Yunita Ardilla, S. Kom, M. MT.  
NIP. 199206042020122015

# LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Pengaruh *Relationship Marketing* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Jemaah Umroh di PT. An Namiroh Travelindo Surabaya

Disusun Oleh :  
Alfida Yuliasari  
04010420004

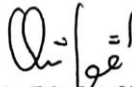
Telah diajukan dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu,  
Pada tanggal 22 Desember 2023  
Disetujui oleh :

Penguji I



Yunita Ardilla, S.Kom, M.MT.  
NIP. 199206042020122015

Penguji II



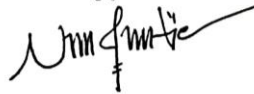
Aun Falestien Falesthan, MHRM., Ph.D  
NIP. 198205142005011001

Penguji III



Airlanega Bramayudha, M.M  
NIP. 197912142011011005

Penguji IV



Novie Andriani Zakariya, S.Sos., M.E  
NUP. 202111009

Surabaya, 22 Desember 2023  
Dekan,



Dr. Muchlis Zholil Arif, S.Ag., M.Fil.  
NIP. 19711071998031001

# LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-6431972  
Fax 031-6413300E-Mail [perpus@uisu.ac.id](mailto:perpus@uisu.ac.id)

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:  
Nama : Alfida Yuliasari  
NIM : 04010420004  
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi Manajemen Dakwah  
E-mail address : alfida.yuliasari@gmail.com

Demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :  
"Pengaruh Relationship Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Jemaah Umroh Di PT. An Namuroh Travelindo Surabaya"

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada) Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/publikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 28 Januari 2024

Pemulis

(Alfida Yuliasari)

## ABSTRAK

Alfida Yuliasari, 2023. Pengaruh *Relationship Marketing* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Jemaah Umroh di PT. An Namiroh Travelindo Surabaya.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh *Relationship Marketing* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Jemaah Umroh di PT. An Namiroh Travelindo Surabaya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji statistik verifikatif, serta uji T dan uji F.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh relationship marketing (X1) terhadap loyalitas jemaah (Y) secara signifikan. Dilihat dari nilai Sig. *relationship marketing* adalah  $0.123 > 0.005$  dengan nilai T hitung  $<$  nilai T tabel ( $1.559 < 1.991254$ ). Terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X2) terhadap loyalitas jemaah (Y) secara signifikan. Dilihat dari nilai Sig. kualitas pelayanan adalah  $0.000 < 0.005$  dengan nilai T hitung  $>$  nilai T tabel ( $3.808 > 1.991254$ ). Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel relationship marketing (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap loyalitas jemaah (Y). Dilihat dari nilai sig. Variabel X1 dan X2 secara simultan terhadap variabel Y adalah sebesar  $0.000 < 0.05$  dengan nilai F hitung  $>$  F tabel ( $49.701 > 3.11$ ).

Kata Kunci: *Relationship Marketing*, Kualitas Pelayanan, dan Loyalitas Jemaah

## ABSTRACT

Alfida Yuliasari, 2023. The Influence of Relationship Marketing and Service Quality on the Loyalty of Umrah Congregations at PT. An Namiroh Travelindo Surabaya.

This research aims to examine the influence of relationship marketing and service quality on the loyalty of Umrah pilgrims at PT. An Namiroh Travelindo Surabaya.

This research uses quantitative research methods. The data analysis techniques used are descriptive statistical tests, classical assumption tests, verification statistical tests, as well as T tests and F tests.

The results of this research indicate that there is no significant influence of relationship marketing (X1) on congregational loyalty (Y). Judging from the Sig value. relationship marketing is  $0.123 > 0.005$  with a calculated T value  $< T$  table value ( $1.559 < 1.991254$ ). There is a significant influence of service quality (X2) on congregation loyalty (Y). Judging from the Sig value. service quality is  $0.000 < 0.005$  with calculated T value  $> T$  table value ( $3.808 > 1.991254$ ). There is a significant simultaneous influence between the relationship marketing variables (X1) and service quality (X2) on congregation loyalty (Y). Judging from the sig value. Variables X1 and X2 on vaiables Y is  $0.000 < 0.05$  with calculated F value  $> F$  table value ( $49.701 > 3.11$ ).

**Keywords:** Relationship Marketing, Service Quality, and Congregation Loyalty

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL DAN GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Batasan Penelitian .....	5
C. Rumusan Masalah .....	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
F. Definisi Operasional .....	7
G. Sistematika Pembahasan.....	10
<b>BAB II.....</b>	<b>12</b>
<b>KAJIAN TEOROTIK.....</b>	<b>12</b>
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	12



B. Kerangka Teoritik .....	18
C. Paradigma Penelitian .....	34
D. Hipotesis .....	34
<b>BAB III .....</b>	<b>36</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	36
B. Subjek dan Objek Penelitian.....	36
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling .....	36
D. Variabel, Dimensi, dan Indikator .....	39
E. Tahap-Tahap Penelitian.....	40
F. Teknik Pengumpulan Data.....	42
G. Teknik Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	42
H. Teknik Analisis Data .....	44
<b>BAB IV .....</b>	<b>52</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	52
B. Penyajian Data .....	59
C. Uji Hipotesis .....	110
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	114
<b>BAB V.....</b>	<b>118</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>118</b>
A. Kesimpulan .....	118
B. Saran .....	118

C. Keterbatasan Penelitian ..... 119

**DAFTAR PUSTAKA..... 120**

**LAMPIRAN ..... 126**



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

### TABEL

Tabel 3. 1 Variabel, Dimensi, dan Indikator .....	39
Tabel 3. 2 Skala Likert .....	44
Tabel 3. 3 Makna Nilai <i>Product Momen</i> .....	49
Tabel 3. 4 Interpretasi Koefisienn Korelasi.....	50
Tabel 4. 1 Statistik Deskriptif.....	60
Tabel 4. 2 Skor.....	61
Tabel 4. 3 Frekuensi Variabel X1.1 .....	63
Tabel 4. 4 Frekuensi Variabel X1.2 .....	64
Tabel 4. 5 Frekuensi Variabel X1.3 .....	65
Tabel 4. 6 Frekuensi Variabel X1.4 .....	66
Tabel 4. 7 Frekuensi Variabel X1.5 .....	67
Tabel 4. 8 Frekuensi Variabel X1.6 .....	68
Tabel 4. 9 Frekuensi Variabel X1.7 .....	69
Tabel 4. 10 Frekuensi Variabel X1.8 .....	70
Tabel 4. 11 Frekuensi Variabel X1.9 .....	71
Tabel 4. 12 Frekuensi Variabel X1.10 .....	72
Tabel 4. 13 Frekuensi Variabel X1.11 .....	73
Tabel 4. 14 Frekuensi Variabel X1.12 .....	74
Tabel 4. 15 Frekuensi Variabel X1.13 .....	75
Tabel 4. 16 Frekuensi Variabel X2.1 .....	76
Tabel 4. 17 Frekuensi Variabel X2.2 .....	77
Tabel 4. 18 Frekuensi Variabel X2.3 .....	78
Tabel 4. 19 Frekuensi Variabel X2.4 .....	79
Tabel 4. 20 Frekuensi Variabel X2.5 .....	80
Tabel 4. 21 Frekuensi Variabel X2.6 .....	81
Tabel 4. 22 Frekuensi Variabel X2.7 .....	82
Tabel 4. 23 Frekuensi Variabel X2.8 .....	83
Tabel 4. 24 Frekuensi Variabel X2.9 .....	84
Tabel 4. 25 Frekuensi Variabel X2.10 .....	85

Tabel 4. 26 Frekuensi Variabel X2.11 .....	86
Tabel 4. 27 Frekuensi Variabel X2.12 .....	87
Tabel 4. 28 Frekuensi Variabel X2.13 .....	88
Tabel 4. 29 Frekuensi Variabel X2.14 .....	89
Tabel 4. 30 Frekuensi Variabel X2.15 .....	90
Tabel 4. 31 Frekuensi Variabel Y.1 .....	91
Tabel 4. 32 Frekuensi Variabel Y.2 .....	92
Tabel 4. 33 Frekuensi Variabel Y.3 .....	93
Tabel 4. 34 Frekuensi Variabel Y.4 .....	94
Tabel 4. 35 Frekuensi Variabel Y.5 .....	95
Tabel 4. 36 Frekuensi Variabel Y.6 .....	96
Tabel 4. 37 Nilai r tabel.....	98
Tabel 4. 38 Hasil Uji Validitas Variabel Relationship Marketing (X1) .....	99
Tabel 4. 39 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2) .....	100
Tabel 4. 40 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Jemaah (Y).....	101
Tabel 4. 41 Hasil Uji Reliabilitas.....	102
Tabel 4. 42 Hasil Uji Kolmogorof Smirnov .....	103
Tabel 4. 43 Hasil Uji Multikolinieritas .....	104
Tabel 4. 44 Hasil Uji Glejser .....	106
Tabel 4. 45 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	107
Tabel 4. 46 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	108
Tabel 4. 47 Hasil Uji Koefisien Korelasi X1 terhadap Y.....	109
Tabel 4. 48 Hasil Uji Koefisien Korelasi X2 terhadap Y.....	110
Tabel 4. 49 Distribusi T tabel .....	111
Tabel 4. 50 Hasil Uji T.....	112
Tabel 4. 51 Distribusi Uji F .....	113
Tabel 4. 52 Hasil Uji F Tabel .....	114

## **GAMBAR**

Gambar 4. 1 Logo PT. An Namiroh Travelindo Surabaya .....	55
Gambar 4. 2 Browsur PT. An Namirh Travelinndo Surabaya	55
Gambar 4. 3 Website PT. An Namiroh Travelindo Surabaya .	56
Gambar 4. 4 Instagram PT. An Namiroh Travelindo Surabaya	57
Gambar 4. 5 Facebook PT. An Namiroh Travelindo Surabaya	58
Gambar 4. 6 Uji <i>Scatterplot</i> .....	105

## **DIAGRAM**

Diagram 4. 1 Jenis Kelamin .....	61
Diagram 4. 2 Usia .....	62
Diagram 4. 3 Bulan Keberangkatan.....	62



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rozak, Budi Harto, Rivaldi Arissaputra, and Khoirun Nisa. "Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Customer Loyalty dengan Dimediasi oleh Customer Satisfaction pada PT. Unilever." *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)* 8, no. 2 (December 30, 2022): 271–81.  
<https://doi.org/10.38204/atrabis.v8i2.1093>.
- Alfiyah, Hamdah, and Neng Siti Komariah. "Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan di PT Autoplastik Indonesia Karawang Timur." *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara* 3, no. 1 (April 20, 2021): 50. <https://doi.org/10.31599/jmu.v3i1.866>.
- Amelia, Sefi Lili, and Widayanto Widayanto. "Pengaruh Relationship Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Pt. Nasmoco Pemuda Semarang Bagian Servis)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 9, no. 1 (February 1, 2019): 242–51.  
<https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26330>.
- Asti, Eka, and Eka Ayuningtyas. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen: (Effect Of Service Quality, Product Quality And Price On Consumer Satisfaction)." *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis* 1, no. 01 (January 21, 2020): 1–14.  
<https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>.
- Cesariana, Carmelia, Fadlan Juliansyah, and Rohani Fitriyani. "Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran)." *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu*

- Sosial* 3, no. 1 (February 22, 2022): 211–24.  
<https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.867>.
- Denok Sunarsi, M. Sidik Priadana. “Metode Penelitian Kuantitatif,” 40. Pascal Books, 2021.
- Djuli Sjafei Purba, Wico Jontarudi Tarigan, Mahaitin Sinaga, Vitryani Tarigan. “Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regresi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19.” *Jurnal Karya Abdi* 5, no. 2 (Agustus 2021): 202–8.  
<https://doi.org/10.22437/jkam.v5i2.15257>.
- Fageh, Achmad, Fatimatul Fatmariyah, and Fathor As. “Relationship Marketing Dalam Perspektif Islam.” *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah* 9, no. 1 (May 20, 2022): 63–77.  
<https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v9i1.5589>.
- Faradannisa, Melina, and Agus Supriyanto. “Kepuasan Pelanggan Ditinjau dari Store Atmosphere, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Etika Bisnis Islam,” n.d.
- Febrianto, Achmad, and Ulfia Nurianti. “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mudharabah Mutlaqah Melalui Relationship Marketing Pada Bank Jatim Syariah Capem Probolinggo,” n.d.
- Firmansyah, Deri and Dede. “Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review.” *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)* 1, no. 2 (August 30, 2022): 85–114.  
<https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>.
- Firmansyah, Farid, and Rudy Haryanto. “Editor Layout & Desain Cover,” n.d.

- Gultom, Dedek Kurniawan, Muhammad Arif, and Muhammad Fahmi. "Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan" 3 (2020).
- Hadi, Prasetyo, and Heni Nastiti. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome" 2 (2021).
- Hairo, Muhamad, Lalu Hamdani Husnan, and Lalu Edy Herman Mulyono. "Pengaruh Relationship Marketing Pada Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pasca Covid 19," 2022.
- Iche Andriyani Liberty, Eddy Roflin dan. *Populasi, Sampel, Variabel Dalam Penelitian Kedokteran*. Penerbit NEM, 2021.
- Janna, Nilda Miftahul, and H. Herianto. "Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS." Preprint. Open Science Framework, January 22, 2021. <https://doi.org/10.31219/osf.io/v9j52>.
- Jazuli, Sarah Farhataini. "Pengaruh Nilai yang Diterima dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada Travel Umroh," 2020.
- Karim, D, J L Sepang, and D Soepeno. "Pengaruh Relationship Marketing Dan Suasana Kafe Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Rumah Kopi Billy Kawasan Megamas," 2020.
- Khozim, Nur, and Reza Adhi Nugroho. "Hubungan Bmi Dan Kelincahan Terhadap Keterampilan Menggiring Bola Peserta Ekstrakurikuler Sepakbola." *Sport Science And Education Journal* 3, no. 2 (August 29, 2022). <https://doi.org/10.33365/ssej.v3i2.2220>.
- Kurrniati, Edy Dwi. *Buku Diktat Metode Penelitian Bisnis*. Klaten: Penerbit Lakeisha, 2022.
- Mashuri, Mashuri. "Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam." *IQTISHADUNA: Jurnal*



- Ilmiah Ekonomi Kita* 9, no. 1 (June 26, 2020): 54–64.  
<https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.212>.
- Masito, Ravica Ayu. “Pengaruh Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Air Minum Cheers (Studi Pt. Atlantic Biruraya)” 9, no. 2 (2021).
- Meiryani. “Memahami Koefisien Determinasi Dalam Regresi Linier.” *Binus Higher Education*, Agustus 2021.
- Momuat, S F, S L Mandey, and R J Jorie. “Pengaruh Kepercayaan Dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Axa Financial Indonesia Kantor Pemasaran Manado,” 2021.
- Muhtarom, Abid, Imam Syairozi, and Nuriyah Dita Wardani. “Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Customer Relationship Marketing, Dan Kepercayaan Terhadap Peningkatan Penjualan Dimediasi Loyalitas Pelanggan Pada Umkm Ayam Potong Online Elmonsu” 5, no. 1 (2022).
- Mulyaningtiyas, Ratna Dewi, Moch Agus Junaidi, and Dessy Wulandari. “Pengaruh Relationship Marketing Dalam Trading Pupuk Urea Terhadap Loyalitas Pelanggan (Kasus Pada Pt Pupuk Kujang, Cikampek, Indonesia).” *Journal of Management* 3, no. 3 (2020).
- Ngalimin, I G Q. “Strategi Relationship Marketing Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Di Matahari Departement Store Mega Mall Manado,” 2019.
- Nugraha, Billy. “Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda Dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik,” Cetakan Pertama., 13–14. Pradina Pustaka, 2021.
- Ovan, Andika Saputra. *CAMI, Aplikasi Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*.

- November 2020. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, n.d.
- Pangastuti, Anggun, Edi Santoso, and Sri Hartono. “Pengaruh Relationship Marketing, Service Quality Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan” 7, no. 1 (2022).
- Polimpung, Lisa Jolanda Catherine. “Pengaruh relationship marketing terhadap loyalitas konsumen pada Rumah Makan Patene di Makassar.” *Jurnal Manajemen Maranatha* 20, no. 1 (November 12, 2020): 13–20. <https://doi.org/10.28932/jmm.v20i1.2812>.
- Pranatawijaya, Viktor Handrianus, Widiatry Widiatry, Ressa Priskila, and Putu Bagus Adidyana Anugrah Putra. “Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online.” *Jurnal Sains dan Informatika* 5, no. 2 (December 8, 2019): 128–37. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>.
- Ramanta, T H, J D D Massie, and D Soepeno. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Produk Mebel Di Cv. Karunia Meubel Tuminting,” 2021.
- Ramdaniah, Siti, Sri Mintarti, and Maryam Nadir. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Serta Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Jemaah Umroh PT. Arrehlah Wisata Samarinda)” 1, no. 3 (2022).
- Sambodo Rio Sasongko. “Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran).” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 3, no. 1 (October 31, 2021): 104–14. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>.
- Setiawan, Onny. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Relationship Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk di PT Asaba Pekanbaru,” n.d.

- Sri Handayani, Sunardi. “Kualitas Pelayanan Dalam Islam Dan Kepercayaan Terhadap Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Rumah Yatim Arrohman Indonesia.” *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, n.d., 83–99.
- Stiawan, Evan. “Keunikan Jemaah dalam Merespon sebuah Konten Loyalitas Agen Travel Umroh Dimediasi oleh Kualitas Relasional.” *Jurnal Pasar Modal dan Bisnis* 2, no. 1 (April 30, 2020): 83–98. <https://doi.org/10.37194/jpmb.v2i1.41>.
- Sumargo, Bagus. *Teknik Sampling*. Unj Press, 2020.
- Swarjana, I. Ketut. *Populasi-Sampel, Teknik Sampling & Bias Dalam Penelitian*. Penerbit Andi, 2022.
- Syafriani, Dewi, Ayi Darmana, Feri Andi Syuhada, and Dwy Puspita Sari. “Buku Ajar Statistik Uji Beda Untuk Penelitian Pendidikan (Cara Dan Pengolahannya Dengan SPSS),” n.d.
- Wicaksono, Dani Agung. “Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Suatu Kajian Teoritis),” 2022.
- Wulandari, Deka. “Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 1443 H / 2021 M,” n.d.
- Yofy Syarkani, Iskandar Ahmaddien dan. *Statistika Terapan Dengan Sistem SPSS*. ITB Press, 2019.
- Yudiantoro, Deny, and Didik Setiawan. “Pengaruh Syariah Relationship Marketing Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Word Of Mouth Nasabah Bank Jatim Syari’ah Kediri” 07 (2020).
- Zahra Isnaini, Fatimah, Leonita Siwiyanti, and H. Ibnu Hurri. “Analisis Pendidikan Dan Pelatihan Dalam Peningkatan Kompetensi Profesional Pendidik Paud Di Kota Sukabumi.” *utile: Jurnal Kependidikan* 6, no. 2 (December 29, 2020): 200–209. <https://doi.org/10.37150/jut.v6i2.878>.