

## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GUDEG LUMINTU JEMBER**

Dien Yuliani [diengizi19722@gmail.com](mailto:diengizi19722@gmail.com)  
Universitas Muhammadiyah Jember

Suharyatik [hartatikaza77@gmail.com](mailto:hartatikaza77@gmail.com)  
Universitas Muhammadiyah Jember

Shierley Aisyah [shirleyaisyah441@gmail.com](mailto:shirleyaisyah441@gmail.com)  
Universitas Muhammadiyah Jember

Tri Tjahjono [chyono34@gmail.com](mailto:chyono34@gmail.com)  
Universitas Muhammadiyah Jember

Nurul Qomariah [nurulqomariah@unmuhjember.ac.id](mailto:nurulqomariah@unmuhjember.ac.id)  
Universitas Muhammadiyah Jember

### **ABSTRACT**

*The increasingly fierce competition in the culinary business means that every business actor must be able to differentiate between one business and another so that it has advantages that can attract the attention of consumers. Business actors must ensure consumer satisfaction and design appropriate marketing strategies to encourage repeat purchases. Effective marketing is the key to convincing consumers to choose a product. This research aims to analyze the influence of service quality and product quality on Gudeg Lumintu Jember customer loyalty. The population of this research is all Gudeg Lumintu Jember customers with a sample of 75 respondents. Descriptive analysis, validity, reliability, classical assumptions and research hypothesis testing were used to analyze the data. The results of this research are expected to show a significant influence of service quality and product quality on Gudeg Lumintu Jember customer loyalty.*

**Keywords:** *service quality; product quality; customer loyalty; Gudeg Lumintu.*

### **1. PENDAHULUAN**

Perkembangan zaman seperti pada saat ini banyak sekali persaingan dalam berbisnis, salah satunya yaitu bisnis dalam bidang kuliner. Rumah makan sebagai salah satu bisnis kuliner merupakan istilah umum untuk menyebut usaha gastronomi yang menyajikan hidangan kepada masyarakat dan menyediakan tempat untuk menikmati hidangan itu serta menetapkan tarif tertentu untuk makanan dan pelayanannya. Data Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur menunjukkan jumlah rumah makan atau restoran di Kabupaten Jember pada tahun 2014-2018 mengalami penurunan dengan jumlah awal sebanyak 56 rumah makan atau

restauran menjadi 33 rumah makan atau restoran. Hal ini dapat diartikan bahwa persaingan dalam bisnis rumah makan di Kabupaten Jember saat ini sangat ketat, sehingga menuntut para pelaku bisnis untuk melakukan berbagai upaya guna meraih pangsa pasar terbesar dan mendapatkan loyalitas dari konsumen. Banyak sekali usaha rumah makan di daerah Jember.

Salah satu rumah makan yang berkembang adalah Rumah Makan Gudeg Lumintu yang didirikan kurang lebih 42 tahun. Rumah Makan Gudeg Lumintu merupakan sebuah rumah makan yang menyajikan makanan gudeg yang berdiri sejak tahun 1980 dikelola 2 oleh bapak

Rohan. Gudeg yang ditawarkan menyesuaikan dengan lidah orang Jawa Timur khususnya Jember yang tidak begitu menyukai makanan manis. Gudeg dimasak sehari sebelum disajikan sehingga bumbunya meresap sehingga menabuh cita rasa makanan tersebut. Rumah makan ini tidak hanya masih eksis, namun juga menjadi salah satu pilihan kunjungan wisata kuliner di Jember yang diterbitkan oleh suara indonesia-news.com.

Meskipun terletak didalam gang kecil dan tidak membuka cabang, tidak membuat rumah makan ini sepi pengunjung. Rata-rata jumlah pengunjung yang berkunjung di rumah makan ini setiap harinya berkisar 200 orang. Pesaing dari rumah makan ini yaitu Gudeg Jogja Asli Margo Eco, Omah Gudeg, Gudeg Miroso dan Nasi Gudeg Bu Mamik. Mengamati adanya persaingan ini Rumah Makan Gudeg Lumintu harus melakukan strategi yang tepat untuk mendapatkan pangsa pasar terbesar dan loyalitas dari konsumennya.

Loyalitas pelanggan sebagai komitmen kuat dari pelanggan untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa yang disukai secara konsisten di masa depan, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran memiliki potensi untuk menimbulkan perilaku berpindah (Qomariah, 2016). Loyalitas dapat muncul dengan adanya kualitas produk yang baik dan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen. Kualitas

pelayanan merupakan salah satu aspek penting dalam mewujudkan loyalitas pelanggan, yang dapat tercipta melalui kepuasan pelanggan (Mu'ah & Masram, 2014). Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan untuk terus berlangganan dan melakukan pembelian ulang produk atau jasa suatu perusahaan secara konsisten di masa depan. Loyalitas pelanggan ini penting karena meningkatkan kinerja keuangan, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan: meningkatkan keuntungan perusahaan meningkatkan kepuasan pelanggan. Loyalitas pelanggan bisa meningkat dikarenakan kualitas layanan yang baik dan kualitas produk yang senantiasa dijaga oleh penyedia jasa.

Inti dari kualitas pelayanan terletak pada upaya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta memastikan ketepatan penyampaiannya agar sejalan dengan ekspektasi mereka. Kualitas jasa merupakan setiap tindakan atau perbuatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan atas suatu benda (P. Kotler, 2019). Kualitas jasa sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendaliannya untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2014). Dua faktor utama yang mempengaruhinya adalah jasa yang diharapkan (expected service) dan jasa yang dipersepsikan (perceived service). Baik buruknya kualitas jasa bergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi

harapan pelanggan secara konsisten. Menurut (Parasuraman et al. 1985), kualitas pelayanan sebagai perbandingan antara layanan yang dirasakan pelanggan (persepsi) dengan kualitas layanan yang diharapkan. Menurut (P. Kotler & Amstrong, 2008), kualitas (quality) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Sedangkan (Lupiyoadi, 2013) menjelaskan bahwa kualitas produk atau jasa merupakan sejauh mana produk atau jasa memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Kualitas layanan yang baik akan selalu diingat oleh pelanggan. Dengan pelayanan yang baik dari penyedia jasa maka pelanggan akan merasa puas, dan jika pelanggan puas maka pelanggan akan memberikan rekomendasi kepada pelanggan lain untuk menggunakan atau mengkonsumsi produk atau jasa yang pernah dikonsumsinya.

Beberapa penelitian yang juga menghubungkan kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan adalah yang dilakukan oleh Siswadi (2018), penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. Penelitian ini di laksanakan di Perpustakaan Institut Pertanian Bogor (IPB) pada tahun 2018. Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung Perpustakaan IPB yang telah lebih dari satu kali. Jumlah responden dalam penelitian ini ditetapkan 262 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yang disebut purposive

sampling. Teknis analisis yang di gunakan pada penelitian ini menggunakan analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan program LISREL 8.80. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: terdapat pengaruh positif langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan. Terdapat pengaruh positif langsung kepuasan terhadap loyalitas. Terdapat pengaruh positif langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas. Terdapat pengaruh positif tidak langsung kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas. Menurut Septyarani & Nurhadi (2023), dalam penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan” dan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Demikian juga, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian yang lain yang juga membahas masalah kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan dilakukan oleh : (Pahlevi, et al. 2021), (Putro, et al 2014), (Harun, 2015), (Kuntari, et al. 2016), (Wu, 2011), (Rorong et al., 2023), (Dimiyati & Subagio, 2016), (Saleem & Raja, 2014), (Muzammil, et al. 2017), (Saputra, 2013), (Subagja & Susanto, 2019), (Nursaid, et al. 2020), (Mutmainnah, 2018), (Djanas, 2016), (Ariani, et al. 2019), (Pradnyaswari & Aksari, 2020), (Listiyana, et al. 2022), (Meriana & Nawangsari, 2023), (Sinurat & Ali, 2020), (Hanny & Krisyana, 2022),

(Antanegoro, et al. 2017), (Hakim, 2021), (Mahsyar & Surapati, 2020), (Putro et al., 2014), (Gunawan, et al. 2018), (Qomariah, et al. 2020), (Maskur, et al. 2016), (Ratnasari & Gumanti, 2019), (Sofiati, et al. 2018), (Hasniaty, 2015), (Verriana & Anshori, 2017), (Nurzhavira & Iriani, 2022), (Purwati & Hamzah, 2019), (Surjaatmadja, et al. 2019), (Muharmi & Sari, 2019), (Halimah, et al. 2022), (Sutrisno, et al. 2017), (Mulyawan & Rinawati, 2016), (Kassim & Abdullah, 2010), (Amin & Nasharuddin, 2013), (Aliman & Mohamad, 2016), (Qin & Prybutok, 2009), (Sivadas & Baker-Prewitt, 2000), (Wu, 2011), (Shi, et al. 2014), (Meesala & Paul, 2018), (Lee & Kim, 2014), (Gera, et al. 2017), (Shanka, 2012), (Hadi & Prakosa, 2022), (Gultom, et al. 2020), (Chinomona, et al. 2014), (Firmansyah & Prihandono, 2018), (Mardikawati & Farida, 2013), (Harpadeles, et al. 2016), (Juniantara & Sukawati, 2018), (Salehuddin, et al. 2024), (Qomariah, et al. 2021), (Qomariah, et al. 2023), (Fahmi, et al. 2020), (Sanosra, et al. 2022), (Purnomo, et al. 2023), (Nikmah, et al. 2022) yang menyatakan bahwa kualitas layanan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Soliha, et al. 2019), (Ciputra & Prasetya, 2020), (Qomariah, 2012), (Chao, et al. 2015), (Sukamuljo, et al. 2021) menyatakan bahwa kualitas layanan tidak dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Faktor berikutnya yang juga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan yaitu kualitas produk. Menurut

(Kotler & Armstrong, 2010), kualitas produk sebagai kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya. Definisi ini meliputi keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk, serta atribut produk lainnya. Kualitas produk berdampak langsung pada kinerjanya, karena erat kaitannya dengan nilai dan kepuasan konsumen. Jika produk atau jasa suatu perusahaan memiliki kualitas yang dapat memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk atau jasa tersebut dapat memenuhi kebutuhan pelanggan maka pelanggan akan puas dan akan memberika rekomendasi terbaik atas prosuk atau jasa perusahaan tersebut. Penelitian tentang kualitas produk yang terkait dengan loyalitas pelanggan adalah yang dilakukan oleh : (Salehuddin et al., 2024), (Mu'ah, et al. 2021), (Iriyanti, et al. 2016), (Kurniawati, et al. 2014), (Anggraeni, et al. 2016), (Wedarini, 2013), (Putro et al., 2014), (Pusparani & Rastini, 2014), (Naini, et al. 2022), (Wantara & Tambrin, 2019), (Hakim, 2021), (Mahsyar & Surapati, 2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk dapat memberikan peningkatan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang masih terdapat inkonsistensi hasil peneltian maka peneltian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dampak kualitas layanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Kuliner Gudeg Lumintu Jember.

## **2. KERANGKA TEORITIS**

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan elemen vital dalam proses pemasaran. Hal ini dikarenakan kualitas pelayanan menjadi faktor utama yang menentukan kepuasan pelanggan. Konsep kualitas pelayanan mengacu pada standar kualitas yang harus dipahami dan diterapkan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Pemahaman ini tidak boleh hanya berdasarkan asumsi atau cerita semata, melainkan harus didasarkan pada standar yang diakui dan diaplikasikan secara internasional, seperti standar ISO (International Standardization Organization). Kesadaran akan kualitas produk termanifestasi dalam proses yang berkelanjutan, mulai dari identifikasi kebutuhan konsumen, perumusan konsep produk (jasa), hingga pasca-pengiriman. Upaya ini bertujuan untuk memperoleh umpan balik dan memahami aspirasi konsumen (Lupiyoadi, 2013). Kualitas layanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan dirasakan pelanggan atas layanan yang mereka terima dibandingkan dengan alternatif lain yang tersedia dan pentingnya kesenjangan persepsi yang merupakan perbedaan antara harapan pelanggan tentang layanan dan kenyataan layanan yang mereka terima. Menurut (Parasuraman, 1998), konsep kualitas layanan berfokus pada lima dimensi utama kualitas layanan dengan mengembangkan model SERVQUAL untuk mengukur kualitas layanan, yang terdiri dari lima dimensi utama:

1). Keandalan (Reliability), 2). Kemampuan untuk memberikan layanan yang tepat waktu, akurat, dan konsisten, 3). Daya Tanggap (Responsiveness), 4). Kecepatan dan kesediaan staf untuk membantu pelanggan, 5). Jaminan (Assurance), 6). Empati (Empathy), 7). Bukti Fisik (Tangibles).

### **Kualitas Produk**

Kualitas merupakan aspek fundamental yang tidak dapat dipisahkan dari produk atau jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Hal ini menjadi faktor penting dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan dan meningkatkan daya saing di pasar. Kualitas produk dapat diartikan sebagai nilai jual lebih yang dimiliki oleh suatu produk dibandingkan dengan produk pesaing. Produk yang berkualitas tinggi mampu memberikan manfaat dan memenuhi kebutuhan pelanggan secara optimal. Menurut (Kotler, 2019), kualitas produk sebagai kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya. Kemampuan ini mencakup berbagai aspek, seperti 1) Durabilitas: Ketahanan produk terhadap penggunaan dan kerusakan, 2) Reliabilitas: Keandalan produk dalam bekerja dengan baik dan konsisten, 3) Ketepatan: Produk sesuai dengan spesifikasi dan standar yang ditetapkan, 4) Kemudahan: Kemudahan dalam penggunaan, pengoperasian, dan pemeliharaan produk, 5) Reparasi: Kemudahan dalam perbaikan jika terjadi kerusakan.

Kualitas produk merupakan konsep multidimensi yang tidak mudah diukur secara langsung. Menurut (Tjiptono, 2014), bahwa konsep "kualitas pengganti" sebagai alternatif untuk menilai kualitas produk. Kualitas pengganti ini mencerminkan tuntutan konsumen dan terdiri dari beberapa unsur, yaitu: 1) Keterjangkauan Harga yaitu konsumen tidak hanya mencari produk berkualitas tinggi, tetapi juga dengan harga yang wajar, 2) Ekonomis yaitu konsumen menginginkan produk yang hemat energi, tahan lama, dan membutuhkan biaya pemeliharaan yang rendah, 3) Keawetan yaitu produk yang terbuat dari bahan awet dan tahan terhadap perubahan waktu akan lebih disukai konsumen karena keawetan produk menandakan kualitas dan nilai yang tahan lama, 4). Keamanan yaitu produk yang aman digunakan dan tidak membahayakan konsumen merupakan aspek fundamental dalam kualitas produ, 5). Kemudahan Penggunaan yaitu konsumen menginginkan produk yang mudah digunakan tanpa memerlukan pelatihan khusus, 6) Kemudahan Produksi: yaitu produk yang mudah dibuat dari bahan baku yang mudah diperoleh dan proses produksi yang efisien akan menekan biaya produksi dan meningkatkan nilai ekonomis produk, 7) Keberlanjutan yaitu di era modern, konsumen semakin peduli terhadap kelestarian lingkungan dimana produk yang mudah dibuang atau didaur ulang menjadi nilai tambah yang menarik bagi konsumen.

### **Loyalitas Pelanggan**

Loyalitas merupakan konsep kompleks yang mengandung dimensi sikap dan perilaku. Menurut (Mu'ah & Masram, 2014), loyalitas dari perspektif perilaku sebagai pembelian ulang yang berkelanjutan. Menurut (Lupiyoadi, 2013), loyalitas adalah sikap merujuk pada kemampuan konsumen untuk mempertahankan hubungan dengan penyedia layanan. Hal ini menunjukkan komitmen emosional dan psikologis konsumen terhadap suatu merek atau perusahaan. Menurut (Kotler & Keller, 2016), loyalitas merupakan proses yang melibatkan pikiran dan emosi antara pelanggan dengan perusahaan yang tidak dapat diukur dan dikelola, karena pikiran dan emosi pelanggan yang satu dengan yang lain berbeda sehingga akan sulit untuk diukur atau dilambangkan. Sedangkan menurut (Oliver, 2015), loyalitas pelanggan merupakan bentuk komitmen yang kuat untuk melakukan pembelian, mengkonsumsi 18 kembali produk atau menggantinya dengan produk lain secara konsisten di masa depan. Hal tersebut mengungkapkan bahwa loyalitas terjadi karena adanya konsistensi dalam melakukan pembelian pada produk atau jasa di masa depan pada merek yang sama, pembelian yang dilakukan pelanggan tersebut pada merek yang sama menunjukkan adanya komitmen. Menurut Kotler & Keller (2016), loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang



disukai di masa depan, meskipun ada pengaruh situasional dan upaya pemasaran yang berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Ada beberapa strategi yang dapat digunakan perusahaan untuk membangun loyalitas pelanggan, seperti: 1) Menyediakan produk atau jasa berkualitas tinggi, 2) Memberikan layanan pelanggan yang excellent, 3). Membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, 4) Menawarkan program penghargaan, 5) Memanfaatkan data pelanggan. Loyalitas pelanggan merupakan faktor signifikan yang berkontribusi terhadap kinerja perusahaan dan diakui sebagai sumber fundamental keunggulan kompetitif. Loyalitas ini didefinisikan sebagai komitmen mendalam pelanggan untuk terus membeli atau mendukung produk/jasa favorit mereka di masa depan, meskipun dihadapkan pada berbagai situasi dan upaya pemasaran kompetitif (Kotler & Keller, 2016). Komitmen ini mendorong konsumen loyal untuk secara berulang menggunakan produk/jasa perusahaan dan resisten terhadap strategi pemasaran pesaing.

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam kerangka kausalitas. Dilandaskan pada definisi (Sugiyono, 2017), penelitian kausalitas menyelidiki hubungan sebab akibat antar variabel. Penelitian ini melibatkan satu atau lebih variabel independen sebagai penyebab hipotesis dan satu atau

beberapa variabel dependen sebagai akibatnya. Hubungan kausal dianalisis menggunakan metode statistik dan ekonometrik, dengan mempertimbangkan desain eksperimen yang kuat untuk memperkuat kesimpulan kausalitas (Ferdinand, 2015). Populasi penelitian ini adalah semua pelanggan Gudeg Lumintu di Jember yang berusia minimal 17 tahun. Sampel minimal 75 responden diperoleh berdasarkan dengan kriteria khusus. Uji reliabilitas dan uji validitas dilakukan untuk menguji kualitas instrumen penelitian, dan regresi linier sederhana digunakan untuk menguji hipotesis.

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Pembahasan**

#### **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Penelitian tentang hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan menunjukkan bahwa kualitas layanan merupakan faktor penting yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan. Pemilik kuliner yang ingin meningkatkan loyalitas pelanggan perlu fokus pada peningkatan kualitas layanan mereka. Hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan telah menjadi topik penelitian yang populer di berbagai disiplin ilmu. Kajian mendalam tentang hubungan ini penting untuk memahami bagaimana kualitas layanan dapat memengaruhi loyalitas pelanggan dan, pada akhirnya, meningkatkan kinerja bisnis.

Teori kualitas layanan mengemukakan bahwa kualitas

layanan merupakan salah satu komponen pemasaran yang sulit ditiru oleh pesaing. Hal ini disebabkan oleh sifatnya yang tidak berwujud dan hanya dapat dirasakan langsung oleh pelanggan. Pelanggan yang telah merasakan kualitas layanan terbaik dari suatu perusahaan akan memiliki ekspektasi tinggi yang belum tentu dapat dipenuhi oleh merek lain. Dampak kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan berdasarkan penelitian terdahulu, kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan melalui beberapa mekanisme, adalah kepuasan pelanggan, persepsi nilai, kepercayaan, keterikatan dan emosional. Sedangkan implikasi bagi penyedia jasa perlu terus meningkatkan kualitas layanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan persepsi nilai pelanggan, membangun kepercayaan pelanggan, menciptakan keterikatan emosional dengan pelanggan. Penelitian tentang hubungan antara kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh (Salehuddin, et al. 2024), (Qomariah, et al. 2021), (Qomariah, et al. 2023), (Fahmi, et al. 2020), (Sanosra, et al. 2022), (Purnomo, et al. 2023), (Nikmah, et al. 2022) yang menyatakan bahwa kualitas layanan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Berbeda dengan temuan (Soliha, et al. 2019), (Ciputra & Prasetya, 2020), (Qomariah, 2012), (Chao, et al. 2015), (Sukamuljo, et al. 2021) yang menunjukkan tidak adanya hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan.

Meskipun demikian penelitian ini optimis bahwa peningkatan kualitas layanan di Kuliner Gudug Lumintu Jember akan mampu meningkatkan loyalitas pelanggan.

### **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Beragam penelitian telah menunjukkan pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas produk memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas produk yang superior dapat membantu perusahaan untuk menarik pelanggan dari pesaing, karena kualitas produk yang baik meningkatkan kepuasan pelanggan, mampu membangun kepercayaan pelanggan, bisa membantu perusahaan untuk bersaing dengan pesaing. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kualitas produk, antara lain: 1). Desain produk yang memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, 2). Bahan baku yang berkualitas tinggi akan menghasilkan produk yang lebih tahan lama dan andal, 3). Proses produksi yang terkontrol dengan baik akan menghasilkan produk yang minim cacat, 4).: Pengendalian kualitas yang ketat akan memastikan bahwa produk yang dihasilkan sesuai dengan standar yang ditetapkan.

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah pengetahuan dengan menunjukkan bahwa kualitas produk Gudug Lumintu Jember yang enak dan di terima masyarakat Jember serta mampu meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian tentang



hubungan antara kualitas produk dengan loyalitas pelanggan yang sudah dilakukan oleh penelitian sebelumnya antara lain: (Salehuddin et al., 2024), (Mu'ah, et al. 2021), (Iriyanti, et al. 2016), (Kurniawati, et al. 2014), (Anggraeni, et al. 2016), (Wedarini, 2013), (Putro et al., 2014), (Pusparani & Rastini, 2014), (Naini, et al. 2022), (Wantara & Tambrin, 2019), (Hakim, 2021), (Mahsyar & Surapati, 2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk dapat memberikan peningkatan loyalitas pelanggan.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pemaparan yang sudah dijelaskan terkait dengan teori dan juga hasil penelitian terdahulu yang sudah dilakukan maka kesimpulan pada rancangan penelitian ini adalah :

1. Hipotesis pertama , menyatakan bahwa ualitas layanan Kuliner Gudeg Lumintu Jember memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Diharapkan hipotesis ini terbukti setelah penelitian selesai dilakukan.
2. Hipotesis kedua , menyatakan bahwa ualitas produk Kuliner Gudeg Lumintu Jember memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Diharapkan hipotesis ini terbukti setelah penelitian selesai dilakukan.

Saran yang dapat diberikan peneliti adalah hasil Penelitian ini untuk menambah pengetahuan khususnya tentang manajemen pemasaran dengan konsep kualitas layanan dan kualitas produk yang dikaitkan dengan loyalitas pelanggan.

Bagi manajemen, karena variabel kualitas layanan dan kualitas produk penting sekali sehingga bisa sebagai masukan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

## Daftar Pustaka

- Aliman, N. K., & Mohamad, W. N. (2016). Linking Service Quality, Patients' Satisfaction and Behavioral Intentions: An Investigation on Private Healthcare in Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 224(August 2015), 141–148. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.419>
- Amin, M., & Nasharuddin, S. Z. (2013). Hospital service quality and its effects on patient satisfaction and behavioural intention. *Clinical Governance*, 18(3), 238–254. <https://doi.org/10.1108/CGIJ-05-2012-0016>
- Anggraeni, Dita Putri dan Kumadji, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, Vol.37(April), Hal.173. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/87178-ID-pengaruh-kualitas-produk-terhadap-kepuas.pdf>
- Antanegoro, R. Y., Surya, D., & Sanusi, F. (2017). Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Layanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan

- Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa*, 1(2), 167–179. Retrieved from <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRBM/article/view/3152/2395>
- Ariani, F., Bachri, S., & Suardi, S. (2019). Pengaruh E - Service Quality Terhadap Customer Satisfaction , Trust , Dan Dampaknya Pada Repeat Usage Pada Bni Mobile Banking Di Kantor Cabang Palu. *Jurnal Katalogis*, 6(3), 162.
- Chao, R., Wu, T.-C., & Yen, W.-T. (2015). The Influence of Service Quality , Brand Image , and Customer Satisfaction on Customer Loyalty for Private Karaoke Rooms in Taiwan. *The Journal of Global Business Management*, 11(1), 59–67.
- Chinomona, R., Masinge, G., & Sandada, M. (2014). The influence of E-service quality on customer perceived value, customer satisfaction and loyalty in South Africa. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(9), 331–341. <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n9p331>
- Ciputra, W., & Prasetya, W. (2020). Analisis Pengaruh E-Service Quality, Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction, Trust, dan Customer Behavioral Intention (Survei pada Customer Toko Online [www.bibli.com](http://www.bibli.com)). *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 1(2), 109. <https://doi.org/10.37535/103001220201>
- Dimiyati, M., & Subagio, N. A. (2016). Impact of Service Quality, Price, and Brand on Loyalty with the mediation of Customer Satisfaction on Pos Ekspres in East Java. *Mediterranean Journal of Social Sciences MCSER Publishing*, 7(4), 2039–9340. <https://doi.org/10.5901/mjss.2016.v7n4p>
- Djanas, A. (2016). Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Serta dampaknya terhadap Loyalitas Wisatawan. *JSM (Jurnal Sains Manajemen) Program*, V(2), 184–192.
- Fahmi, A., Qomariah, N., & Cahyono, D. (2020). Effect of Service Quality and Service Innovation of Patient Satisfaction and Loyalty. *International Journal of Engineering Research & Technology (IJERT)*, 9(06), 1085–1090.
- Ferdinand, A. (2015). *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen . Edisi ke 2. Semarang: BP UNDIP*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, D., & Prihandono, D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Perceived Value terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan. *Management Analysis Journal*, 7(1), 120–128.

- <https://doi.org/10.15294/maj.v7i1.20638>
- Gera, R., Mittal, S., Batra, D. K., & Prasad, B. (2017). Evaluating the effects of service quality, customer satisfaction, and service value on behavioral intentions with life insurance customers in India. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 8(3), 1–20. <https://doi.org/10.4018/IJSSME.T.2017070101>
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(September), 171–180. <https://doi.org/https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i2.5290> Published
- Gunawan, A., Wahyuni, S. F., & Jufrizen, J. (2018). The Effect of Marketing Mix, Service Quality, Islamic Values and Institutional Image on Studentsâ Satisfaction and Loyalty. *Expert Journal of Marketing*, 6(2), 95–105.
- Hadi, F. K., & Prakosa, A. (2022). Pengaruh Service Quality, Perceived Value dan Switching Barrier terhadap Customer Retention. *Jurnal Pustaka Manajemen (Pusat Akses Kajian Manajemen)*, 2(1), 14–19. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamanajemen.v2i1.186>
- Hakim, L. N. (2021). Effect of Product Quality and Service Quality on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervening Variables. *Economit Journal: Scientific Journal of Accountancy, Management and Finance*, 1(1), 48–56.
- Halimah, R. N., Mursityo, Y. T., & Rusydi, A. N. (2022). ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN BCA MOBILE TERHADAP TINGKAT KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH BERDASARKAN MODEL E-S-QUAL DAN E-RECS-QUAL ANALYSIS OF BCA MOBILE SERVICE QUALITY IMPACT ON CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY LEVELS BASED ON THE E-S-QUAL AND E-. 9(6), 1219–1227. <https://doi.org/10.25126/jtiik.202294660>
- Hanny, H., & Krisyana, K. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, citra merek dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada kafe di kota Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 1115–1129. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.703>
- Harpadeles, I., Jushermi, & Nursanti, A. (2016). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN

- DAN LOYALITAS PELANGGAN TRANS METRO PEKANBARU Oleh: *JOM Fekon*, 3(1), 43–56.
- Harun, R. (2015). Pengaruh Atribut Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Simpedes Pada Bri Unit Kantor Cabang Palu. *Katalogis*, 3(10), 145–154.
- Hasniaty, H. (2015). Customer Perception On Products Pricing Service Quality Towards Customers Quality Relationships And Loyalty Of Domestic Airlines Indonesia. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 4(8), 181–188. Retrieved from <http://www.ijstr.org/research-paper-publishing.php?month=apr2020>
- Iriyanti, E., Qomariah, N., & Suharto, A. (2016). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA DEPOT MIE PANGSIT JEMBER. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 2(1), 1–15. Retrieved from <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/download/59/40>
- Juniantara, I. M. A., & Sukawati, T. G. R. (2018). PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(11), 5955–5982. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i11.p6>
- Kassim, N., & Asiah Abdullah, nor. (2010). The effect of perceived service quality dimensions on customer satisfaction, trust, and loyalty in e-commerce settings: A cross cultural analysis. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 22(3), 351–371. <https://doi.org/10.1108/13555851011062269>
- Kotler, D. A., & Armstrong, G. (2010). Principles Of Marketing Edisi Tiga Belas. *United States Of America*.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran (Marketing Management)*. Edisi 13. USA: Prentice Hall Inc.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15e*. New Jersey: Person Prentice Hall, Inc.
- Kuntari, B., Kumadji, S., & Hidayat, K. (2016). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survei Pada Pelanggan Bengkel PT Astra International Tbk â Daihatsu Malang). *Jurnal Administrasi*

- Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 36(1), 196–202.
- Kurniawati, D., Suharyono, & Kusumawati, A. (2014). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(2), 1–9. Retrieved from <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/583>
- Lee, S. Y., & Kim, J. H. (2014). Effects of servicescape on perceived service quality, satisfaction and behavioral outcomes in public service facilities. *Journal of Asian Architecture and Building Engineering*, 13(1), 125–131. <https://doi.org/10.3130/jaabe.13.125>
- Listiyana, Alvin, R., & Qomariah, N. (2022). Effect of E-Service Quality on Online Repurchase Intention with E-Trust as a Mediator for Tokopedia users (Study on Tokopedia Instagram Followers). *Jurnal Multidisiplin Madani (MUDIMA)*, 2(4), 2007–2028. <https://doi.org/https://journal.ypp3a.org/index.php/mudima/index>
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahsyar, S., & Surapati, U. (2020). EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(1), 204–211. <https://doi.org/https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Mardikawati, W., & Farida, N. (2013). PENGARUH NILAI PELANGGAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN, MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA PELANGGAN BUS EFISIENSI (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 64–75. <https://doi.org/10.14710/jab.v2i1.5355>
- Maskur, M., Qomariah, N., & Nursaidah. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Bengkel Mobil Larasati Lumajang). *Jurnal Sains Manajemen & Bisnis Indonesia*, VI(2), 212–221.
- Meesala, A., & Paul, J. (2018). Service quality, consumer satisfaction and loyalty in hospitals: Thinking for the future. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 40(July), 261–269. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.10.011>
- Meriana, N., & Nawangsari, L. C. (2023). Pengaruh Service Quality Elektronik Dan Satisfaction Elektronik Terhadap Customer Trust



- Elektronik Serta Dampaknya Terhadap Customer Loyalty Elektronik (Studi Pada Pengguna Aplikasi Seek Australia). *Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora*, 3(3), 397–407. Retrieved from [https://ejournal.penerbitjurnal.com/index.php/humaniora/article/download/468/409](https://ejournal.penerbitjurnal.com/index.php/humaniora/article/view/468)
- Mu'ah, Ariefin, M. S., Masram, & Qomariah, N. (2021). The Role of Cafe Atmosphere and Product Quality in Building Consumers' Trust and Loyalty. *International Journal of Economics and Management Studies*, 8(9), 44–47. <https://doi.org/10.14445/23939125/IJEMS-V8I9P107>
- Mu'ah, M., & Masram, M. (2014). *LOYALITAS PELANGGAN: Tinjauan Aspek Pelayanan dan Biaya Peralihan*. Sidoarjo: Zifatama.
- Muharmi, H., & Sari, K. (2019). Pengaruh Service Quality, Food Quality, Dan Perceived Value Terhadap Consumer Satisfaction Dan Behavioral Intentions. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 193–203. <https://doi.org/https://doi.org/10.32528/jmbi.v5i2.2880>
- Mulyawan, A., & Rinawati. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Serta Implikasinya Pada Loyalitas Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 10(2), 119–131.
- Mutmainnah, M. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 10(2), 201. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v10i2.2344>
- Muzammil, A., Yunus, M., & Darsono, N. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Pt. Telkom Indonesia Di Banda Aceh Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi*, 8(3), 104–133. Retrieved from <http://www.jurnal.unsyiah.ac.id/JInoMan/article/viewFile/9342/7643>
- Naini, N. F., Sugeng Santoso, Andriani, T. S., Claudia, U. G., & Nurfadillah. (2022). The Effect of Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction on Customer Loyalty. *Journal of Consumer Sciences*, 7(1), 34–50. <https://doi.org/10.29244/jcs.7.1.34-50>
- Nikmah, H., Susbiyani, A., Martini, N. N. P., & Qomariah, N. (2022). The Role of Price, Promotion and Quality Of Service in Improving Honda Motorcycle Customer Satisfaction and Loyalty. *SSRG*



- International Journal of Economics and Management Studies*, 9(1), 14–23.  
<https://doi.org/10.14445/23939125/IJEMS-V9I1P103>
- Nursaid, N., Purnomo, S. H., & Qomariah, N. (2020). The Impact of Service Quality and Institutional Image on the Satisfaction and Loyalty of Master of Management Students. *1st Borobudur International Symposium on Humanities, Economics and Social Sciences (BIS-HESS 2019)*, 436, 156–161.  
<https://doi.org/10.2991/assehr.k.200529.033>
- Nurzhavira, G. P., & Iriani, S. S. (2022). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN INDIHOME. *JIMAT*, 13(2), 692–704.
- Oliver. (2015). Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Costumer. *ME Sharp Incorporate*.
- Pahlevi, A. F., Suwarni, S., & Nurzam, N. (2021). The Influence Of Service Quality And Customer Satisfaction Towards Customer Loyalty At Bank Mega Syariah Bengkulu Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Mega Syariah Bengkulu. *Jurnal Emak (Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan)*, 2(4), 315–322.
- Parasuraman, A. (1998). PARASUMARAN 1998 - Customer service in business to business markets an agenda for research.pdf. 13(4), 309–321.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41.  
<https://doi.org/10.2307/1251430>
- Pradnyaswari, N. P. I., & Aksari, N. M. A. (2020). E-Satisfaction Dan E-Trust Berperan Dalam Memediasi Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Pada Situs E-Commerce Blibli.Com. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2683.  
<https://doi.org/10.24843/ejmunu.d.2020.v09.i07.p11>
- Purnomo, D. D., Restu, P. A., Irawan, D., & Qomariah, N. (2023). THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, BRAND IMAGE, AND CUSTOMER SATISFACTION ON CUSTOMER LOYALTY OF BEKAM THERAPY CENTER JEMBER. *International Journal of Management Science and Information Technology (IJMSIT)*, 3(2), 157–164.  
<https://doi.org/http://journal.lembagakita.org/index.php/IJMSIT/article/view/1309>
- Purwati, A. A., & Hamzah, M. L. (2019). Total service quality management and it's impact on customer satisfaction and loyalty of online transportation in Indonesia. *International*

- Journal of Scientific and Technology Research*, 8(11), 1066–1070.
- Pusparani, P., & Rastini, N. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan Kamera Canon Digital Single Lens Reflex (Dslr) Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(5), 255333.
- Putro, S. W., Samuel, H., & Brahmana, R. K. M. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9. Retrieved from <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1404>
- Qin, H., & Prybutok, V. R. (2009). Service quality, customer satisfaction, and behavioral intentions in fast-food restaurants. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 1(1), 78–95. <https://doi.org/10.1108/17566690910945886>
- Qomariah, N. (2012). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 10(1), 177–187. Retrieved from <https://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/410/447>
- Qomariah, N. (2016). *Marketing Adactive Strategy*. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/326623130\\_MARKETING\\_ADACTIVE\\_STRATEGY](https://www.researchgate.net/publication/326623130_MARKETING_ADACTIVE_STRATEGY)
- Qomariah, N., Budiastuti, A., Sanosra, A., Susbiani, A., & Budisatoto, E. (2020). Building Student Satisfaction and Loyalty Based on Service Quality and Institutional Image. *SSRG International Journal of Economics and Management Studies (SSRG-IJEMS)*, 7(9), 24–33. <https://doi.org/10.14445/23939125/IJEMS-V7I9P103>
- Qomariah, N., Firdaus, R., & Herlambang, T. (2023). Peran Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Koperasi. *PROSENAMA 2023*, 3, 121–131. Surabaya: UPN Jatim.
- Qomariah, N., Pangestu, M. K. M., Herlambang, T., & Putu, N. N. (2021). The Role of Promotion and Service Quality in Increasing Consumer Satisfaction and Loyalty in Pawnshops. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 4(10), 1948–1960. <https://doi.org/10.47191/jefms/v4-i10-17>
- Ratnasari, D., & Gumanti, T. A. (2019). Relationship marketing, service quality, satisfaction and customers loyalty of bank sharia mandiri banyuwangi.

- International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(6), 7–10. Retrieved from <https://www.google.com/url?client=internal-element-cse&cx=01566552297807158791:e4ankvq01v0&q=http://www.ijstr.org/final-print/june2019/Relationship-Marketing-Service-Quality-Satisfaction-And-Customers-Loyalty-Of-Bank-Sharia-Mandiri-Banyuwangi.pdf&sa=U&ve>
- Rorong, C. J., Tawas, H. N., Rogi, M. H., Atmosfer, P., Dan, C., Layanan, K., ... Rogi, M. H. (2023). PENGARUH ATMOSFER CAFÉ DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA CAFÉ I CARE LANGOWAN. *Jurnal EMBA*, 11(2), 255–264.
- Saleem, H., & Raja, N. S. (2014). The impact of service quality on customer satisfaction, customer loyalty and brand image: Evidence from hotel industry of Pakistan. *Middle - East Journal of Scientific Research*, 19(5), 706–711. <https://doi.org/10.5829/idosi.mejsr.2014.19.5.21018>
- Salehuddin, S., Amri, M., Purwanto, A., & Qomariah, N. (2024). The Influence of Service Quality and Product Quality on Indihome Customer Loyalty. *Buda*, 7(1), 12–21. <https://doi.org/https://doi.org/10.33258/birci.v7i1>
- Sanosra, A., Satoto, E. B., Ismanto, T., & Qomariah, N. (2022). Impact of Service Quality and Promotion on Satisfaction and Loyalty of Visitors to Red Island Tourism Destinations Banyuwangi. *Quest Journals Journal of Research in Business and Management*, 10(2), 78–86.
- Saputra, F. I. (2013). Kualitas Layanan , Citra dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan ( Studi Pada PT Bank Bni 46 Sentra Kredit Kecil Surabaya ). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 11(3), 445–457. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2016.05.009>
- Shanka, M. S. (2012). Bank Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in Ethiopian Banking Sector. *Journal of Business Administration and Management Sciences Research*, 1(1), 1–9. Retrieved from <http://www.apexjournal.org/JBAMSR>
- Shi, Y., Prentice, C., & He, W. (2014). Linking service quality, customer satisfaction and loyalty in casinos, does membership matter? *International Journal of Hospitality Management*, 40, 81–91. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.03.013>
- Sinurat, A. V. R., & Ali, M. M.

- (2020). Analysis of E-Service Quality and Quality Information on Trust and Impact on Purchase Decision on Consumer Tokopedia ( Case Study of Tokopedia Customers in Tangerang City ). *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(3), 538–548. Retrieved from <https://ijisrt.com/assets/upload/files/IJISRT20MAR189.pdf>
- Sivadas, E., & Baker-Prewitt, J. L. (2000). An examination of the relationship between service quality, customer satisfaction, and store loyalty. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 28(2), 73–82. <https://doi.org/10.1108/09590550010315223>
- Sofiati, I., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2018). DAMPAK KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN. *Jurnal Sains Manajemen & Bisnis Indonesia*, 8(2), 244–259.
- Soliha, E., Rizal, A., Maskur, A., Mawarni, N. B., & Rochmani, R. (2019). Service quality, bank image, and customer loyalty: The mediating role of customer satisfaction. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(10), 2667–2671.
- Subagja, I. K., & Susanto, P. H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(1), 69–84. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v7i1.249>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukamuljo, L., Ruswanti1, E., & Aida, M. (2021). Hospital Image and Service Quality Are Not Able to Provide Patient Satisfaction and Loyalty Effect. *Journal of Multidisciplinary Academic*, 05(04), 321–327. <https://doi.org/10.51971/joma.v5n4.01102021>
- Surjaatmadja, S., Hubaib, A., & Muda, I. (2019). The effect of brand image, service quality and price towards the decision of the use of remittance (The remittance from the indonesian migrant workers in hongkong to Indonesia through the state-owned banks). *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(8), 214–221.
- Sutrisno, Cahyono, D., & Qomariah, N. (2017). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN , KEPERCAYAAN SERTA CITRA KOPERASI TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS ANGGOTA. *Jurnal Sains Manajemen & Bisnis Indonesia*, 7(2), 157–174. <https://doi.org/10.32528/smbi.v7i2.1230>

- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: ANDI Offset.
- Verriana, R. I., & Anshori, M. Y. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan ( Service Quality ) Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan. *Accounting and Managemen Journal*, 1(1), 63–79.
- Wantara, P., & Tambrin, M. (2019). The Effect of Price and Product Quality Towards Customer Satisfaction and Customer Loyalty on Madura Batik. *International Tourism and Hospitality Journal*, 2(1), 1–9. Retrieved from <https://rpajournals.com/ithj:https://rpajournals.com/ithj>
- Wedarini, N. (2013). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Telkom Flexi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 2(5), 243526.
- Wu, C. chan. (2011). The impact of hospital brand image on service quality, patient satisfaction and loyalty. *African Journal of Business Management*, 5(12), 4873–4882. <https://doi.org/10.5897/AJBM10.1347>