

**LOYALITAS PELANGGAN DITINJAU DARI KUALITAS
PELAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI DI SWALAYAN
PERMAI BARU KEDIRI**

SKRIPSI

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



OLEH :

PUTRAMA' ARIFRAHMAN

NPM: 2112010357

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS (FEB)
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI INDONESIA
2025

Skripsi Oleh:

PUTRAMA' ARIFRAHMAN
NPM: 2112010357

Judul:

**LOYALITAS PELANGGAN DITINJAU DARI KUALITAS PELAYANAN,
HARGA, DAN PROMOSI DI SWALAYAN PERMAI BARU KEDIRI**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada Panitia Ujian/Sidang Skripsi Prodi
Manajemen FEB UN PGRI Kediri

Tanggal: 24 Juni 2025

Pembimbing I



Zulistiani, S.Pd., M.M
NIDN. 0711118603

Pembimbing II



Poniran Yudho L., M.M
NIDN. 0704047306

Skripsi oleh:

PUTRAMA' ARIFRAHMAN
NPM: 2112010357

Judul:

**LOYALITAS PELANGGAN DITINJAU DARI KUALITAS PELAYANAN, HARGA,
DAN PROMOSI DI SWALAYAN PERMAI BARU KEDIRI**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Prodi Manajemen FEB UN PGRI Kediri
Pada tanggal: 08 Juli 2025

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji

- | | |
|---------------|------------------------------|
| 1. Ketua | : Zulistiani, S.Pd., M.M |
| 2. Penguji I | : Susi Damayanti, S.Pd., M.M |
| 3. Penguji II | : Poniran Yudho L., M.M |



Mengetahui,
Dekan FEB


Dr. Amin Johari, M.Si
NIDN. 0715078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Putrama' Arifrahman
Jenis Kelamin : Laki – laki
Tempat/tgl. Lahir : Tangerang/ 13 Mei 2002
NPM : 2112010357
Fak/Jur./Prodi. : FEB/ S1 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,
Yang Menyatakan



PUTRAMA' ARIFRAHMAN
NPM: 2112010357

MOTTO:

“Tidak ada mimpi yang gagal, yang ada hanyalah mimpi yang tertunda. Cuma sekiranya teman - teman merasa gagal dalam mencapai mimpi, jangan khawatir, mimpi - mimpi lain bisa diciptakan”.

(Windah Basudara)

“Kebahagiaan dirasakan oleh orang - orang yang dapat merasa puas kepada dirinya sendiri”

(Agatha Christie)

KUPERSEMBAHKAN KARYA INI UNTUK:

Tiada lembar yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Dengan mengucapkan syukur atas Rahmat Allah Swt, skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada orangtua tercinta, kakakku, adikku, sahabat, dan teman-teman yang selalu memberi support untuk menyelesaikan skripsi ini

PRAKATA

Puji syukur kami panjatkan ke Hadirat Allah SWT karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Dalam penyusunan skripsi ini tentu banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya penulis dapat melaluinya berkat bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu padaaa Kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada :

1. Allah S.W.T., atas karunia dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir tepat waktu.
2. Dr. Zainal Afandi, M.Si., selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Dr. Amin Tohari, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Restin Meilina, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen.
5. Zulistiani, S.Pd., M.M., selaku dosen pembimbing 1.
6. Poniran Yudho Leksono, M.M., selaku dosen pembimbing 2.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah mendidik dan memberikan ilmu yang bermanfaat.
8. Ayah dan Ibu yang selalu memberikan inspirasi, dorongan, serta dukungan baik secara moral maupun materil kepada penulis hingga saat ini.
9. Seluruh pihak KUD Sri Among Tani Plosoklaten Kabupaten Kediri terutama kepada pihak unit Swalayan Permai Baru yang selalu memberikan kesempatan dan dukungan untuk melakukan penelitian.
10. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka tegur, sapa, kritik dan saran dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Putra' with a stylized flourish extending to the right.

PUTRAMA' ARIFRAHMAN
NPM. 2112010357

RINGKASAN

Loyalitas Pelanggan Ditinjau Dari Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi di Swalayan Permai Baru Kediri, Putrama' Arifrahman, NPM 2112010357, Tahun 2025, Manajemen, Universitas Nusantara PGRI Kediri, Zulistiani, S.Pd.,M.M. (Pembimbing 1) dan Poniran Yudho Leksono, M.M. (Pembimbing 2)

Latar belakang penelitian ini adalah semakin ketatnya persaingan bisnis ritel di Kediri, terutama dengan munculnya penjualan online yang mengancam keberlangsungan toko-toko ritel lokal. Swalayan Permai Baru Kediri sebagai salah satu unit usaha Koperasi Unit Daerah (KUD) Sri Among Tani menghadapi tantangan mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah kondisi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi baik secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas pelanggan Swalayan Permai Baru Kediri.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner kepada pelanggan swalayan. Analisis data dilakukan menggunakan regresi berganda dengan bantuan SPSS versi 25. Variabel independen meliputi kualitas pelayanan (keandalan, daya tanggap, jaminan, bukti fisik), harga (keterjangkauan, kesesuaian dengan kualitas, perbandingan harga, kejelasan harga), serta promosi (periklanan, promosi penjualan, publisitas). Variabel dependen adalah loyalitas pelanggan, yang diukur melalui pembelian ulang, rekomendasi kepada orang lain, dan kesetiaan pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan, harga, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Secara simultan, ketiga variabel ini juga terbukti berpengaruh signifikan, menunjukkan bahwa pelayanan yang baik, harga yang kompetitif, dan promosi yang tepat menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas pelanggan. Penelitian ini memberikan rekomendasi bagi Swalayan Permai Baru Kediri untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan, menjaga harga yang kompetitif, dan melakukan promosi yang inovatif agar dapat bertahan dan bersaing di pasar ritel yang semakin kompetitif.

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO:	iv
PRAKATA.....	vi
RINGKASAN	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	4
C. TUJUAN PENELITIAN.....	4
D. MANFAAT PENELITIAN	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA/LANDASAN TEORI	6
A. Teori Dan Penelitian Terdahulu Variabel Loyalitas Pelanggan	6
B. Teori Dan Penelitian Terdahulu Variabel Kualitas Pelayanan	11
C. Teori Dan Penelitian Terdahulu Variabel Harga	17
D. Teori Dan Penelitian Terdahulu Variabel Promosi.....	22
E. Kerangka Berfikir	27
F. Hipotesis Penelitian	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
A. Desain Penelitian	32
B. Definisi Operasional Variabel	33
C. Alat, Bahan dan atau Instrumen Penelitian.....	36
D. Populasi dan Sampel	41
E. Prosedur Penelitian	43
F. Tempat dan Waktu Penelitian.....	44

G. Teknik Analisis Data	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Hasil Penelitian	48
B. Deskripsi Hasil Variabel	52
C. Analisis Data.....	54
D. Pembahasan	60
BAB V PENUTUP	63
A. Simpulan	63
B. Implikasi	63
C. Saran	64
Daftar Rujukan	66
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Loyalitas Pelanggan	9
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu Kualitas Pelayanan	15
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu Harga	21
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu Promosi	26
Tabel 3.1 Kisi Kisi Penelitian.....	36
Tabel 3.2 Skala Likert	39
Tabel 3.3 Uji Validitas	40
Tabel 3.4 Uji Reliabilitas.....	41
Tabel 3.5 Kriteria Sampel	43
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis	50
Tabel 4.2 Hasil Kuesioner Tentang Kualitas Pelayanan	52
Tabel 4.3 Hasil Kuesioner Tentang Harga.....	53
Tabel 4.4 Hasil Kuesioner Tentang Promosi.....	53
Tabel 4.5 Hasil Kuesioner Tentang Loyalitas Pelanggan.....	54
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4.7 Analisa Regresi Linier Berganda	57
Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi.....	58
Tabel 4.9 Hasil Uji t (Parsial).....	59
Tabel 4.10 Hasil Uji F (Simultan)	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	30
Gambar 4.1 Bagan Struktur Organisasi	50
Gambar 4.2 Diagram Karakteristik Responden	51
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas.....	55
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	70
Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian	72
Lampiran 3 Hasil Output SPSS.....	76
Lampiran 4 Kisi Kisi Penelitian.....	78
Lampiran 5 Hasil Kuesioner	80
Lampiran 6 Dokumentasi.....	82

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Kemajuan ekonomi di Kediri semakin meningkat. Hal tersebut didukung oleh adanya Bandara Internasional Dhoho Kediri yang sudah mulai beroperasi. Beberapa ekonomi menyatakan bahwa proyek pembangunan bandara memiliki potensi untuk meningkatkan konektivitas dan aksesibilitas, membuka peluang baru untuk investasi, serta membangun lapangan pekerjaan yang signifikan (Ayuningtyas, 2022). Bisnis ritel menjadi salah satu investasi dan sumber lapangan kerja di Kota Kediri. Menurut Sunyoto & Mulyono (2022) didalam bukunya yang berjudul “Manajemen Bisnis Ritel” yang menjelaskan *retailing* dapat berarti keseluruhan aktivitas ekonomi yang melibatkan pemasaran barang dan jasa secara langsung kepada pelanggan. Dengan semakin luas dan kompetitifnya industri ritel saat ini menjadi tantangan serius bagi pemilik usaha ritel. Ditambah lagi dengan kehadirannya *online* atau *online shop* yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat. Hal tersebut semakin menyadarkan para pemilik usaha ritel akan pentingnya loyalitas pelanggan yang harus dijaga dan ditingkatkan supaya usahanya tetap berjalan sesuai dengan harapannya.

Swalayan Permai Baru Kediri adalah sebuah unit usaha dari Koperasi Unit Daerah (KUD) Sri Among Tani yang berada di Desa Brenggolo Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri. Swalayan Permai Baru ini memiliki 2 lantai yang setiap lantainya memiliki jenis barang yang berbeda. Di lantai pertama, terdapat berbagai macam kebutuhan rumah tangga, makanan ringan, produk kecantikan, perlengkapan bayi. dan lain - lain. Sedangkan untuk lantai dua, terdapat macam macam perabotan rumah tangga, mainan anak – anak, sepatu, alat tulis kantor (ATK), serta kebutuhan transaksi yaitu BRI Link yang juga tersedia disana. Namun, Swalayan Permai Baru sedang mengalami permasalahan di sektor pemasaran karena tingginya persaingan yang sedang terjadi saat ini.

Perkembangan dan pertumbuhan bisnis ritel ini sangat dipengaruhi oleh adanya kesetiaan/loyalitas pelanggan. Pada saat ini, penjualan *offline* mulai tergerus oleh adanya penjualan secara *online*. Hal ini perlu diantisipasi secara komprehensif/menyeluruh. Untuk itu, Swalayan Permai Baru berusaha membangun loyalitas pelanggan secara khusus. Hal ini dilaksanakan dengan mengadakan undian dengan ketentuan setiap berbelanja dengan jumlah 100 ribu rupiah akan mendapatkan satu buah kupon undian yang berlaku kelipatan. Hadiah dari undian ini berupa sepeda listrik, kipas angin, televisi, penanak nasi, dan masih banyak hadiah lainnya. Loyalitas pelanggan sangat penting karena mencerminkan keinginan yang kuat untuk terus membeli produk tanpa beralih ke perusahaan lain yang akan menjadi indikator keberhasilan bagi perusahaan (Rahmayanti & Ekawati, 2021). Hal tersebut diperkuat oleh hasil riset yang telah dipaparkan oleh (Insani & Madiawati, 2020) dengan hasil riset menjelaskan apabila kualitas pelayanan, harga, dan promosi GoFood semakin optimal, maka tingkat loyalitas pelanggan pun turut meningkat.

Loyalitas pelanggan ini akan terjadi apabila adanya kualitas pelayanan. Karena dengan kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Namun di Swalayan Permai Baru Kediri masih ada karyawan yang dalam melayani pelanggan masih belum maksimal seperti kebersihan yang kurang diperhatikan dan produk yang kurang tertata. Kualitas pelayanan sangat penting sesuai dengan yang dijelaskan oleh Anggraini & Budiarti (2020) yaitu dengan kualitas pelayanan yang unggul maka rasa loyal yang dimiliki pelanggan juga akan semakin meningkat. Hal ini sesuai dengan riset oleh Budiono (2021) dengan hasil studi mengungkapkan bahwa aspek kualitas pelayanan memberikan dampak tersendiri terhadap loyalitas pelanggan.

Selain kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan juga akan terjadi apabila harga yang ditawarkan relatif murah dan kompetitif. Karena dengan harga yang murah akan membuat pelanggan menjadi loyal karena dapat menghemat pengeluarannya. Harga yang kompetitif dapat mempengaruhi dan menekan loyalitas pelanggan karena promosi akan membuat pelanggan meningkatkan keputusan pembelian yang akan menjadi loyalitas pelanggan (Insani & Madiawati, 2020). Hal ini sesuai dengan riset oleh Tendatio et al., (2023)

dengan hasil penelitian tentang harga yaitu harga secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pengguna ShopeeFood pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Mikroskil.

Selain kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan juga akan terjadi apabila harga yang ditawarkan relatif murah dan kompetitif. Karena dengan harga yang murah akan membuat pelanggan menjadi loyal karena dapat menghemat pengeluarannya. Harga yang kompetitif dapat mempengaruhi dan menekan loyalitas pelanggan karena promosi akan membuat pelanggan meningkatkan keputusan pembelian yang akan menjadi loyalitas pelanggan (Insani & Madiawati, 2020). Hal ini sesuai dengan riset oleh Tendatio et al., (2023) dengan hasil riset yang berkaitan dengan harga yaitu harga secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pengguna ShopeeFood pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Mikroskil.

Promosi juga akan membuat pelanggan menjadi loyal karena tertarik dengan promosi yang dilakukan oleh pemilik usaha. Promosi adalah komunikasi satu arah yang bertujuan untuk menginformasikan, membujuk, atau mengingatkan orang tentang produk guna menciptakan pertukaran dalam pemasaran (Farisi et al., 2020). Seperti yang dilakukan oleh Swalayan Permai Baru Kediri yang mengadakan undian supaya pelanggannya menjadi bersemangat untuk berbelanja disana disana yang secara otomatis akan terbentuk loyalitas pelanggan. Seperti riset oleh (Anggraini & Budiarti, 2020) dengan riset tentang promosi yang menjelaskan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian mengenai loyalitas pelanggan telah banyak dilakukan, terutama dengan mempertimbangkan variabel seperti kualitas pelayanan, harga, dan promosi. Sebagian besar studi sebelumnya berfokus pada sektor ritel modern berskala besar seperti supermarket nasional atau e-commerce, namun masih terbatas penelitian yang mengkaji bagaimana ketiga faktor tersebut berpengaruh dalam konteks swalayan lokal, khususnya di daerah Kediri. Selain itu, karakteristik pelanggan swalayan seperti Permai Baru Kediri yang cenderung memiliki preferensi unik terhadap pelayanan, harga, dan promosi berbeda dari pelanggan di pasar modern berskala besar. Oleh karena itu, perlu

dilakukan penelitian lebih lanjut untuk memahami secara spesifik bagaimana kualitas pelayanan, harga, dan promosi membentuk loyalitas pelanggan di Swalayan Permai Baru Kediri, guna mengisi kekosongan literatur yang ada dan memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif di tingkat lokal.

Berdasarkan kondisi yang dipaparkan sebelumnya, peneliti berminat melaksanakan penelitian di tempat ini dengan judul **“Loyalitas Pelanggan Ditinjau Dari Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi di Swalayan Permai Baru Kediri”**.

B. RUMUSAN MASALAH

Mengacu pada pembahasan di latar belakang, penulis merumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Swalayan Permai Baru Kediri?
2. Apakah harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Swalayan Permai Baru Kediri?
3. Apakah promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Swalayan Permai Baru Kediri?
4. Apakah Kualitas pelayanan, harga, dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Swalayan Permai Baru Kediri?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan uraian rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Swalayan Permai Baru Kediri.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Swalayan Permai Baru Kediri.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Swalayan Permai Baru Kediri.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas pelayanan, harga, dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Swalayan Permai Baru Kediri.

D. MANFAAT PENELITIAN

Mengacu pada latar belakang dan tujuan penelitian yang telah disampaikan, penulis menginginkan agar penelitian ini bermanfaat sebagaimana berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini dapat menjadi sumber pengetahuan, rujukan, serta acuan bagi semua pihak yang ingin mendalami dan menambah wawasan mengenai manajemen pemasaran.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi dokumentasi ilmiah yang bermanfaat untuk kegiatan akademik bagi peneliti sendiri dan bagi pihak fakultas
2. Manfaat praktis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai solusi pemecahan masalah yang berhubungan dengan manajemen pemasaran di Swalayan Permai Baru Kediri.
 - b. Penelitian ini diharapkan menjadi bahan kajian dan evaluasi terhadap pengetahuan yang telah didapat mengenai manajemen khususnya manajemen pemasaran.

Daftar Rujukan

- Alviansyah, T., & Budiarti, A. (2023a). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pelanggan Anteraja Cabang Sawahan Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12.
- Alviansyah, T., & Budiarti, A. (2023b). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pelanggan Anteraja Cabang Sawahan Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Arianto, N., & Nirwana, Y. K. (2021). Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Simpanan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 7(2), 179–192. https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v7i2.658
- Ayuningtyas, W. (2022). Analisis Dampak Sosial Ekonomi Pembangunan Bandar Udara Internasional Yogyakarta (YIA) Bagi Kepala Keluarga Di Desa Glagah Kulon Progo. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(1). <https://journal.upy.ac.id/index.php/pkn/article/view/2642>
- Budiono, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Lokasi, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Bebek Kaleo Tebet Jakarta Selatan Dimasa Pandemi Covid-19. *SEGMENT Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 223–247. <https://doi.org/10.37729/sjmb.v17i2.6868>
- Chandra, T., & Novia, D. (2019). Analysis of Service Quality and Customer Satisfaction Using Customer Satisfaction Index (Csi) and Importance Performance Analysis (Ipa) Method in “Jakarta” Optical Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 125–139.
- Erlianti, D. (2019). Kualitas Pelayanan Publik. In *Jurnal Administrasi Publik dan Bisnis* (Vol. 1, Issue 1). <https://doi.org/10.36917/japabis.v1i1.7>
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (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>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi Ke-9). Universitas Diponegoro.

- Insani, N. A., & Madiawati, P. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Kota Bandung. *Jimea: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4. <http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/300>
- Jamaludin, I. (2020). *Bab ii tinjauan teori dan data 2.1*. 7–42.
- Larasati, R., Supinardi, B., & Fadhilah, M. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Sleman. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 585–594. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.3642>
- Lystia, C., Winasis, R., Widiarti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Umum Manajemen Terapan*, 3(4), 392–403.
- Mahmudah, L. (2022). Pengaruh Harga, Keramahan Karyawan, dan Variasi Barang Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Di Awam Swalayan Ngimbang). *Jekma*, 3(1), 1–11. <http://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/JEKMA/article/view/1341%0Ahttps://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/JEKMA/article/download/1341/824>
- Mikael, K., Lapian, N., & Irawati, I. (2024). *Kualitas Pelayanan Kesehatan Puskesmas Lembang Dalam Penanganan Gizi Buruk PENDAHULUAN Pelayanan publik merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dasar sesuai dengan hak-hak dasar setiap Warga Negara . Dalam Undang-Undang Republik Indones*. 5(2), 262–273.
- Mustika, R., & Prihartono. (2021). *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 5(3), 1171–1184.
- Nugroho, A. S., & Yulianto, A. . (2024a). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Rumah Makan Teras Melody. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen(JIRM)*, 13(1).
- Nugroho, A. S., & Yulianto, A. . (2024b). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Rumah Makan Teras Melody. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen(JIRM)*.
- Permono, V. R., & Pasharibu, Y. (2021). Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pizza Hut. *Jimek : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi, Volume 04*, 47–61.

- Purba, I. S., & Amelia, O. (2024). Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi. *Journal of Economic and Business*, 5(1).
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Purba%2C+Amelia+meningkatkan&btnG=#d=gs_qabs&t=1746658752407&u=%23p%3DXBtN4lpzAgEJ
- Rahmawati, P., & Cyasmoro, V. (2024). *Pengaruh suasana toko, persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di kedai roti ibu saya depok*. 7, 10252–10262.
- Rahmayanti, P. L. D., & Ekawati, N. W. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Menggunakan Online Food Delivery Service Di Bali. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 7(2), 125–138.
https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v7i2.714
- Reken, Feky, Erdawati, & Rahayu, Sri, Roky Apriansyah, Hendri Herman, Virna Sulfitri, Hermanto, Fatmawati, Suprihartini, Adi Masliardi, Ni Kadek Dessy Hariyanti, M. R. T. (2016). *PENGANTAR ILMU MANAJEMEN PEMASARAN*.
- Sahir, S. H. (2022). *Buku ini di tulis oleh Dosen Universitas Medan Area Hak Cipta di Lindungi oleh Undang-Undang Telah di Deposit ke Repository UMA pada tanggal 27 Januari 2022*.
- Sari, R. A., Wibowo, S. B., & Styaningrum, F. (2019). Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank Madiun. *FIPA: Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi*, 7(2), 267–276.
- Septiana, F. A., Syahputra, E., & Wardhani, R. K. (2024). Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Dina Swalayan Pace Nganjuk (Cv. Anugerah Maju Sejahtera). *Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(3), 130–145.
<https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i3.904>
- Septiani, N. (2021). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. *Pharmacognosy Magazine*, 75(17), 399–405.
- Setyarana, M. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PENGGUNA APLIKASI GO-FOOD DI KOTA JAKARTA. *MANAJEMEN DEWANTARA*, 6(1), 35–44. <https://doi.org/10.26460/md.v6i1.12008>
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Pendidikan. In *Alfabeta*.

- Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). Manajemen Pemasaran. In *UIRPRESS* (Vol. 11, Issue 1).
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Sunyoto, D., & Mulyono, A. (2022). Manajemen Bisnis Retail. *Suparyanto Dan Rosad*, 5(3), 248–253.
- Tendatio, J., Siagian, H., & Lubis, T. W. H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi dan Customer Experience terhadap Loyalitas Pengguna ShopeeFood. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 13(1), 19–32.
<https://doi.org/10.55601/jwem.v13i1.947>
- Wahyuni, L. F., & Purwanto, H. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Studi Empiris Pada Tempat Wisata Taman Rekreasi Pantai Kartini Rembang). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA) 5 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Madiun Agustus*.
- Wardhana, A. (2024). *Loyalitas pelanggan* (Issue July).
- Woen, N. G., & Santoso, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Normal terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*.
<https://doi.org/10.30588/jmp.v10i2.712>