



LAPORAN PENELITIAN

JUDUL:

**ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN FERLIN HIJAB MELALUI
HARGA, LOKASI USAHA DAN LAYANAN PELANGGAN**

Oleh:

Yeseria Maya Maulina	(2112010295)
Dian Kusumaningtyas,S.E,M.M	(0703108302)
Poniran Yudho Leksono,S.E,S.Psi,M.M	(0704047306)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
JULI 2025**

HALAMAN PENGESAHAN

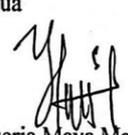
1. Judul Penelitian : Analisis Loyalitas Pelanggan Ferlin Hijab melalui Harga, Lokasi Usaha dan Layanan Pelanggan
2. Ketua
 - a. Nama Lengkap : Yeseria Maya Maulina
 - b. NPM : 2112010295
 - c. Fak/Prodi : FEB/Manajemen
 - d. Alamat Rumah : Dsn. Blimbing, Ds. Banjaranyar, Kec. Tanjunganom, Kab. Kediri
 - e. Telp./HP : 082142182145
 - f. Email : yeseriamayam@gmail.com
3. Jangka waktu Penelitian : 2 bulan
4. Pembiayaan :
 - a. Diajukan ke YPLP-PT PGRI Kediri : -
 - b. Dari sumber lain : Rp 10.000.000
 - Jumlah Seluruhnya : Rp 10.000.000

Mengetahui,
Prodi Manajemen

Restin Merlina, M.M.
NIDN. 0721058605

Kediri, 02 Juli 2025

Ketua


Yeseria Maya Maulina

NPM. 2112010295

Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Amin Tohari, M.Si.
NIDN. 0715078102

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan kelancaran, kekuatan, dan petunjuk-Nya sehingga penulisan desiminasi ini dapat terselesaikan tepat waktu. Tanpa berkat dan rahmat-Nya, penulis tidak akan mampu menyelesaikan karya ini. Dengan Penuh rasa syukur, penulis berhasil menyelesaikan desiminasi dengan judul “Analisis Loyalitas Pelanggan Ferlin Hijab Melalui Harga, Lokasi Usaha Dan Layanan Pelanggan” sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana manajemen.

Tak lupa, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam proses penulisan desiminasi ini. Penghargaan dan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Zainal Afandi, M.Pd. Selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Bapak Dr. Amin Tohari, M.Si Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan kesempatan penulis untuk menyelesaikan seminar proposal ini
3. Ibu Restin Meilina, S.E, M.M Selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dukungan moral dalam penyusunan seminar proposal
4. Ibu Dian Kusumaningtyas, S.E, M.M selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan motivasi, dan arahan untuk saya sampai akhir ini.
5. Bapak Poniran Yudho Leksono, S.E, S.Psi, M.M selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing saya atas kesalahan kesalahan yang saya perbuat.
6. Ibu Sriatik selaku pemilik Ferlin Hijab, yang telah bersedia menjadi narasumber dalam penelitian ini.
7. Kepada kedua orang tua dan kakak penulis yaitu: Ayah Marzuki, Ibu Sriatik, dan Kakak Frensa Nurfasari yang selalu mencurahkan kasih sayang, doa, nasihat serta kesabaran yang luar biasa setiap langkah dan proses penulis.

8. Ahmad Efendi Cahyo Setiono yang telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya memberi semangat untuk pantang menyerah dan memberi keberkahan dalam segala hal yang kita lalui.

Dalam desiminasi ini, penulis berusaha mengungkap loyalitas pelanggan, persepsi harga dan lokasi serta layanan pelanggan pada Ferlin Hijab. Penulis mengakui bahwa karya ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis menyampaikan permohonan maaf apabila terdapat kekurangan atau kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang.

Semoga desiminasi ini dapat memberikan kontribusi positif dan Penelitian ini memiliki aplikasi praktis yang dapat digunakan oleh manajer gedung untuk meningkatkan loyalitas layanan, menentukan harga dengan tepat, dan lokasi. Hasil penelitian ini dapat langsung diterapkan pada strategi bisnis yang meningkatkan komitmen pelanggan dan meningkatkan kinerja toko. Akhir kata penulis berharap agar karya tulis ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan masyarakat pada umumnya.

Kediri, 10 Juli 2025



Yesenia Maya Maulina

RINGKASAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui harga dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan di Ferlin Hijab, lokasi usaha dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan di Ferlin Hijab, dan layanan pelanggan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan di Ferlin Hijab. Selain itu, juga untuk menganalisis harga, lokasi usaha dan layanan pelanggan serta pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan di Ferlin Hijab secara bersamaan.

Penelitian ini bersifat kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada 40 orang pelanggan Ferlin Hijab sebagai sampel. Jumlah sampel ditentukan dengan teknik sampling jenuh. Analisis data menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25.

Berdasarkan temuan studi hipotesis pertama, harga Ferlin Hijab dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh loyalitas pelanggan. Hipotesis kedua menyatakan bahwa lokasi usaha Ferlin Hijab dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh loyalitas pelanggan. Hipotesis ketiga menyatakan bahwa layanan pelanggan Ferlin Hijab dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh loyalitas pelanggan. Dan hipotesis keempat adalah bahwa harga, lokasi usaha dan layanan pelanggan memiliki dampak yang baik dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Ferlin Hijab.

Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan teori loyalitas pelanggan dan mengetahui faktor-faktor apa yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan. Studi ini memberikan wawasan praktis bagi pemilik Ferlin Hijab untuk menentukan harga yang terjangkau, memilih lokasi yang strategis, dan meningkatkan layanan pelanggan. Hasil studi ini dapat digunakan dalam merancang strategi bisnis untuk mempertahankan layanan pelanggan. Penelitian ini hanya dilakukan di Ferlin Hijab, tetapi hasil penelitian ini tidak mencerminkan kondisi Ferlin Hijab secara keseluruhan. Jumlah sampel yang lebih banyak atau penelitian lain dengan objek di toko hijab akan dapat memberikan hasil penelitian yang lebih representatif.

DAFTAR ISI

Cover	i
Kata Pengantar	iii
Ringkasan.....	v
Daftar Isi.....	vi
Daftar Lampiran	viii
BAB 1: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan Penelitian	3
BAB II: KAJIAN TEORI	
A. Loyalitas Pelanggan	4
B. Harga	5
C. Lokasi Usaha.....	6
D. Layanan Pelanggan	7
BAB III: METODE PENELITIAN	
A. Deskripsi Metode Penelitian	11
B. Rincian Proses Pengumpulan Data	11
C. Sasaran Penelitian	12
D. Instrumen Penelitian	13
E. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	16
F. Prosedur Analisis Data	19
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Objek Penelitian	24
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	25
C. Pembahasan.....	31
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	33
B. Saran.....	33
DAFTAR PUSTAKA	36

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen Manajemen Konflik dan Loyalitas Pelanggan	13
Tabel 3.2 Skala Likert	15
Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	16
Table 3.4. Uji Validitas	17
Table 3.5 Hasil Uji Reabilitas	19
Tabel 4.1. Hasil Uji Normalitas	26
Tabel 4. 2. Uji Multikolinearitas	27
Tabel 4. 3. Hasil Tes Heteroskedasistitas	27
Tabel 4. 4. Tes Analisis Regresi Linier Berganda	28
Tabel 4. 5. Hasil Uji Koefisien Penentuan (R ²)	29
Tabel 4. 6. Hasil Uji-T	29
Tabel 4. 7. Hasil Uji-F	30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 5. 1. Surat Ijin Penelitian	40
Lampiran 5. 2. Surat Balasan Penelitian	41
Lampiran 5. 3. Instrumen Penelitian	42
Lampiran 5. 4. Tabulasi Angket.....	44
Lampiran 5. 5. Dokumentasi.....	49
Lampiran 5. 6. Artikel Yang Di Publikasikan	50

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan pasar hijab telah berkembang dengan kecepatan yang signifikan. Pemilik bisnis harus mengevaluasi prospek dan risiko yang terkait dengan mendirikan perusahaan dengan tujuan profitabilitas masa depan (Dinawan, 2020). Perilaku pembelian konsumen dibentuk oleh pengaruh internal dan eksternal. Meningkatnya persaingan mengharuskan perusahaan memahami perilaku konsumen untuk mengamankan loyalitas pelanggan. Perusahaan harus mengelola layanan secara efektif dan menerapkan praktik manajemen profesional. Penekanan pada kualitas sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, yang sangat penting dalam lanskap kompetitif. Kepuasan pelanggan mendukung model perilaku pembeli dan berfungsi sebagai sumber keunggulan kompetitif.

Konsumen sekarang memiliki lebih banyak pilihan karena banyak produsen dan perusahaan yang menyediakan produk dan layanan. Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai kesetiaan konsumen terhadap produk atau layanan tertentu (Istiyawari, 2021). Loyalitas ini sangat penting bagi organisasi karena meningkatkan kinerja keuangan dan keberlanjutan. Kepuasan pelanggan bergantung pada pengalaman produk atau layanan (Muhtarom, 2022). Pelanggan menilai pengalaman mereka terhadap pesaing. Pengukuran kepuasan konsumen sangat penting untuk peningkatan layanan. Kualitas layanan yang tinggi meningkatkan kenyamanan dan kepuasan, sedangkan kualitas rendah mengurangnya (Larasati, 2024).

Penerapan dimensi kualitas layanan membantu perusahaan dalam menilai kepuasan konsumen. Temuan dari evaluasi ini sangat penting untuk merumuskan strategi untuk menumbuhkan loyalitas. Namun demikian, kepuasan pelanggan sering diabaikan, yang menyebabkan banyak keluhan mengenai kualitas produk dan layanan purna jual. Pengakuan kualitas meningkat seiring kemajuan masyarakat terjadi.

Harga secara signifikan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Sinta (2021) berpendapat bahwa harga mempengaruhi persepsi konsumen tentang

nilai produk. Harga yang terjangkau mendorong kunjungan konsumen, sedangkan harga tinggi menimbulkan keraguan. Konsumen terlibat dalam perbandingan harga dan cenderung kembali jika mereka menemukan biaya yang lebih rendah. Metode pembayaran juga berpengaruh. Strategi penetapan harga sangat penting untuk evaluasi layanan dan loyalitas pelanggan. Harga yang kompetitif akan mendorong perlindungan berulang.

Faktor lokasi bisnis secara signifikan mempengaruhi daya tarik pelanggan (Suwarni, 2023) dan keberhasilan organisasi. Pemilihan lokasi menuntut pertimbangan yang cermat terhadap lanskap ekonomi, demografis, budaya, dan kompetitif. Penelitian ini meneliti situs komersial di Kecamatan Tanjunganom, Kab. Nganjuk. Kualitas layanan secara signifikan mempengaruhi keberhasilan pembelian, meningkatkan kepuasan pelanggan, loyalitas, dan kemungkinan pembelian kembali. Kualitas layanan sangat penting untuk mengevaluasi kepuasan konsumen. Ini melibatkan kualitas produk atau layanan yang memenuhi tuntutan pelanggan. Suwarni (2023) menunjukkan hubungan substansial antara nilai pelanggan, harga, dan kepuasan, sedangkan lokasi bisnis tidak menunjukkan dampak yang signifikan.

Subagyo & Purnomo (2022) menegaskan bahwa manajemen UMKM yang berhasil menuntut pengelolaan yang konsisten dan strategis, yang berpadu antara teori dan praktik lapangan, guna membantu pelaku usaha menghadapi tantangan daya saing dan mempertahankan pelanggan. Sejalan dengan itu, Poniran Yudho Leksono mencontohkan dampak positif pelatihan wirausaha produk lokal, seperti pembuatan Cireng Crispy, terhadap peningkatan loyalitas dan pemberdayaan ekonomi masyarakat (Leksono, 2024). Hery Purnomo menambahkan bahwa keberlanjutan UMKM sangat dipengaruhi oleh pengembangan SDM, orientasi pasar, dan kepatuhan terhadap regulasi (Purnomo, 2024).

Faisol menyoroti pentingnya kolaborasi lintas sektor dan adopsi teknologi digital untuk menjawab tantangan utama UMKM seperti keterbatasan pembiayaan dan literasi manajerial (Faisol, 2024). Hal ini diperkuat oleh pandangan Dodi Kusuma Hadi Soedjoko, yang menyatakan

bahwa inovasi berbasis teknologi adalah kunci adaptasi UMKM dalam menghadapi dinamika pasar modern (Soedjoko,2024).

Sebuah studi oleh Putri (2024) menunjukkan bahwa harga, lokasi, dan kualitas layanan secara signifikan mempengaruhi loyalitas pelanggan Mixue di Kabupaten Klaten. Hipotesis nol (H_0) ditolak untuk semua variabel. Studi Paludi (2021) menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga, lokasi, dan kualitas.

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penelitian di atas memiliki tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara positif dan signifikan harga secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di Ferlin Hijab.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara positif dan signifikan lokasi usaha secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di Ferlin Hijab.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara positif dan signifikan layanan pelanggan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di Ferlin Hijab
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara positif dan signifikan harga, lokasi usaha dan layanan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di Ferlin Hijab

DAFTAR PUSTAKA

- A. Miryanda, "Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus di PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Medan Marelan)," *Bisnis J. Crown*, vol. 2, no. 1, hlm. 16–31, 2023, doi: 10.59929/mm.v2i1.19.
- Abdul Fatah. (2021). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Bagian Umum Dan Kepegawaian Sekretariat DPRD Provinsi Banten. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial*, 1(2), 176–189.
- Afrilliana, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(2), 46–55. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i2.119>
- Dinawan, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi kasus konsumen Yamaha Mio di PT Harpindo Jaya Semarang)," *J. Ilmu Pemasaran. Indones.*, vol. 9, no. 3, hlm. 335–369, 2020.
- Ekasari, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, "Harga," Dan "Lokasi Terhadap" Keputusan "Pembelian Konsumen. *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMAHA*, 3.
- Hartadi, N., & Husda, N. E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Tanjung Uncang Di Kota Batam. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(3), . 34-43.
- Hartono, A. (2023). Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Antavaya Tour and Travel Jakart. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 13(1).
- Hilmi dan M. Mulyana, "Pengaruh Lokasi, Kualitas Layanan, dan Periklanan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Jungle Water Park Bogor," *J. Ilm. Kesatuan Pariwisata*, vol. 1, no. 1, hlm. 19–30, 2020, doi: 10.37641/jipkes.v1i1.324.
- Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif (Panduan Praktis Perencanaan, Pelaksanaan dan Analisis Penelitian Kuantitatif)*. Yogyakarta, 2021. [Online]. Tersedia: Metode Penelitian [https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/50344/1/Quantitative%28Panduan Praktis untuk Perencanaan%2C Melaksa.pdf](https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/50344/1/Quantitative%28Panduan%20Praktis%20untuk%20Perencanaan%2C%20Melaksa.pdf)
- Istiyawari, L. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 19.

- Istiyawari, Bapak Hanif, dan A. Nuswantoro, "Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan," *Larutan*, vol. 19, no. 3, hlm. 329, 2021, doi: 10.26623/slsi.v19i3.4053.
- Larasati, "Analisis Kualitas Layanan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus di Kantor Pos PT Pos Indonesia (Persero) Sleman," *Al-Kharaj J. Econ. Keuangan. Bisnis Islam*, vol. 6, 2024.
- Marissa Grace, H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta.*, 21(134), 31–38.
- Meiliana C dan Yani M. (2021). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Batu Mandi Di Sampit. *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 80–92.
- MF Eva Suwarni, Ambar Lukitaningsih, "Analisis Loyalitas Pelanggan Ditinjau dari Nilai Pelanggan, Lokasi dan Harga dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Pelanggan Indomaret di Yogyakarta," *Al-Kharaj J. Econ. Keuangan. Bisnis Islam*, vol. 5, no. 2, 2023.
- Mochammad Chabachib, *Penentu Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Moderasi*. Semarang: UNDIP Press, 2020.
- Muhtarom, A. (2022). Analisis Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditunggal Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM) - Partial Least . *Jurnal Ekombis Review – Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*.
- N. Chotimah, F. Findi, dan NHA Rahman, "Pengaruh Lokasi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Rejeki Express," *Di antara MacArthurian*, vol. 15, no. 3, hlm. 417–425, 2022, doi: 10.52353/ama.v15i3.310.
- Paludi, S. (2021). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 18.
- Pertiwi, A. B. (2022). menghasilkan temuan bahwa komunikasi, motivasi kerja, dan lingkungan kerja berpengaruh positif signifikan terhadap. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3.
- Putri, E. M. (2024). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mixue Di Kabupaten Klaten. *Journal Competency Of Bussiness*.
- Reni Widiastuti, "Dampak Loyalitas Pelanggan Dipengaruhi oleh Kualitas

Produk, Layanan, dan Kepercayaan Pelanggan,"*J. Bisnis, Ekonomi Syariah, dan Pajak*, vol. 1, no. 1, hlm. 31–52, 2024, doi: 10.61132/jbep.v1i1.38.

Rio Angga Firmansyah, I. J. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Cafe Bejos Milk. *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya, 1*(1).

Sari, P. N., Dumadi, & Harini, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Skincare MS Glow di Store Rofa Losari Brebes. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 4776–4788.

Sinta, N. N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Ella Skincare Cabang Gentan. *UMS Digital Library*.

Subawa dan E. Sulistyawati, "Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan setia yang menggunakan jasa Lila,"*Manajemen E-Jurnal.*, vol. 9, no. 2, hlm. 718–736, 2020

Sugiyono, P. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo, S.Pd (ed.); Edisi 2). ALFABETA, cv.

Sumadi. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Naughti Hijab Store). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7.

Suwarni, E. (2023). Analisis Loyalitas Pelanggan Ditinjau dari Nilai Pelanggan, Lokasi dan Harga dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Pelanggan Indomaret di Yogyakarta. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5.

Wibowati, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 15–31. <https://doi.org/10.36546/jm.v8i2.348>

Yuliana, & Purnama, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan Dan Nilai Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada PO. Titian Mas Cabang Bima. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 165–170.

Jurnal Dosen :

Leksono, P. Y., Purnomo, H., & Lestari, S. (2024). *Meningkatkan Entrepreneur Melalui Pelatihan Pembuatan Cireng Crispy Pada Wali Murid TK Trisula*. *Abdimas Akademika*, 5(2), 87–93.

- Purnomo, H., Subagyo, A., Faisal, M., Soejoko, A., & Leksono, P. Y. (2024). *Access to Credit, Human Resource Development, Market Orientation, and Regulatory Compliance: Determinants of MSME Sustainability in Indonesia*. West Science Social and Humanities, 3(1), 17–30.
- Subagyo, S., & Purnomo, H. (2022). *Manajemen UMKM*. Universitas Nusantara PGRI Kediri. <https://repository.unpkediri.ac.id/9550/>
- Faisal, M., Subagyo, A., Purnomo, H., & Soejoko, A. (2024). *Access to Credit, Human Resource Development, Market Orientation, and Regulatory Compliance: Determinants of MSME Sustainability in Indonesia*. West Science Social and Humanities, 3(1), 17–30.
- Soedjoko, D. K. H., Purnomo, H., Faisal, M., & Subagyo, A. (2024). *Access to Credit, Human Resource Development, Market Orientation, and Regulatory Compliance: Determinants of MSME Sustainability in Indonesia*. West Science Social and Humanities, 3(1), 17–30.