

**ANALISIS TINGKAT LOYALITAS PELANGGAN DI WORK  
COFFEE BANDUNG**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Persyaratan untuk Mendapat Gelar Sarjana Pariwisata



oleh

Sheila Nikitta Dasilva

NIM 1807587


**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

**2022**

## LEMBAR PENGESAHAN

**SHEILA NIKITTA DASILVA**  
**ANALISIS TINGKAT LOYALITAS PELANGGAN DI WORK COFFEE**  
**BANDUNG**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:



**Agus Sudono, MM.**  
**NIP. 19820508.200812.1.002**



**Gilang Pratama Putra, S.Pd., M.Pd**  
**NIP. 920200419870218101**

Mengetahui:  
Ketua Program Studi  
Manajemen Industri Katering



**Dr. Dewi Turgarini, S.S., MM. Par.**  
**NIP. 19700320.200812.2.001**

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Sheila Nikitta Dasilva

NIM : 1807587

Jurusan : Manajemen Industri Katering

Fakultas : Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Julul Skripsi : Analisis Tingkat Loyalitas Pelanggan Di Work Coffee Bandung

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul " Analisis Tingkat Loyalitas Pelanggan Di Work Coffee Bandung" ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Juni 2022

Sheila Nikitta Dasilva  
NIM 1807587

# **LEMBAR HAK CIPTA**

## **ANALISIS TINGKAT LOYALITAS PELANGGAN DI WORK COFFEE BANDUNG**

Oleh

Sheila Nikitta Dasilva

Skripsi yang Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Pariwisata pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Sheila Nikitta Dasilva

Universitas Pendidikan Indonesia

2022

Hak cipta dilindungi Undang-Undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,  
Dengan dicetak ulang, di foto copy, atau cara lainnya tanpa izin dari peneliti.

## ABSTRAK

Banyaknya *Coffee shop* yang memiliki konsep dan pelayanan yang sama membuat penurunan pendapatan di Work Coffee Bandung, Mengetahui loyalitas pelanggan dapat meningkatkan rasa loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan di Work Coffee Bandung dan Analisis tingkat loyalitas pelanggan di Work Coffee Bandung. Variabel faktor loyalitas pelanggan *Service Quality*, *Brand Image*, *Customer Satisfaction* dan *Trust* terhadap tingkatan loyalitas yaitu (*switcher*, *habitual buyer*, *satisfied buyer*, *liking of the brand* dan *committed buyer*) konsumen di Work Coffee Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, pendekatan deskriptif dan verifikatif, Analisis yang digunakan analisis regresi linier berganda dengan sampel pada penelitian ini merupakan 100 konsumen di Work Coffee Bandung dengan teknik *Accidental Sampling*. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan karakteristik loyalitas pelanggan di Work Coffee cukup tinggi, Faktor yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkatan loyalitas pelanggan di Work Coffee Bandung adalah *Service Quality*, *Brand Image* dan *Customers Satisfaction*, Tingkat loyalitas pelanggan di Work Coffee berada di *Liking Of The Brand* yaitu konsumen yang sungguh-sungguh menyukai Work Coffee Bandung. Kesimpulan dari penelitian ini adalah variabel *Service Quality*, *Brand Image* dan *Customers Satisfaction* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkatan loyalitas pelanggan. Rekomendasi dari peneliti ini adalah meningkatkan *Service quality*, *brand image*, *customer satisfaction* dikarenakan dalam penelitian ini berpengaruh terhadap tingkatan loyalitas pelanggan, sedangkan untuk *trust* dapat menggunakan strategi yang lebih tepat dalam meningkatkan kepercayaan konsumen.

**Kata Kunci** : *Switcher*, *Habitual Buyer*, *Satisfied Buyer*, *Liking Of The Brand*, *Committed Buyer*

## ABSTRACT

The number of coffee shops that have the same concept and service makes a decrease in revenue at Work Coffee Bandung. Knowing customer loyalty can increase the sense of customer loyalty. This study aims to examine the factors that influence customer loyalty at Work Coffee Bandung and analysis of customer loyalty levels at Work Coffee Bandung. The variable factors of customer loyalty are Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction and Trust to the level of loyalty (switcher, habitual buyer, satisfied buyer, liking of the brand and committed buyer) consumers at Work Coffee Bandung. This study uses quantitative methods, descriptive and verification approaches, The analysis used is multiple linear regression analysis with the sample in this study is 100 consumers at Work Coffee Bandung with Accidental Sampling technique. The results of this study show that the characteristics of customer loyalty at Work Coffee are quite high. Factors that have a positive and significant effect on the level of customer loyalty at Work Coffee Bandung are Service Quality, Brand Image and Customers Satisfaction, The level of customer loyalty at Work Coffee is in Liking Of The Brand namely consumers who really like Work Coffee Bandung. The conclusion of this study is that the variables of Service Quality, Brand Image and Customers Satisfaction have a significant influence on the level of customer loyalty. Recommendations from this researcher are to improve service quality, brand image.

**Keywords:** *Switcher, Habitual Buyer, Satisfied Buyer, Liking Of The Brand, Committed Buyer*

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Analisis Tingkat Loyalitas Pelanggan di Work Coffee Bandung”

Shalawat serta salam tak lupa peneliti curah dan limpahkan rasul junjungan alam Nabi Muhammad SAW. Penulis juga mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya khususnya kepada orang tua, adik, keluarga besar dan kepada pihak yang sangat mendukung penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan proposal skripsi ini tidak lepas dari kesalahan dan jauh dari sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sehingga dapat berguna baik bagi penulis sendiri maupun pembaca umum.

Bandung, Juni 2022

Sheila Nikitta Dasilva  
NIM 1807587

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi tidak dapat selesai tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak baik waktu, tenaga dan juga materi, karena penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi ini:

1. Allah SWT dengan segala rahmat yang selalu diberikan untuk kekuatan dan keikhlasan untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
2. Nabi Muhammad SAW shalawat dan salam terlimpahkan kepada beliau
3. Orang Tua penulis, Ayah Arynatta Montazerry , Ibu Nur baidah. Terima kasih atas restu,doa, nasihat ,didikan serta dukungan material. Kerja keras untuk pengorbanan yang besar demi kelancaran studi dan skripsi penulis dengan penuh kesabaran dan keikhlasan, semoga Allah SWT selalu membalas kebaikan ayah dan ibu.
4. Prof. Dr. M. Solehudin M.Pd., selaku rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
5. Prof. Dr. Agus Mulyana, M.Hum., selaku dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial.
6. Dewi Turgarini, S.S., M.M.Par., selaku Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.
7. Bapak Agus Sudono, M.M., selaku dosen pembimbing I yang selalu memberikan bimbingan kepada penulis dengan sangat baik, memberikan banyak masukan dan saran selalu dengan sabar dan penuh semangat membantu menuntaskan pengerjaan skripsi dari awal hingga akhir.
8. Bapak Gilang Pratama Putra, S.Pd., M.Pd, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dengan sangat baik, memberikan banyak masukan dan saran yang mengarahkan agar skripsi penulis sesuai dan dapat terselesaikan dengan tepat waktu.
9. Dosen dan Staf pengajar Program Studi Manajemen Industri Katering yang telah memberi ilmu serta mendidik penulis untuk mendapat ilmu yang lebih baik lagi



10. Barista Work Coffee Bandung A' Dici terima kasih sudah mengizinkan penulis meneliti di Work Coffee Bandung.
11. Kedua adik penulis, Ryan Altamirano dan Rafa Bayeva
12. Keluarga besar Alm. H. Selamat dan Alm. Ibrahim Hamid yang telah memberikan banyak semangat pada penulis.
13. Esti Dwi Nur Azizah S.Par sudah selalu membantu penulis dengan sabar dan mengarahkan penulis dalam pembuatan skripsi.
14. Ghina Nabilah, Zaira Aqila Maharani, Kristianti Sherly Octaviani, Yusi Cahya, Muizah Yulia Umami dan Nindy Victoria yang sudah memberikan dukungan dan membantu penulis dalam menjalani skripsi ini dan juga perkuliahan ini.
15. Amsal Maima S.Par sebagai partner yang sudah mendukung dalam pengerjaan skripsi ini.
16. Aulia Putri, Nur Ummu Syalamah, Naufal Muzzaki, Yubel Andreas, Syahrul Ramadhan yang sudah membantu penulis dalam perkuliahan ini.
17. Siti Novita Sari Nasution, Hadil Indah putrid an Putu Sri Mayani yang sudah mensupport sekaligus menghibur penulis dalam menjalankan skripsi ini.
18. Anggie Fitriyah, Putri Endita dan Ade Karmenita yang sudah mensupport penulis dalam hal apapun.
19. Teman- teman MIK 2018 yang sudah membantu penulis dalam hal apapun.
20. Kakak tingkat 2017 dan 2016 yang sudah memberi masukan dan penjelasan mengenai skripsi dengan sabar dan jelas.

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PERNYATAAN .....	ii
LEMBAR HAK CIPTA .....	iii
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR BAGAN .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1. Manfaat Teoretis .....	8
2. Manfaat Praktis .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 Pariwisata .....	9
2.1.2 Pengertian Restoran .....	9
2.2 Konsep Loyalitas Pelanggan .....	10
2.2.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	10
2.2.2 Karakteristik pada Loyalitas Pelanggan .....	11
2.2.3 Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan .....	11
2.2.4 Tingkat Loyalitas Pelanggan .....	12
2.3 Penelitian Terdahulu .....	14
2.4 Kerangka Pemikiran .....	21
2.5 Hipotesis .....	22
BAB III METODE PENELITIAN .....	24
3.1 Objek dan Subjek Penelitian .....	24

3.2	Metode Penelitian.....	24
3.3	Operasionalisasi Instrumen Penelitian .....	24
3.4	Populasi dan Sampel .....	28
3.4.1	Populasi .....	28
3.4.2	Teknik Sampling .....	29
3.4.3	Sampel .....	29
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	30
3.6	Jenis dan Sumber Data .....	30
3.7	<i>Method Of Succesive Interval (MSI)</i> .....	31
3.8	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	31
3.8.1	Uji Validitas.....	31
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	35
3.9	Teknik Analisis Data dan Hipotesis .....	37
3.9.1	Analisis Deskriptif.....	37
3.9.2	Analisis Verifikatif .....	37
3.9.3	Uji Asumsi Klasik .....	38
3.9	Pengujian Hipotesis.....	39
3.9.1	Koefisien Determinasi .....	39
3.9.2	Uji F (Uji Simultan).....	40
3.9.3	Uji T (Uji Parsial) .....	41
3.10	Analisis Pengukuran Tingkat Loyalitas Pelanggan .....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>44</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	44
4.1.1	Sejarah Work Coffee Bandung .....	44
4.1.2	Struktur Organisasi di Work Coffee Bandung .....	44
4.2	Karakteristik dan Pengalaman Responden .....	45
4.2.1	Jenis Kelamin .....	45
4.2.2	Usia.....	46
4.2.3	Pekerjaan .....	46
4.2.4	Pendapatan per bulan.....	47
4.2.5	Domisili .....	48
4.2.6	Karakteristik Loyalitas Pelanggan Work Coffee Bandung .....	48
4.3	Pengalaman Responden.....	51
4.4	Hasil Tanggapan Responden Mengenai Faktor Loyalitas Pelanggan ....	52

4.4.1	Tanggapan Hasil Responden Faktor pengaruh Loyalitas Pelanggan <i>Service Quality</i> .....	52
4.4.2	Tanggapan Hasil Responden Faktor pengaruh Loyalitas Pelanggan <i>Brand Image</i> .....	55
4.4.3	Tanggapan Hasil Responden Faktor pengaruh Loyalitas Pelanggan <i>Customer Satisfaction</i> .....	58
4.4.4	Tanggapan Hasil Responden Faktor pengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan <i>Trust</i> .....	61
4.5	Hasil Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Loyalitas Pelanggan ..	63
4.5.1	Tanggapan Hasil Responden Tingkat Loyalitas Pelanggan <i>Switcher</i> ..	63
4.5.2	Tanggapan Hasil Responden Tingkat Loyalitas Pelanggan <i>Habitual Buyer</i> .....	65
4.5.3	Tanggapan Hasil Responden Tingkat Loyalitas Pelanggan <i>Satisfied Buyer</i> .....	69
4.5.4	Tanggapan Hasil Responden Tingkat Loyalitas Pelanggan <i>Liking Of The Brand</i> .....	71
4.5.5	Tanggapan Hasil Responden Tingkat Loyalitas Pelanggan <i>Committed Buyer</i> .....	75
4.6	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	78
4.6.1	Uji Normalitas .....	78
4.6.2	Uji Multikolinearitas .....	79
4.6.3	Uji Heteroskedastisitas .....	79
4.7	Hasil Analisis Verifikatif.....	80
4.7.1	Hasil Regresi Linear Berganda.....	80
4.7.2	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	81
4.8	Hasil Uji Hipotesis .....	81
4.8.1	Uji F.....	81
4.8.2	Uji T .....	82
4.9	Tingkat Loyalitas Pelanggan .....	84
4.9.1	Hasil Analisis <i>Switcher</i> .....	84
4.9.2	Hasil Analisis <i>Habitual Buyer</i> .....	86
4.9.3	Hasil Analisis <i>Satisfied Buyer</i> .....	87
4.9.4	Hasil Analisis <i>Liking Of The Brand</i> .....	88
4.9.5	Hasil Analisis <i>Committed Buyer</i> .....	90
4.10	Hasil Analisis Tingkatan Loyalitas Pelanggan .....	91
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		93

5.1	Simpulan.....	93
5.2	Saran.....	93
	DAFTAR PUSTAKA .....	95
	LAMPIRAN.....	100

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah wisatawan Mancanegara yang datang ke Indonesia.....	2
Tabel 1. 2 Jumlah Wisatawan ke kota Bandung tahun 2017-2021 .....	3
Tabel 1. 3 Jumlah Restoran di Kota Bandung tahun 2014-2017 .....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Instrumen Penelitian .....	25
Tabel 3. 2 Data Pengunjung Work Coffe 2021 .....	28
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian .....	32
Tabel 3. 4 Tingkat Keandalan Alpa Cronbach.....	36
Tabel 3. 5 Reliability Statistics .....	36
Tabel 3. 6 Interpretasi koefisien determinasi .....	39
Tabel 3. 7 Interval Tingkatan Loyalitas .....	42
Tabel 3. 8 Tabel Tingkatan Loyalitas .....	43
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	46
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	47
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	48
Tabel 4. 6 Karakteristik Loyalitas Pelanggan Di Work Coffee Bandung.....	48
Tabel 4. 7 Karakteristik Membeli Diluar Lini Produk.....	49
Tabel 4. 8.....	49
Tabel 4. 9 Karakteristik Merekomendasikan Produk Pada Orang Lain .....	50
Tabel 4. 10 Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing .	50
Tabel 4. 11.....	50
Tabel 4. 12 Pengalaman Responden .....	51
Tabel 4. 13 Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Service Quality .....	53
Tabel 4. 14 Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Brand Image.....	55
Tabel 4. 15 Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Customer Satisfaction	58
Tabel 4. 16 Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Trust.....	61
Tabel 4. 17 Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Switcher .....	63
Tabel 4. 18 Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Habitual Buyer.....	66
Tabel 4. 19 Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Satisfied Buyer.....	69
Tabel 4. 20 Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Liking Of the Brand..	72
Tabel 4. 21 Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Committed Buyer .....	75
Tabel 4. 22 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov .....	78
Tabel 4. 23 Uji Multikolinearitas .....	79
Tabel 4. 24 Uji Heteroskedastisitas.....	79
Tabel 4. 25 Regresi Linear Berganda.....	80
Tabel 4. 26 Koefisien Determinasi.....	81
Tabel 4. 27 Hasil Uji F.....	82
Tabel 4. 28 Hasil Uji T.....	82
Tabel 4. 29 Hasil Switcher .....	85

Tabel 4. 30 Hasil Habitual Buyer.....	86
Tabel 4. 31 Hasil Satisfied Buyer .....	87
Tabel 4. 32 Hasil Liking Of The Brand .....	89
Tabel 4. 33 Hasil Committed Buyer .....	90

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo Perusahaan Work Coffee .....	44
Gambar 4. 2 Garis Kontinum Service Quality .....	55
Gambar 4. 3 Garis Kontinum Brand Image .....	57
Gambar 4. 4 Garis Kontinum Customer Satisfaction .....	61
Gambar 4. 5 Garis Kontinum Trust .....	63
Gambar 4. 6 Garis Kontinum Switcher.....	65
Gambar 4. 7 Garis Kontinum Habitual Buyer .....	68
Gambar 4. 8 Garis Kontinum Satisfied Buyer .....	71
Gambar 4. 9 Garis Kontinum Liking Of the Brand .....	74
Gambar 4. 10 Garis Kontinum Committed Buyer .....	78
Gambar 4. 11 Piramida Tingkat Loyalitas Pelanggan .....	91



## DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Data Penjualan di Work Coffee Bandung.....	6
Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	22
Bagan 4.1 Struktur Organisasi Work Coffee Bandung .....	45

## DAFTAR PUSTAKA

- A.J.Muljadi, Warman. (2014). *Kepariwisata dan perjalanan*. Jakarta : Rajawali Pers, 2016.
- Adhiansyah, A., & Rizkyanfi, M. W. (2020). The Influence of Marketing Mix on Customer Purchasing Decision at The Abraham and Smith Restaurant. *The Journal Gastronomy Tourism*, 7(2), 106–119. <https://doi.org/10.17509/gastur.v7i2.30815>
- Aprianti, I., & Krismawati, J. P. (2020). Pengaruh Citra Merk dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mayoutfit Bandung melalui Instagram. *JEMPER (Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan)*, 2(1), 50. <https://doi.org/10.32897/jemper.v2i1.265>
- Apriliani, R. A. E. (2019). Pengaruh Brand Trust, Brand Equity dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Teh Botol Sosro di Wonosobo). *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 6(2), 112–121. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v6i2.687>
- Arif, I., & Santoso, B. (2016). Analisis Usabilitas Sistem Informasi Perpustakaan (Sipus) Integrasi UGM. *Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 12(2), 104. <https://doi.org/10.22146/bip.17288>
- Dasari, Y., & Sari, L. M. (2020). Evaluasi Pelayanan Kefarmasian Terhadap Tingkat Kepuasan Pasien Di Apotek Xyz Sadamantra. *Jurnal Farmaku (Farmasi Muhammadiyah Kuningan)*, 5(2), 70–76. <https://doi.org/10.55093/jurnalfarmaku.v5i2.140>
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2004). Strategi Menaklukan Pasar Melalui Ekuitas dan Perilaku Merek. In *Nasional* (p. 189). PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Evan, G., & Wicaksana, G. (2014). Analisis Loyalitas Konsumen Starbucks terhadap Brand Starbucks di Surabaya. *Commonline Departemen Komunikasi*, 3(2), 132–141.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Gustiko, A. B., & Widiyanto, I. (2015). Studi tentang Loyalitas Merek. *Diponegoro Journal Of Management*, 4(September 2014), 1–13.

- Handayani, S., & Martini, I. (2015). Analisis Faktor Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Indomart (Studi Kasus di Kota Semarang). *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 22(38), 1–15.
- Hanifa, R., Trianto, A., & Hendrich, M. (2019). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Layanan Go-Ride Pada Bisnis JasaTransportasi Go-Jek di Kota Palembang. *MOTIVASI Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4, 2019. <http://jurnal.um-palembang.ac.id/motivasi>
- Harnoto, F. (2014). Strategi Kepuasan Pelanggan Dalam Mempertahankan Dan Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 21(36), 1–15. <https://ejournal.stiedharmaputra-smg.ac.id/index.php>
- HIMMATUN NIFATI, N. (2018). Hubungan Kualitas Pelayanan, Produk, Dan Harga Dengan Tingkat Kepuasan Konsumen Di Restaurant Terakota Café Verwood Hotel and Serviced Residence Surabaya. *Jurnal Tata Boga*, 7(2), 1–8.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen*. Alfabeta.
- Irwanti, S. (2017). Warung Kopi dan Gaya Hidup Modern. *Jurnal Al-Khitabah*, III(1), 33–47.
- Kotler & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kristanto, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen, Studi Kasus Pada Usaha Susu Murni Siliwangi A Karsan Bandung. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 19(1), 13–22. <https://doi.org/10.21831/jim.v19i1.50173>
- Mada, J. G., & Rahman, J. R. A. (2021). *Strategi Penentuan Lokasi Usaha Warung Kopi dengan Metode Pemeringkatan Faktor di Kota Pontianak*. 2011, 465–475.
- Manuaba, I. B. S. (2015). *Analisis Tingkat Brand Loyalty Konsumen Sepada Motor Merek Honda Di Pt. Tri Mitra Bali Motor Semabaung Gianyar*. 5(1), 1–13. [www.aisi.or.id,2014](http://www.aisi.or.id,2014)
- Mursalin, A. (2017). *ANALISIS LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP ROKOK KRETEK DI KOTA PONTIANAK*. 37–47.

- Ni Ketut Riani. (2021). Pariwisata Adalah Pisau Bermata 2. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(5), 1470.
- Nopriyenti, D., Indrawanis, H. E., & Vermila, C. W. (2019). Analisis Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Terhadap Minyak Goreng Kemasan di Desa Muaro Sentajo Kecamatan Sentajo Raya Kabupaten Kuantan Singingi. *Jurnal Agribisnis*, 106–117.
- Nugroho, M., & Paramita, R. (2009). Peningkatan loyalitas melalui lokasi dan keanekaragaman barang. *Jurnal Ekobis*, 10(1), 222–230.
- Oktarina Effendi, L., & Krisnadewara, D. (2013). Analisis Tingkat Brand Loyalty Pada Produk Pembersih Wajah Merek “Ponds.” *Analisis Tingkat Brand Loyalty Pada Produk Pembersih Wajah Merek “Ponds,”* 25(1), 1–15.
- Prasodjo, A. (2016). Perkotaan Kabupaten Jember. *Proseeding Seminar Nasional*, 133–143.
- Priyatno, D. (2016). *Belajar Alat Analisis Data Dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS*. Gava Media.
- Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1404>
- PUTU EKA WIRAWAN, & SEMARA, I. M. T. (2021). *Modul Pengantar Pariwisata* (Vol. 4, Issue 1).
- Rasyid, D. F., Niode, I. Y., & Isa, R. A. (2022). Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kuliner Sore Drink di Kota Gorontalo. 5(1), 295–304.
- Rohmah, N. F. (2019). Struktur dan Desain Organisasi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(1), 1–13.
- Rotinsulu, E., Sumayku, S., & Sambul, S. (2015). Pengaruh Harga, Produk Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Big Jay Family Karaoke. *Jurnal Administrasi Publik UNSRAT*, 2(029), 1302.
- Samsudin, S. (2019). Analisis Loyalitas Pelanggan Di Pt Nutrifood, Kotamadya Bogor. *Transparansi Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 1(2), 179–193.

<https://doi.org/10.31334/trans.v1i2.302>

- Setyadi, F. K., Suharyono, & Bafadhal, A. S. (2018). Survei Pada Pengguna Sepatu Casual Merek Adidas Di Kota Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 55(2), 177–184.  
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2286>
- SIAHAAN, P. M. (2019). *Analisis Loyalitas Konsumen Teh Celup Di Kota Medan Skripsi Oleh : Putri Mawaddah Siahanaan Program Studi Agribisnis*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Suharsimi, A. (2018). *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*. Bumi Aksara.
- Triana, D., & Oktavianto, W. O. (2013). Relevansi Kualifikasi Kontraktor Bidang Teknik Sipil Terhadap Kualitas Pekerjaan Proyek Konstruksi Di Provinsi Banten. *Fondasi : Jurnal Teknik Sipil*, 2(2), 182–190.  
<https://doi.org/10.36055/jft.v2i2.1732>
- Umar, H. (2014). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Loyalitas Pelanggan Pada Penerbangan Low Cost Carrier. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTransLog)*, 1(2), 127–138.
- Vermila, C. W. (2020). Analisis Tingkat Loyalitas Konsumen Terhadap Produk Roti Ditoko Rotte Bakery Garuda Sakti Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Provinsi Riau. *Optima*, 3(2), 1. <https://doi.org/10.33366/optima.v3i2.1752>
- Vista Yuliantika. (2014). Pengaruh Aktivitas Belajar Terhadap Hasil Belajar Siswa Dalam Pembelajaran Sosiologi Kelas Xi Ips Man 2 Pontianak. *Artikel Penelitian*, 5(2), 40–51.
- Wijayanto, A. (2013). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI LOYALITAS KONSUMEN TUPPERWARE (Studi Pada Konsumen Tupperware di Universitas Diponegoro). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 89–97. <https://doi.org/10.14710/jab.v2i1.5357>
- Yasmin, S. R., & Angga, W. (2020). *Pengaruh Kampanye Less Waste More Coffee terhadap Gaya Hidup Eco Friendly Konsumen*. 309–312.

- Yunaida, E. (2018). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798–807. <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.685>
- Zano, B. R., & Santoso, T. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha. *Agora*, 7(1), 48–60.
- Zuhdi, S. (2018). ANALISIS BRAND LOYALTY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN Studi Kasus Pengguna Mobil Merek TOYOTA. *Jurnal Ilmiah Kesatuan*, 2(10), 96–105.