

**PENGARUH IKLAN, PELAYANAN, DAN KUALITAS RASA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN ES KELAPA MUDA BANG KODIR DI
KECAMATAN KANDANGAN KABUPATEN KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
Pada Prodi Manajemen



OLEH :

RIZKA CHANDRA NILA PUTRI

NPM: 2112010310

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2025

Skripsi oleh:

Rizka Chandra Nila Putri

NPM: 2112010310

Judul:

**PENGARUH IKLAN, PELAYANAN, DAN KUALITAS RASA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN ES KELAPA MUDA BANG KODIR DI
KECAMATAN KANDANGAN KABUPATEN KEDIRI**

Telah Disetujui untuk diajukan Kepada Panitia Sidang Skripsi Prodi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal: 26 Juni 2025

Pembimbing I



Prof. Dr. H. Sugiono, M.M

NIDN. 0014015706

Pembimbing II



Dodi Kusuma Hadi S., S.H. M.M

NIDN. 0715127402

Skripsi oleh:

RIZKA CHANDRA NILA PUTRI
NPM: 2112010310

Judul:

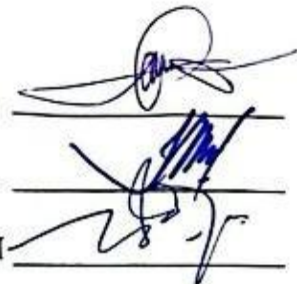
**PENGARUH IKLAN, PELAYANAN, DAN KUALITAS RASA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN ES KELAPA MUDA BANG KODIR DI
KECAMATAN KANDANGAN KABUPATEN KEDIRI**

Telah dipertahankan di Depan Panitia Sidang Skripsi
Prodi Manajemen FEB UN PGRI Kediri
Pada tanggal: 10 Juli 2025

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Prof. Dr. H. Sugiono, M.M
2. Penguji I : Sigit Wisnu Setya B., S.E, M.M
3. Penguji II : Dodi Kusuma Hadi S., S.H, M.M



Mengetahui,
Dekan FEB


Dr. Amah Tohari, M.Si
NIDN. 0715078102

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya,

Nama : Rizka Chandra Nila Putri
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/tanggal lahir : Nganjuk/08 April 2003
NPM : 2112010310
Fakultas/Prodi : FEB/Manajemen

menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 04 Juli 2025

Yang Menyatakan



Rizka Chandra Nila P.

NPM: 2112010310

MOTTO

“Dirangkai sambil ngopi, ketawa, lalu panik tapi akhirnya selesai juga”

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan dengan penuh rasa syukur dan cinta:

1. Untuk kedua orang tuaku tercinta, yang telah membesarkanku dengan penuh kasih sayang, tak pernah lelah berjuang demi pendidikanku, mengusahakan segala hal agar aku dapat menggapai masa depan yang lebih baik. Terima kasih atas segala doa, pengorbanan, dan cinta tanpa batas.
2. Untuk diriku sendiri, yang telah bertahan, berjuang melewati segala rintangan selama masa perkuliahan, melawan rasa malas, keraguan, dan lelah, hingga akhirnya mampu menyelesaikan perjalanan ini dan meraih gelar yang telah lama diperjuangkan. Terima kasih karena tidak menyerah.

ABSTRAK

Rizka Chandra Nila Putri Pengaruh Iklan, Pelayanan, dan Kualitas Rasa terhadap Loyalitas Pelanggan Es Kelapa Muda Bang Kodir di Kecamatan Kandangan Kabupaten Kediri

Kata kunci: Iklan, Pelayanan, Kualitas Rasa, Loyalitas Pelanggan, Es Kelapa Muda, UMKM

Es Kelapa Muda merupakan minuman yang banyak digemari masyarakat Indonesia karena menyegarkan dan menyehatkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh iklan, pelayanan, dan kualitas rasa terhadap loyalitas pelanggan Es Kelapa Muda Bang Kodir di Kecamatan Kandangan Kabupaten Kediri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Es Kelapa Muda Bang Kodir, dengan jumlah sampel sebanyak 40 responden yang dipilih menggunakan teknik *random sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi uji asumsi klasik, regresi linier berganda, koefisien determinasi (R^2), serta uji hipotesis (uji t dan uji F). Berdasarkan hasil analisis data menggunakan program SPSS versi 23, diketahui bahwa nilai thitung untuk variabel iklan sebesar $0,345 < t_{tabel} 2,024$, pelayanan sebesar $0,827 < t_{tabel} 2,024$, dan kualitas rasa sebesar $5,493 > t_{tabel} 2,024$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara parsial hanya variabel kualitas rasa yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Adapun hasil uji F menunjukkan F_{hitung} sebesar $21,800 > F_{tabel} 2,870$, yang berarti iklan, pelayanan, dan kualitas rasa secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 64,5% menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan sisanya 35,5% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, Karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan proposal skripsi ini dapat diselesaikan. Proposal Skripsi dengan judul “Pengaruh Iklan, Pelayanan, dan Kualitas Rasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Es Kelapa Muda Bang Kodir Di Kecamatan Kandangan Kabupaten Kediri” ini ditulis untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Jurusan Manajemen UN PGRI Kediri. Pada kesempatan ini diucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.Pd., Rektor UN PGRI Kediri.
2. Dr.Amin Tohari, M.Si., selaku Dekan FEB UN PGRI Kediri.
3. Ibu Restin Meilina, M,M., selaku Kaprodi Manajemen.
4. Bapak Prof. Dr. H. Sugiono, M.M, selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Dodi Kusuma Hadi, S.H, M.M, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta saran dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Para dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah membagikan ilmu pengetahuan yang berharga selama masa studi.
6. Kedua orang tua penulis yang telah membesarkan dengan penuh cinta, selalu mendoakan, serta memberikan dukungan baik secara moral maupun materiil.
7. Elis dan Sherli, terima kasih atas segala bantuan yang tak ternilai selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah menemani sejak awal, berpindah-pindah tempat ngopi sambil menyusun bab demi bab.
8. Kepada Fepi terimakasih atas bantuannya dalam proses penyusunan kuesioner penelitian, tanpamu mungkin penulis sudah cari tutor di youtube.
9. Kepada seseorang yang lahir pada 14 April, terima kasih atas kesabaran dan ketulusan dalam mendengarkan setiap keluh kesah yang penulis alami selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Dukungan dan kehadiranmu menjadi sumber semangat yang berarti dalam perjalanan ini.
10. Kepada teman-teman seperjuangan selama kuliah, Farah, Citra, dan terutama Silvi, yang telah membuat perjalanan selama di bangku kuliah ini terasa menyenangkan.

11. Kepada para responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner, sehingga turut berkontribusi dalam kelancaran pelaksanaan penelitian ini.
12. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, namun telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyusunan proposal ini.

Disadari bahwa proposal penelitian ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan tegur sapa, kritik, dan saran-saran dari berbagai pihak sangat diharapkan. Akhir kata, semoga proposal penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi yang bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Kediri, 09 Januari 2025



RIZKA CHANDRA NILA P.

NPM.2112010310

DAFTAR ISI

SAMPUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Manfaat	4
BAB II KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS.....	5
A. Kajian Teori.....	5
1. Loyalitas Pelanggan	5
2. Iklan	7
3. Pelayanan	7
4. Kualitas Rasa.....	9
B. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	10
C. Kerangka Berpikir.....	11
1. Hubungan Antar Variabel	12
D. Hipotesis	14
1. Pengaruh Iklan Terhadap Loyalitas Pelanggan	14
2. Pengaruh Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	14
3. Pengaruh Kualitas Rasa Terhadap Loyalitas Pelanggan	15
4. Pengaruh Iklan, Pelayanan, dan Kualitas Rasa Terhadap Loyalitas Pelanggan	15
BAB III METODE PENELITIAN	17
A. Desain Penelitian	17
1. Variabel Penelitian	17
2. Pendekatan dan Teknik Penelitian	17
3. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	18
B. Definisi Operasional	20
1. Pengembangan Instrumen	21
2. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	22
C. Populasi dan Sampel	25
1. Populasi Penelitian	25
2. Sampel Penelitian.....	25
D. Prosedur Penelitian	26
1. Tahap Persiapan	26
2. Tahap Pelaksanaan	27

3. Tahap Penyusunan Laporan	28
E. Tempat dan Waktu Penelitian.....	28
1. Tempat Penelitian.....	28
2. Waktu Penelitian	28
F. Teknik Analisis Data	28
1. Analisis Deskriptif	28
2. Analisis Kuantitatif	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	35
1. Sejarah Singkat UMKM Es Kelapa Muda Bang Kodir	35
2. Struktur Organisasi	36
3. Karakteristik Responden	36
B. Deskripsi Data Variabel Penelitian	37
1. Variabel Iklan (X1).....	38
2. Variabel Pelayanan (X2)	40
3. Variabel Kualitas Rasa (X3).....	42
4. Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	44
C. Analisis Data	45
1. Uji Asumsi Klasik	45
2. Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
3. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	51
D. Pengujian Hipotesis	52
1. Uji t (Parsial).....	52
2. Uji F (Simultan)	54
E. Pembahasan.....	55
1. Pengaruh Iklan Terhadap Loyalitas Pelanggan	55
2. Pengaruh Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	55
3. Pengaruh Kualitas Rasa Terhadap Loyalitas Pelanggan	56
4. Pengaruh Iklan, Pelayanan, dan Kualitas Rasa Terhadap Loyalitas Pelanggan	56
BAB V PENUTUP.....	58
A. Kesimpulan	58
B. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN LAMPIRAN.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	20
Tabel 3. 2 Skala Likert	21
Tabel 3. 3 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	22
Tabel 3. 4 Hasil Ujicoba Validitas Instrumen Penelitian	23
Tabel 3. 5 Hasil Ujicoba Reliabilitas	25
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4. 3 Kategori Rata-Rata.....	38
Tabel 4. 4 Data Variabel Iklan.....	39
Tabel 4. 5 Data Variabel Pelayanan	40
Tabel 4. 6 Data Variabel Kualitas Rasa.....	42
Tabel 4. 7 Data Variabel Loyalitas Pelanggan	44
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	47
Tabel 4. 9 Hasil Uji Linearitas Variabel Iklan.....	48
Tabel 4. 10 Hasil Uji Linearitas Variabel Pelayanan	48
Tabel 4. 11 Hasil Uji Linearitas Variabel Kualitas Rasa	49
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	50
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	51
Tabel 4. 14 Hasil Uji t (Parsial)	52
Tabel 4. 15 Hasil Uji F (Simultan).....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	13
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas	46
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket Penelitian	64
Lampiran 2 Data Tabulasi	68
Lampiran 3 Hasil Pengujian Validitas	72
Lampiran 4 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	73
Lampiran 5 Karakteristik Responden	73
Lampiran 6 Hasil Analisis Deskripsi Variabel.....	74
Lampiran 7 Output Analisis Data SPSS	76
Lampiran 8 Surat Izin Penelitian.....	79
Lampiran 9 Berita Acara Kemajuan Pembimbingan.....	80

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Minuman yang banyak digemari oleh negara tropis ialah es kelapa muda, khususnya masyarakat Indonesia karena rasanya yang menyegarkan dan memiliki manfaat yang baik untuk tubuh. Kandungan elektrolit dalam air kelapa memiliki peran yang signifikan dalam mendukung proses hidrasi tubuh. Mengingat sudah semakin banyak orang yang mulai merintis usaha Es Kelapa Muda maka penting untuk mengembangkan rencana pemasaran yang sukses untuk meningkatkan daya saing pasar. Strategi pemasaran sendiri sangat penting untuk menjaga loyalitas pelanggan termasuk melalui iklan, pelayanan, dan kualitas rasa.

Di Kecamatan Kandangan, Kabupaten Kediri, Es Kelapa Muda Bang Kodir telah menjadi umkm yang dikenal masyarakat. Es Kelapa Muda Bang Kodir sendiri menggunakan air kelapa murni dan tidak dicampur air sehingga tidak menghilangkan rasa asli dari air kelapa itu sendiri. Selain itu, gula yang digunakan adalah gula murni yang tidak akan menyebabkan tenggorokan sakit setelah meminumnya. Air kelapanya juga selalu segar setiap hari karena baru dipecah saat pembeli datang. Namun, persaingan dengan usaha serupa dan tantangan dalam menjaga loyalitas pelanggan menjadi fokus utama dalam pengembangan bisnis ini.

Loyalitas pelanggan memainkan peran yang krusial dalam keberlangsungan suatu bisnis. Mempertahankan loyalitas pelanggan yang sama artinya dengan menjaga kelangsungan operasional dan pertumbuhan bisnis tersebut. Menurut Sukartha dan Fanggidae (2024), pengiklanan ialah sebuah strategi dalam pemasaran yang telah umum dilakukan oleh para pelaku ekonomi untuk mempromosikan pada konsumen akan sebuah produk. Iklan ini dinilai punya dampak yang besar pada loyalitas pelanggan, dengan selalu memberikan inovasi produk yang di iklankan maka akan menarik pelanggan untuk kembali (D. Wulandari & Bhirawa, 2025). Adapun sebuah iklan kreatif

dan relevan bisa menarik perhatian calon pembeli agar tertarik untuk membeli atau mengonsumsi produk tersebut.

Selain itu, salah satu elemen yang paling penting dalam membangun loyalitas pelanggan adalah kualitas layanan. Kemampuan untuk merancang dan menyediakan produk baik dalam bentuk barang atau layanan yang memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan dikenal sebagai kualitas layanan. (Putri et al., 2021). Sedangkan menurut Suprianto (2023) Kualitas pelayanan publik mengacu pada kemampuan organisasi dalam memberikan layanan yang memuaskan kepada pengguna jasa, baik melalui aspek pelayanan teknis maupun administratif. Hasil ditemukan oleh Lestari (Lestari et al., 2023) turut menggambarkan bahwasannya *quality service* berpengaruh sangat signifikan pada kepuasan pelanggan laundry barokah. Oleh karena itu, memahami pengaruh iklan, pelayanan, dan kualitas rasa terhadap loyalitas pelanggan menjadi sangat relevan, terutama dalam konteks bisnis umkm seperti Es Kelapa Muda Bang Kodir.

Menurut Maimunah (2020), loyalitas seorang konsumen seringkali dipengaruhi oleh rasa dan pelayanannya yang berkualitas. Hal demikian menunjukkan bahwa meningkatkan loyalitas pelanggan di *Liho Mie Kiro Noodle Shop* di Gresik dapat dicapai dengan mengembangkan rasa produk yang sesuai dengan preferensi konsumen serta dengan meningkatkan respons staf dan kecepatan dalam melayani pelanggan. Selain itu hasil dari penelitian Azizah, S. N., & Indra, N. (2025), bahwa secara parsial, loyalitas pelanggan dan promosi memiliki korelasi yang positif dan signifikan di Shopee.

Sebagai perbandingan dengan temuan penelitian Afandi et al. (2019), Afandi mengklaim bahwa di Dira Cafe dan Kolam, kepuasan pelanggan tidak memiliki dampak yang terlihat pada tingkat kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Studi tersebut menemukan bahwa koefisien intervensi kepuasan pelanggan yang sederhana memiliki dampak yang lebih kecil terhadap loyalitas pelanggan dibandingkan dengan efek langsung dari keunggulan layanan.

Sari (2018), dalam kajian penelitiannya menerangkan sebuah temuan bahwasannya persepsi sebuah harga dan rasa belum saling mempengaruhi

secara signifikan terhadap kesetiaan pelanggan di Kedai Mie Djoedes Pare. Temuan ini disebabkan oleh kenyataan bahwa konsumen menikmati cita rasa yang disajikan, dengan faktor pendukung utama adalah dominasi rasa pedas yang dapat diterima oleh berbagai kalangan. Jika toko dipindahkan dari posisinya saat ini, pelanggan juga cenderung untuk pindah ke area yang lebih strategis.

Dapat disimpulkan dari pendapat para ahli yang disajikan di sini bahwa loyalitas konsumen berkorelasi positif dengan rasa, kualitas layanan, dan persepsi harga. Namun, sudut pandang yang berbeda juga berpendapat bahwa persepsi akan sebuah rasa dan nominal harga mempunyai pengaruh kecil terhadap loyalitas pelanggan. Mengingat ketidaksepakatan ini, penulis bersemangat untuk melakukan penelitian guna menentukan sejauh mana **“PENGARUH IKLAN, PELAYANAN, DAN KUALITAS RASA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN ES KELAPA MUDA BANG KODIR DI KECAMATAN KANDANGAN KABUPATEN KEDIRI”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada dasar permasalahan diatas, peneliti merumuskan pertanyaan permasalahan yaitu:

1. Apakah iklan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Es Kelapa Muda Bang Kodir di Kecamatan Kandangan?
2. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Es Kelapa Muda Bang Kodir di Kecamatan Kandangan?
3. Apakah kualitas rasa berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Es Kelapa Muda Bang Kodir di Kecamatan Kandangan?
4. Apakah iklan, pelayanan, dan kualitas rasa berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Es Kelapa Muda Bang Kodir di Kecamatan Kandangan?

C. Tujuan

Berikut adalah tujuan pada penelitian guna menjawab rumusan masalah diatas, berikut ialah tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk mengetahui apakah iklan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Es Kelapa Muda Bang Kodir di Kecamatan Kandangan.

2. Untuk mengetahui apakah pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Es Kelapa Muda Bang Kodir di Kecamatan Kandangan.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas rasa berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Es Kelapa Muda Bang Kodir di Kecamatan Kandangan.
4. Untuk mengetahui apakah iklan, pelayanan, dan kualitas rasa berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Es Kelapa Muda Bang Kodir di Kecamatan Kandangan.

D. Manfaat

Adapun penelitian bisa berkontribusi secara teori dan praktik yang bernilai positif, diantaranya:

1. Bagi Teoritis
 - a. Sebagai sarana untuk membandingkan pemahaman teori dengan praktik di lapangan serta memperkuat pengetahuan penulis di bidang yang ditekuni.
 - b. Dapat dimanfaatkan oleh pembaca sebagai referensi ketika hendak menyusun penelitian lanjutan.
2. Bagi Praktisi

UMKM Es Kelapa Muda Bang Kodir diharapkan dapat mengambil manfaat dari kesimpulan penelitian ini untuk mengelola dan merumuskan langkah-langkah strategis pengembangan dan inovasi pada produk, yang nantinya akan dapat mempunyai nilai saing secara efektif di kancah global.

3. Bagi Konsumen

Hasil daripada penelitian, bisa menjadi bahan referensi atau pengetahuan tambahan pada persoalan pengambilan keputusan terkait penentuan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, M. R., Setyowati, T., & Saidah, N. (2019). Dampak Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Pada Dira Cafe & Pool Pontang Ambulu Jember. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 4(1), 79. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v4i1.2111>
- Afianto, R., Restuhadi, F., & Zalfiatri, Y. (2017). Analysis Of Preferaree Mapping On Original Cake Kemojo Among Students Of Agriculture Faculty At Riau University. *JOM Faperta*, 4(2), 1–15.
- Ahsan, A. F., & Lukmandono. (2021). The Influence of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Satisfaction and Loyalty of Anita Family Bakery Sumenep Products. *Nasional Teknologi Industri Berkelanjutan I (SENANSTITAN I)*, 1(2), 35–42. <https://ejurnal.itats.ac.id/senastitan/article/view/1638>
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis (Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS)*. ANDI.
- Bambang Suprianto. (2023). Literature Review: Penerapan Teknologi Informasi dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik. *Jurnal Pemerintahan Dan Politik*, 8(2), 123–128. <https://doi.org/10.36982/jpg.v8i2.3015>
- Bella Sumberliana Aprilianti, & Hasbi, H. (2024). Pengaruh Penerapan Periklanan dan Pemasaran Berbasis Online Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 5(3), 361–368. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i3.1956>
- Destria, justitie, Suddin, A., & Widajanti, E. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Cita Rasa, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Waffelio Franchise Di Surakarta. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Vol. 13*(3), 243 – 253.
- Faradina, A. (2016). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Cantik Almanda. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(7), 1–18.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harga, E. (2025). *Strategi Peningkatan Loyalitas Pelanggan Shopee di Kota Jambi* : 22(1), 75–90.
- Lestari, R. P., Subagyo, S., & Purnomo, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Barokah Laundry. *Simposium Manajemen Dan Bisnis II*, 2, 935–945. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/3275>

- 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>
- Mardyanningsih, S. W. R. S., Ayuanti, R. N., & Udin, M. S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Cita Rasa, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Di Kober Mie Setan Kediri. *EBISMEN (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 01(03), 128–142.
- Mutiara, S., Hamid, R. S., & Suardi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 411–427. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.300>
- Nur, E., & Soedjoko, D. K. H. (2025). The Effect Of Service Quality, Trust And Complaint Handling On Customer Loyalty Of Customers Of Bank Jatim Nganjuk Branch. *Proceeding Kilisuci International Conference on Economic & Business*, 3, 1273–1284.
- Prasasti, H. E., & Raharjo, I. B. (2025). Influence Marketing Mix And Service Quality On Consumer Purchasing Decisions At Corner Cell. *Proceeding Kilisuci International Conference on Economic & Business*, 3, 2067–2078. <https://doi.org/10.29407/kilisuci.v3i.5990>
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Rahayu, D. S., Subagyo, S., & Widodo, M. W. (2024). Peran Cita Rasa, Variasi Produk, Dan Word Of Mouth Dalam Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Seblak Goyang Lidah Nganjuk). *Prosiding Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 3 SE-Art, 1172–1180. <https://doi.org/10.29407/drcw2708>
- Rahmawati, A., Purbawati, D., & Listyorini, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Nasabah Pengguna Tabungan Emas Pt Pegadaian Cabang Blora). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(4), 823–834. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Restuputri, D. P., Indriani, T. R., & Masudin, I. (2021). The effect of logistic service quality on customer satisfaction and loyalty using kansei engineering during the COVID-19 pandemic. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1906492>
- S Bahri. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis (Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS)*. ANDI.
- 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>

- Sari, R. R. N. (2018). Pengaruh Cita Rasa, Harga, dan Tempat Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Kedai Mie Djoedes Pare) Rini. *Jur Nal Ekonomi Bisnis*.
- Sariaziz, U., & Soekotjo, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Silvia, Tarigan, F. A., & Irwandi. (2024). *Suka Medan Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Cita Rasa Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pecel Lele Mama Suka Medan*. 5(2), 8246–8255.
- Siregar, N. (2017). Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Kampoeng Deli Medan. *Manajemen Tools, Vol. 8 No(2)*, 87–96. <https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/JUMANT/article/view/117/99>
- Siti Zahroniya, Mohammad Yahya Arief2, Y. P. (2022). Pengaruh Iklan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Wardah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo). *Prosiding Nasional*, 262–270. <https://unars.ac.id/ojs/index.php/jme/article/view/2181>
- Situbondo, K., & Arief, M. Y. (2022). *Muhammad Yahya Arief*. 1(4), 713–728.
- Skincare, P., Pada, D. E. F., Derma, P. T., & Farma, E. (2023). 1, 2, 3. 5(2).
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. CV Andi Offset.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Sukawati, J. &. (2018). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Aplikasi penyedia jasa transportasi berbasis online mengalami persaingan yang sangat ketat demi mendapatkan keuntungan yang besar terjadi di Kota Denpasar . Beroperasi tiga aplikasi penyed. *Unud, E-Jurnal Manajemen*, 7(11), 5955–5982.
- Tjiptono Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Tohari, A. (2022). *Statistika Deskriptif untuk Ekonomi dan Bisnis*. Penerbit Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Widana, I. W., & Muliani, P. L. (2020). *Uji Persyaratan Analisis (T. Fiktorius (ed.))*. Klik Media.
- Wulandari, D., & Bhirawa, S. W. S. (2025). The Influence of Brand Image, Advertising, and Discount Prices on Purchase Intention at CV Putra Jaya. *Proceeding Kilisuci International Conference on Economic & Business*, 3 SE-Art, 2199–2206. <https://doi.org/10.29407/kilisuci.v3i.6221>

Wulandari, I. (2023). *Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Mie Gacoan di Kalangan Konsumen Muda Kabupaten Karanganyar*. 1–23.

Yusi, M. S., & Idris, U. (2020). *Statistika (untuk Ekonomi, Bisnis, & Sosial)*. ANDI.