

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,  
DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN  
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
PADA KONSUMEN MR.DIY ROYAL PLAZA**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**AGNI FATHIA DEWANTI**

**NIM : 08020320024**



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

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**SURABAYA**

**2024**

### PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, Agni Fathia Dewanti, 08020320024, 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 diperguruan tinggi lainnya.
2. Didalam 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, 22 Mei 2024



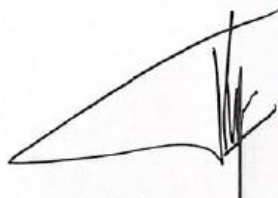
(Agni Fathia Dewanti)  
08020320024

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Surabaya, 04 Maret 2024

**Skripsi telah selesai dan siap diuji**

**Dosen Pembimbing**

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, sweeping initial 'H' followed by several vertical strokes and a final flourish.

Hanafi Adi Putranto. S.Si. SE. M.Si  
NIP. 198209052015031002

## LEMBAR PENGESAHAN

### PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KONSUMEN MR.DIY ROYAL PLAZA

Oleh :

Agni Fathia Dewanti

NIM: 08020320024

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 14 Mei 2024 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

#### Susunan Dewan Penguji

1. Hanafi Adi Putranto, S.Si., SE., M.Si  
NIP. 198209052015031002  
(Penguji 1)
2. Helmina Ardyanfitri MM.  
NIP. 199407282019032025  
(Penguji 2)
3. Hj. Nurlailah, SE, MM  
NIP. 196205222000032001  
(Penguji 3)
4. Dra. Susilowati, M.M.  
NIP. 196006131990032002  
(Penguji 4)

#### Tanda Tangan

.....  
.....  
.....  
.....



Dr. Sirajul 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 : AGNI FATHIA DEWANTI  
NIM : 08020320024  
Fakultas/Jurusan : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM / MANAJEMEN  
E-mail address : 08020320024@student.uinsby.ac.id

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 KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING PADA KONSUMEN MR.DIY ROYAL PLAZA*

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 izin 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, 22 Mei 2024  
Penulis



(Agni Fathia Dewanti)

## ABSTRAK

Skripsi ini membahas mengenai “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen MR.DIY Royal Plaza” ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga, Terhadap Loyalitas Konsumen secara parsial serta menguji Kepuasan Konsumen sebagai variabel intervening pada penelitian ini.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan jenis data primer dan sekunder. Data primer didapatkan dari hasil kuesioner, sedangkan untuk data sekunder diperoleh dari jurnal, website, dan buku. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Dimana melalui perhitungan diperoleh jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 150 konsumen MR.DIY Royal Plaza. Dalam menguji instrument dan hipotesis dalam penelitian ini menggunakan *Analysis Structural Equation Modelling (SEM)* berbasis varians, yakni *Partial Least Square (PLS)* versi 4.0.0.0.

Hasil penelitian pada MR.DIY Royal Plaza menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen. Kedua, Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Ketiga, harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Keempat, Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kelima, Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Keenam, harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Ketujuh, Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, Kedelapan, Kepuasan Konsumen dapat memediasi kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pembelian. Kesembilan, Kepuasan Konsumen tidak dapat memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Kesepuluh, Kepuasan Konsumen dapat memediasi Harga terhadap loyalitas konsumen. Dari penelitian ini, saran yang dapat disampaikan oleh penulis, untuk mempertahankan loyalitas konsumen ditengah persaingan toko ritel peralatan rumah tangga, sebaiknya MR.DIY Royal Plaza Surabaya meningkatkan kualitas pelayanan, Pelayanan yang cepat untuk mencegah antrian kasir panjang, serta perbaikan kualitas pelayanan lainnya yang dapat memicu loyalitas konsumen sehingga terjadi peningkatan penjualan dan *rating* MR.DIY Royal Plaza menjadi bagus.

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



3.1.4.1.	Dasar Penetapan Harga .....	22
3.1.4.2.	Tujuan Penetapan Harga .....	22
3.1.4.3.	Indikator Harga .....	24
3.1.5.	Kepuasan Konsumen.....	25
3.1.5.1.	Faktor – Faktor Kepuasan Konsumen.....	26
3.1.5.2.	Indikator Kepuasan Konsumen.....	28
3.2.	Penelitian Terdahulu.....	29
3.3.	Kerangka Konseptual Penelitian.....	36
3.3.1.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen.....	36
3.3.2.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	37
3.3.3.	Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen .....	38
3.3.4.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	39
3.3.5.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	40
3.3.6.	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen .....	41
3.3.7.	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	42
3.3.8.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen .....	43
3.3.9.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen .....	43
3.3.10.	Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen.....	44
3.4.	Pengembangan Hipotesis .....	45
<b>4</b>	<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>47</b>
4.1.	Jenis Penelitian.....	47



4.2.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	47
4.3.	Populasi dan Sampel Penelitian .....	47
4.3.1.	Populasi.....	47
4.3.2.	Sampel .....	48
4.4.	Variabel Penelitian .....	50
4.5.	Definisi Operasional.....	53
4.6.	Metode Pengumpulan Data.....	57
4.7.	Analisis Data .....	58
<b>5</b>	<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>62</b>
5.1.	Deskripsi Objek Penelitian.....	62
5.1.1.	Profil Perusahaan PT Duta Intiguna Yasa (MR DIY) .....	62
5.2.	Karakteristik Responden .....	63
5.2.1.	Jenis Kelamin Responden .....	64
5.2.2.	Usia Responden.....	64
5.2.3.	Pekerjaan .....	65
5.2.4.	Hasil Jawaban Responden.....	66
5.3.	Analisis Model .....	71
5.3.1.	<i>Evaluation of Measurement (Outer Model)</i> .....	72
5.3.1.1.	Uji Validitas.....	73
5.3.1.2.	Uji Reliabilitas .....	77
5.3.2.	<i>Evaluation of Structural Model (Inner Model)</i> .....	77
5.3.2.1.	<i>R Square</i> .....	78
5.3.2.2.	Uji Hipotesis .....	78
5.4.	Uji Mediasi.....	85
5.5.	Pembahasan.....	88
<b>6</b>	<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>106</b>
6.1.	Kesimpulan .....	106
6.2.	Saran .....	107
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>109</b>

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1. Jumlah Responden.....	49
Tabel 3.2. Skala Likert.....	52
Tabel 3.3. Definisi Operasional.....	53
Tabel 4.1. Jumlah Responden.....	63
Tabel 4.2. Jenis Kelamin Responden.....	64
Tabel 4.3. Usia Responden.....	64
Tabel 4.4. Pekerjaan Responden.....	65
Tabel 4.5. Hasil Jawaban Responden Konstruk Kualitas Produk.....	66
Tabel 4.6. Hasil Jawaban Responden Konstruk Kualitas pelayanan.....	67
Tabel 4.7. Hasil Jawaban Responden Konstruk Harga.....	68
Tabel 4.8. Hasil Jawaban Responden Konstruk Kepuasan Konsumen.....	69
Tabel 4.9. Hasil Jawaban Responden Konstruk Loyalitas Konsumen.....	70
Tabel 4.10. Hasil Validitas Konvergen Berdasarkan <i>loading Factor</i> .....	74
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas Konvergen Berdasarkan Nilai AVE.....	75
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas Diskriminan.....	76
Tabel 4.13. Uji Reabilitas.....	77
Tabel 4.14. Uji Koefisien Determinan <b>R<sup>2</sup></b> .....	78
Tabel 4.15. Uji Hipotesis <i>Output Bootstrapping</i> .....	80
Tabel 4.16. Hasil <i>Specific Indirect Effect (Mean, STDEV, T-Statistics P-Values)</i> .....	83

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Jumlah Gerai MR.DIY, Niceso, dan Miniso di Indonesia .....	2
Gambar 1.2.	Pertumbuhan MR.DIY di Indonesia .....	3
Gambar 2.1.	Kerangka Konseptual .....	36
Gambar 2.2.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen .....	37
Gambar 2.3.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen .....	38
Gambar 2.4.	Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen .....	39
Gambar 2.5.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen .....	40
Gambar 2.6.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen .....	41
Gambar 2.7.	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan konsumen .....	42
Gambar 2.8.	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas konsumen.....	42
Gambar 2.9.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen .....	43
Gambar 2.10.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen.....	44
Gambar 2.11.	Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen.....	45
Gambar 4.1.	Logo MR. DIY .....	62
Gambar 4.2.	Model Structural.....	71
Gambar 4.3.	<i>Output Calculate Algorithm</i> Keseluruhan .....	72
Gambar 4.4.	Hasil Output <i>Bootstrapping</i> .....	79

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Peneliti .....	114
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	115
Lampiran 3. Tabulasi Data .....	121
Lampiran 4. Hasil Olah Data Smart PLS Versi 4.0.0.0.....	126



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Agiesta, W., Sajidin, A., & Piksi Ganesha, P. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Ka Lokal Bandung Raya. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(2), 1653–1664.
- Ahmadi, L. (2019). Pengaruh Bauran Ritel (Barang Dagangan, Harga, Promosi, Pelayanan Dan Fasilitas Fisik) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengunjung Mr D.I.Y Di Mall Suncity Sidoarjo). *Pendidikan Tata Niaga*, 07(03), 10–27.
- Andrian. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan ( Studi Pada Warung Kopi Mini Coffee Di Banda Aceh )*. 5(3), 248–253.
- Anwar S.M Suhardi, N., & Duriani. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Mitra Bangunan Di Kecamatan Bua, Kabupaten Luwu*. 10.  
[http://repository.umpalopo.ac.id/id/eprint/289%0Ahttp://repository.umpalopo.ac.id/289/3/BAB 201620074-dikonversi\\_compressed.pdf](http://repository.umpalopo.ac.id/id/eprint/289%0Ahttp://repository.umpalopo.ac.id/289/3/BAB%201620074-dikonversi_compressed.pdf)
- Aprileny, I., & Apri Emarawati, J. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan di Tip Top Swalayan Pondok Bambu. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(02), 237–254.  
<https://doi.org/10.36406/jam.v16i02.246>
- Aprileny, I., Rochim, A., & Emarawati, J. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 60–77.  
<https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.545>
- Aria Putra, Christina Dwi Susanti, Indah Yusari, Ingrid Silitonga, M. H. A. (2014). Politik Pemilih Muda: Partisipasi Politik Anak Muda di Pekanbaru, Jakarta, Cirebon, Palu dan Jayapura. *Indonesian Centre for Democracy and Human Rights*. <https://www.neliti.com/publications/402/politik-pemilih-muda-partisipasi-politik-anak-muda-di-pekanbaru-jakarta-cirebon>
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1–14.  
<https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.7>
- Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 226–233. <https://doi.org/10.25134/equi.v19i02.4531>

- Christovel Zuriel Umbase, William Areros, L. T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kedai Kopi Senyawa di Manado. *Productivity*, 3(4), 390–395.
- Dwiyanti, S. A. I. (2021). *PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING, FOOD QUALITY DAN SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Pelanggan Ayam Goreng Nelongso Cabang Ketintang Surabaya)*. 6.
- Effendi, M. G. (2010). *Transformasi Manajemen Pemasaran*. Sagung.
- Febriatmoko, A. (2018). Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Palapa Toserba Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(4), 1–7.
- Firdaus, H., & Istiqoma, M. (2022). *5 Penyebab Perempuan Butuh Waktu Lebih Lama ketika Berbelanja*. Yoursay.Id.  
<https://yoursay.suara.com/lifestyle/2022/03/21/134902/5-penyebab-perempuan-butuh-waktu-lebih-lama-ketika-berbelanja>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planing and Strategy)*. CV.Qiara Media.
- Ghozali, I. (2008). *Structural Equation Modeling (SEM) Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*. Universitas Diponegoro.
- Griffin. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta, Erlangga.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan*.
- Harnika. (2017). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI KASUS DI MAKYUNG CAFE) MEDAN. *UNIVERSITAS MEDAN AREA*, 2(1), 2–6. [http://i-lib.ugm.ac.id/jurnal/download.php?dataId=2227%0A???%0Ahttps://ejournal.unisba.ac.id/index.php/kajian\\_akuntansi/article/view/3307%0Ahttp://publicacoes.cardiol.br/portal/ijcs/portugues/2018/v3103/pdf/3103009.pdf%0Ahttp://www.scielo.org.co/scielo.ph](http://i-lib.ugm.ac.id/jurnal/download.php?dataId=2227%0A???%0Ahttps://ejournal.unisba.ac.id/index.php/kajian_akuntansi/article/view/3307%0Ahttp://publicacoes.cardiol.br/portal/ijcs/portugues/2018/v3103/pdf/3103009.pdf%0Ahttp://www.scielo.org.co/scielo.ph)
- Herliyansyah, R. (2018). *PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Pada Pengguna Go-Jek di Sleman)*. 1, 430–439.
- Indonesia, B. (2023). *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tetap Kuat Pada Triwulan III 2023*. [https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp\\_2530023.aspx](https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2530023.aspx)
- Jill, & Griffin. (2003). *Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Pelanggan*. Airlangga.

- Juniarti, S., Zuraida, L., & Wikaningtyas, S. U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Pada Bento Kopi). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 366–381. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.472>
- Kotler, & Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran. edisi 12 jilid 1*. Erlanga.
- Kotler, P., & Keller. (2014). *Marketing Management, Edisi 14*. (14th ed.). Prentice-Hall Published.
- Lente, A. S. (2023). *Ciri Khas Mahasiswa*. Osc.Medcom.Id. <https://osc.medcom.id/community/ciri-khas-mahasiswa-5763>
- Lupioyadi. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori Dan Praktek*. Salemba Empat.
- Mahanani, E., & Alam, I. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan D'besto Cabang Darmaga Caringin Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 19(01), 11–21. <https://doi.org/10.36406/jam.v19i01.550>
- Maimunah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2), 57–68. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.542>
- Master Hutagalung, Y., & Djoko Waluyo, H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kopi Benteng 2 Banyumanik). *Jurnal Administrasi Bisnis*, IX(Iii), 209–215.
- Monita, R. (2023). *Giat Ekspansi, MR DIY Targetkan 100 Gerai Baru hingga Akhir Tahun 2023*. Marketeers. <https://www.marketeers.com/giat-ekspansi-mr-diy-targetkan-100-gerai-baru-hingga-akhir-tahun-2023/>
- Najib, A. (2018). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN KONSUMEN. (STUDI PADA PRODUK RILISAN FISIK MUSIK DI KOTA SEMARANG)*.
- Napitupulu, F. (2019). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Ramayana Lestari Sentosa. *Kinerja*, 16(1), 1–9.
- Nasution, & Putri. (2021). Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan Dan Promosi Pada 212 Mart Di Kota Medan. *Proceding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 739–753.
- Oktaviani, G. (2019). Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jasa PT Gita Rifa Express (Studi Kasus Pengiriman Barang Daerah Batusangkar). *Universitas Islam Riau*, 1–91.
- Putra, I. K. A. M., Wimba, I. G. A., & Susanti, P. H. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan

- sebagai Variabel Mediasi pada CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(4), 1279–1291.
- Rachmawati, D. (2023). *Kinerja Ritel Modern 2023 Diproyeksikan Tumbuh 4,2%*. *Bisnis.Com*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20231116/12/1714800/kinerja-ritel-modern-2023-diproyeksikan-tumbuh-42>
- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 7–8.
- Riskita, A. (2024). *Karakteristik Pelanggan Pria dan Wanita, Ini Bedanya!* *Beritausaha.Com*. [https://beritausaha.com/bisnis-ecommerce/beda-karakteristik-pelanggan-pria-dan-wanita/#google\\_vignette](https://beritausaha.com/bisnis-ecommerce/beda-karakteristik-pelanggan-pria-dan-wanita/#google_vignette)
- Rosma Diana, Y. (2022). Pengaruh Word of Mouth Dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Coffe Shop Di Kota Medan. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 1–78, 12–26.
- Rufliansah, F. F., & Daryanto Seno, A. H. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Rainbow Creative Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 389–401. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28226>
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Saribu, H. D. T., & Maranatha, E. G. (2020). Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Pada PT. Astragraphia Medan. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 1–6.
- Sembiring, E. br, & Sinaga, R. V. (2020). Jurnal Manajemen dan Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 20(2), 209–219.
- Setyawati, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 19(1), 57–63. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/INOVASI/article/view/12660/2345>
- Statistik, B. P. (2023). *Statistik Pengeluaran untuk Konsumsi Rumah Tangga Provinsi Jawa Timur*. Badan Pusat Statistik.
- Subawa, I. G. B., & Sulistyawati, E. (2020). Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(2), 718. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i02.p16>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.



- Sumarwan. (2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. ANDI.
- Tjiptono, F., & A, D. (2016). *Pemasaran Esensi & Aplikasi Edisi I*.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*.
- Ulfa, S. (2018). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah)*.  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=sph&AN=119374333&site=ehost-live&scope=site%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.neuron.2018.07.032%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.tics.2017.03.010%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.neuron.2018.08.006>
- Willianti. (2020). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Pengguna Smartphone Samsung Mahasiswa STEI Jakarta). Bab Ii Kajian Pustaka 2.1, 12(2004), 6–25*.
- Yudhanto, B., Waloejo, H. D., & Farida, N. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Susuku Café Ungaran). Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 11(2), 142–150*.  
<https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34203>

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A