

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN
LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BELIKOPI
DI KOTA SURABAYA DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

SKRIPSI

Oleh:

RIZKI DIA ULHAQ

NIM : 08040320103



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2024

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, Rizki Dia Ulhaq, 08040320103, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya 05 Januari 2023



Rizki Dia Ulhaq

NIM. 08040320103

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Surabaya, 27 Desember 2023

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, consisting of several fluid, overlapping strokes. The signature is positioned over the text 'Dosen Pembimbing' and extends downwards towards the name 'Hanafi Adi Putranto'.

Hanafi Adi Putranto, S.si., SE., M.Si.

NIP. 198209052015031002

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN
LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BELIKOPI
DI KOTA SURABAYA DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Oleh:

Rizki Dia Ulhaq

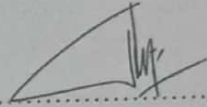
NIM: 08040320103


Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada
tanggal 04 Januari 2024 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

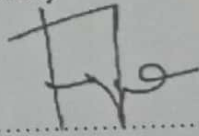
Susunan Dewan Penguji:

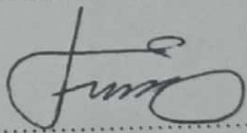
Tanda Tangan

1. Hanafi Adi Putranto, S.Si., SE., M.Si.
NIP. 198209052015031002
(Penguji 1)
2. Saqofa Nabilah Aini, S.E., M.Sc.
NIP. 199301092020122028
(Penguji 2)
3. Dr. H. Syarif Thayib, S.Ag., M.Si.
NIP. 197011161999031001
(Penguji 3)
4. Dra. Susilowati, M.M.
NIP. 196006131990032002
(Penguji 4)









Surabaya, 04 Januari 2024



Dr. Rajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I
NIP. 197005142000031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Rizki Dia Ulhaq
NIM : 08040320103
Fakultas/Jurusan : FEBI/ Manajemen
E-mail address : rizkidia7@gmail.com

Demi 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 Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Belikopi

Di Kota Surabaya Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi

beserta 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/mempublikasikannya 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, 26 Februari 2024

Penulis



(Rizki Dia Ulhaq)

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu topik yang menarik dan relevan untuk diteliti karena menjadi indikator penting bagi konsumen dan pihak lain internal perusahaan. Dengan menilai kepuasan pelanggan, konsumen dapat mengukur risiko yang didapatkan, dan bagi manajemen dapat digunakan untuk memperbaiki strategi pemasaran bagi perusahaan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif merupakan jenis penelitian mengumpulkan data untuk pengujian hipotesis pada penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Data dikumpulkan menyebarkan kuesioner secara online pada 158 responden. Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan software SmartPLS versi 4.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Belikopi di Kota Surabaya, Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Belikopi di Kota Surabaya, Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Belikopi di Kota Surabaya, Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Belikopi di Kota Surabaya, Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Belikopi di Kota Surabaya, Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Belikopi di Kota Surabaya, Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Belikopi di Kota Surabaya, Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Belikopi dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi, Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Belikopi dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi, Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Belikopi dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi.

Penelitian ini memberikan rekomendasi kepada pihak manajemen perusahaan agar dapat menjaga profesionalisme dalam aktivitas bisnis dalam konteks strategi pemasaran. Selain itu diharapkan perusahaan dapat lebih meningkatkan mutu perusahaan yang telah dibangun.

Kata kunci: harga, kualitas pelayanan, lokasi, loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan

ABSTRACT

Customer satisfaction is an interesting and relevant topic to research because it is an important indicator for consumers and other parties within the company. By assessing customer satisfaction, consumers can measure the risks obtained, and for management it can be used to improve marketing strategies for the company.

This study uses a quantitative approach which is a type of research to collect data for hypothesis testing in research. The sampling technique used is purposive sampling. Data was collected by distributing questionnaires online to 158 respondents. The data collected was analyzed using SmartPLS software version 4.0.

The results of this study indicate that Price has a significant effect on Belikopi Customer Satisfaction in Surabaya City, Service Quality has a significant effect on Belikopi Customer Satisfaction in Surabaya City, Location has a significant effect on Belikopi Customer Satisfaction in Surabaya City, Price has no significant effect on Belikopi Customer Loyalty in Surabaya City, Service Quality has a significant effect on Belikopi Customer Loyalty in Surabaya City, Customer Satisfaction has a significant effect on Belikopi Customer Loyalty in Surabaya City, Location has no significant effect on Belikopi Customer Loyalty in Surabaya City, Price has a significant effect on Belikopi Customer Loyalty with Customer Satisfaction as a Mediating Variable, Service Quality has a significant effect on Belikopi Customer Loyalty with Customer Satisfaction as a Mediating Variable, Location has no significant effect on Belikopi Customer Loyalty with Customer Satisfaction as a Mediating Variable.

This research provides recommendations to company management so that they can maintain professionalism in business activities in the context of marketing strategy. Apart from that, it is hoped that the company can further improve the quality of the companies that have been built

Keywords: price, service quality, location, customer loyalty, customer satisfaction

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Kegunaan Penelitian.....	16
1.4.1 Manfaat Praktis.....	16
1.4.2 Manfaat Teoritis.....	16
BAB II LANDASAN TEORI	19
2.1 Perilaku Konsumen	19
2.2 Harga.....	23
2.3 Kualitas Pelayanan	24
2.4 Lokasi.....	26

2.5 Loyalitas Pelanggan	28
2.6 Kepuasan Pelanggan	30
2.7 Penelitian Terdahulu.....	31
2.8 Kerangka Konseptual	38
2.9 Pengembangan Hipotesis Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1 Jenis Penelitian.....	46
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	46
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	47
3.3.1 Populasi	47
3.3.2 Sampel.....	47
3.4 Variabel Penelitian	50
3.4.1 Variabel Eksogen.....	50
3.4.2 Variabel Endogen.....	50
3.4.3 Variabel Mediasi.....	51
3.5 Definisi Operasional.....	51
3.6 Data dan Sumber data	53
3.6.1 Sumber Data Primer	54
3.6.2 Sumber Data Sekunder.....	54
3.7 Teknik Pengumpulan Data	54
3.7.1 Kuesioner.....	55
3.8 Teknik Analisis Data	56

3.8.1 Pengujian Outer Model	57
3.8.2 Pengukuran Model Struktural (Inner Model).....	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	61
4.1.1 Profil Perusahaan Belikopi.....	61
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	62
4.1.3 Strategi Pemasaran Belikopi	62
4.1.4 Belikopi Surabaya	63
4.2 Karakteristik Responden	64
4.2.1 Jenis Kelamin	64
4.2.2 Usia.....	65
4.2.3 Pekerjaan	66
4.2.4 Jangka Waktu Pembelian Produk	67
4.2.5 Hasil Jawaban Responden	67
4.3 Evaluasi Model.....	71
4.3.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	73
4.3.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	78
4.4 Pembahasan.....	88
4.4.1 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	89
4.4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	90
4.4.3 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	91
4.4.4 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	93

4.4.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	94
4.4.6 Pengaruh Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	96
4.4.7 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	97
4.4.8 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Antara Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	99
4.4.9 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Antara Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	100
4.4.10 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Antara Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	100
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	105
5.1 Kesimpulan	105
5.2 Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA.....	108
Lampiran	114
Lampiran 1. Biodata Peneliti	114
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	115
Lampiran 3. Hasil Olah Data menggunakan SmartPLS 4.....	120
Lampiran 4. Tabulasi Data	124

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Instagram Belikopi	5
Gambar 1.2 Harga dan Menu Belikopi	6
Gambar 1.3 Ulasan Kepuasan Pelanggan Belikopi.....	9
Gambar 2.1 Kerangka Teori.....	19
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	38
Gambar 4.1 Logo Belikopi.....	61
Gambar 4.2 Outlet Belikopi di Surabaya	63
Gambar 4.3 Model Struktural	72
Gambar 4.4 <i>Output Calculate Algorithm</i>	73
Gambar 4.5 <i>Output Bootstrapping</i>	81

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Jumlah Responden	49
Tabel 3.2 Definisi Operasional	51
Tabel 3.3 Pengukuran Skala Likert.....	55
Tabel 4.1 Hasil Responden Kuesioner.....	64
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jangka Waktu	67
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Konstruk Harga.....	68
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Konstruk Kualitas Pelayanan	69
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden Konstruk Lokasi.....	69
Tabel 4.9 Hasil Jawaban Responden Konstruk Loyalitas Pelanggan	70
Tabel 4.10 Hasil Jawaban Responden Konstruk Kepuasan Pelanggan	71
Tabel 4.11 Uji Validitas Konvergen	74
Tabel 4.12 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	75
Tabel 4.13 Uji Validitas Diskriminan	76
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas	78
Tabel 4.15 Uji <i>R-Square</i>	79
Tabel 4.16 Uji <i>Q-Square</i>	80

Tabel 4.17 Uji Hipotesis	81
Tabel 4.18 <i>Specific Indirect Effect</i>	85
Tabel 4.19 Uji Mediasi.....	87



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Afan Zain. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Al-Maqashid: Journal of Economics and Islamic Business*, 2(2), 47–54.
- A.W. Kurniawan dan Z. Puspitaningtyas. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandia Buku.
- Agustina, E., Lie, D., Butarbutar, M., & Nainggolan, N. T. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar. *Maker: Jurnal Manajemen*, 5(1), 38–49.
- Ahmaddien, I., & Widati, E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Pelanggan Go Food Melalui Variabel Kepuasan. *Jurnal INTEKNA: Informasi Teknik Dan Niaga*, 19(1), 40–45.
- Amalia, M. (n.d.). *Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang*. 128–142.
- Arianto, N., & Febrian. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt Gv. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 4(3), 457–464.
- Arya Pering, I. M. A. (2020). Kajian Analisis Jalur Dengan Structural Equation Modeling (Sem) Smart-Pls 3.0. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 3(2), 28–48.
- Assauri, S. (2019). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Rajawali Pers.
- Baskoro, D. A., & Mahmudah, F. (2021). Pengaruh Harga Dan Suasana Cafe Terhadap Keputusan Pembelian. *Garuda : Global Research On Tourism Development and Advancement*, 3 No. 2, 136- 162.
- Dermasta, B. S. (2014). *Manajemen Pemasaran*.
- Dharmesta dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modren Edisi Kedua*. Liberty. Yogyakarta.
- Fakhri, R. (2022). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas

- Pelanggan Toko Buku Fadira Pekanbaru. *Riau Economics and Business Review*, 13(3).
- Fauziah, S. (2016, Oktober). Pengaruh Brand Trust Dan Brand Equity Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Kosmetik Wardah (Survey Konsumen Pada PT. Paragon Technology And Innovation Cabang Pekanbaru. *JOM FISIP*, 1-9.
- Gunarsih, C. M., & Tamengkel, L. F. (2021). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang*. 2(1), 69–72.
- Gunawan, F. S. A. C. (2017). Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang. <https://osf.io/preprints/inarxiv/npjqh/>
- Hermanto, H., Apriansyah, R., Fikri, K., & Albetris, A. (2019). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen pada Fotocopy Anugrah Rengat. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 3(2), 171. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v3i2.78>
- Indriartoro Nur & Bambang Supomo. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen*. BPFPE.
- Imania, L., & Widayanto. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Larrisa Aesthetic Center Cabang Panjaitan, Semarang). *EKOBIS*, 1-9. Retrieved from <https://www.ejournal.uby.ac.id/index.php/ekobis/article/view/595>
- Iwan, H. (2019). *Metodologi PENELITIAN PENDIDIKAN Kuantitatif, Kualitatif & mixed methode (Edisi Ceta)*. Hidayatul Quran Kuningan.
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal*

- Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72–78.
<https://doi.org/10.32528/jmbi.v6i1.3536>
- Kertajaya, Hermawan. 2006. *Marketing Plus 2010 : Siasat memenangkan persaingan global*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Kotler, & Amstrong. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran (Edisi Kedu)*. Erlangga.
- Kotler, K. (2012). *Marketing Management (14 th)*. Person Education.
- Kotler, P. (2006). *Manajemen pemasaran (Edisi kese)*. PT Indeks Gramedia.
- Kotler, P. dan G. A. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran (Edisi XII)*. Erlangga.
- Kotler, P. dan G. A. (2018). *Principles Of Marketing (Edisi 17)*. Prentice-Hall
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran, edisi 13 jilid 1*. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Kotler, Philip, 2008. *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium diterjemahkan Benyamin Molan*, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Laili, Evi; Susanti, A. (2021). *Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada cafe ko.we.cok di solo*. 6(1), 1–14.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Mariansyah, Alvin; Syarif, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan , dan Harga*. 3(2), 134–146.
- Masili, Lumanauw, T. (2022). *Vol.+10+n0+4.5+.Veronika+Masili.+OK*. 10(4), 44–51.
- Masriya, S. h. (2022, Oktober). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Suasana Cafe Terhadap Keputusan Pembelian RAI Raka Cafe Di Kabupaten Karawang*. 17 No. 2, 233-245. doi:DOI: <https://doi.org/10.33369/insight.17.2.233-245>

- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Yonita, H. L. (2022). Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditanggal Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM) - Partial Least. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 391–402. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10is1.2018>
- Noor, J. (2014). *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah* (1st ed.). Kencana Prenadamedia Group.
- Nur, M. S., & Mariah M. (2020, Januari). Analisis Pengaruh Suasana Restoran dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen pada Restoran Limbung Mas Indah Kabupaten Gowa. 3 No. 1. doi:<https://doi.org/10.56858/jmpkn.v3i1.23>
- Octavia, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Index Lampung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 35–39. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.35-39> Published.
- Patra, D., Utami, D., Hartanto, R. B., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh store atmospeher terhadap loyalitas konsumen dengan keputusan pembelian sebagai variabel mediasi pada warunk upnormal lampung Delviansyah. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 61–69. <http://jema.unw.ac.id/index.php/jema/article/view/28>
- Puguh Suharso. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis*. PT Indeks.
- Putu Vriska Andria Dewi; Prof.Dr.Drs.A.A Putu Agung, M. S., & I Made Surya Prayoga, S. M. (n.d.). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE , LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA*. 2, 102–108.
- Rohiman, I., Riadi, F., Adinata, U. W. S., & Suherman, A. R. (2022).

- Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Acman: Accounting and Management Journal*, 2(1), 66–74. <https://doi.org/10.55208/aj.v2i1.30>
- Sarmanu. (2017). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan statistika*. Airlangga University Press.
- Selvia, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). the Effect of Price and Product Quality on the Purchase Decision of Scarlett Whitening Products on Students of the Faculty of Economics and Business Sam Ratulangi Manado University. *Emba*, 10(4), 320–330.
- Soekotjo, H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Milkmo. Sidoarjo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(3),
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen (Edisi 3)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif ,R&D*. IKAPI.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabet.
- Sulistiana. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA COFFE SHOP RUMALAMAN TULUNGAGUNG. *Tulungagung*. 105(3), 129–133.
- Syahrir, Danial, Eni Yulinda, M. Y. (2020). *Aplikasi Metode SEM-PLS dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan (Cetakan 1)*. IPB Press
- Syofian Siregar. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kencana Prenada Media Group.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Strategi Pemasaran edisi Kedua*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2009. *Strategi Pemasaran Jasa*. Andi

Offset. Yogyakarta.

- Tjiptono. (2008). No Title. *Pertumbuhan Bisnis Di Indonesia*, 20.
- Tolib. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4941>
- Wijaya, I. P. S. A., & Nurcaya, I. N. (2017). Kepuasan Pelanggan Memediasi Kualitas Produk Dan Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas Merek Mcdonalds Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana.Denpasar*. 6(3), 1534– 1563
- Willy, A., & Hartono. (2015). Partial Least Square (PLS)-Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis. CV ANDI.
- Yanthi, A. D., Hadi, P., & Astuti, M. (2020). *Peran Korea Wave, Lifestyle Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Innisfree*. *Prosiding Biema*, 1(1), 179–195.
- Yoesoep, R. E., Fatmah, Andrian, Asrama, Azizah, M., Purwanto, H., Thamrin, Rammelsbergi, T., Violin, V., Awang, Yamres, M., Mahmud, Fajar, S., & Wibowo, Eddy, S. (2023). *Manajemen Pemasaran Digital Terkini (Perubahan Era Manajemen Pemasaran Kearah Digitalisasi)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. books/edition/Manajemen_Pemasaran_Digital_Terkini_Peru/ddmuEAAAQB_AJ?hl=en&gbpv=0
- Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pusaka kebaya di singlaraja. 2(1), 61–73.