

PENGARUH SERVIS QUALITY DAN KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BANK MUAMALAT CABANG BENGKULU

Rike Novianti¹, Bely Andrians², Bayu Nugroho³, Aldha Pebriana Aziz⁴, Khairul Bahrun⁵ Study Program of Management Faculty of Economic Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Email : rikenovianti2018@gmail.com¹, belyandrians@gmail.com², nugrohbayu@gmail.com³, aldha.febriana00@gmail.com⁴, khairulbahrun@umb.ac.id⁵

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of *Service quality* and customer trust on customer loyalty at Bank Muamalat Bengkulu Branch. *Service quality* is measured through aspects such as reliability, responsiveness, assurance, empathy, and physical appearance. Customer trust is considered an important factor in building long-term relationships between banks and customers. The research method used is a survey by distributing questionnaires to customers of Bank Muamalat Bengkulu Branch. The research sample was taken randomly and involved a number of respondents representing bank customers. The collected data were analyzed using regression techniques to assess the effect of independent variables (*Service quality* and customer trust) on the dependent variable (customer loyalty). Based on the results of multiple linear regression, the following equation form is obtained: $Y = 0.556 + 0.575X_1 + 0.7427 X_2$. The results of this study indicate that *Service quality* and customer trust have a positive and significant influence on customer loyalty at Bank Muamalat Bengkulu Branch. Therefore, banks need to pay attention and improve the quality of service provided to customers and build customer trust in order to strengthen long-term relationships and increase customer loyalty.

Keywords: Service Quality, Customer Trust, Customer Loyalty

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, industri perbankan menghadapi tantangan besar untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah. Bank sebagai lembaga keuangan memainkan peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan keuangan masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi bank untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas nasabahnya. Bank Muamalat merupakan salah satu bank syariah yang memiliki fokus pada prinsip-prinsip keuangan Islam. Cabang Bengkulu sebagai bagian dari jaringan Bank Muamalat berperan penting dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya. Untuk memahami faktor-faktor yang dapat memengaruhi loyalitas nasabah di Bank Muamalat Cabang Bengkulu, perlu dilakukan penelitian mengenai pengaruh *Service quality* (kualitas layanan) dan Kepercayaan Nasabah terhadap loyalitas nasabah.

Kualitas layanan merupakan aspek kritis yang dapat memengaruhi persepsi nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh bank. *Service quality* mencakup berbagai elemen seperti kecepatan pelayanan, kemudahan akses, ketepatan informasi, keramahan, dan tanggapan terhadap kebutuhan nasabah. Pengukuran dan perbaikan *Service quality* dapat menjadi strategi penting bagi bank untuk meningkatkan kepuasan nasabah dan membangun loyalitas. Kepercayaan merupakan elemen kunci dalam hubungan antara bank dan nasabah.

Kepercayaan nasabah terhadap bank akan memengaruhi keputusan nasabah untuk tetap menggunakan produk dan layanan bank tersebut. Faktor-faktor seperti transparansi, keamanan, integritas, dan keandalan layanan perbankan dapat membentuk tingkat kepercayaan nasabah. Loyalitas nasabah mencerminkan sejauh mana nasabah bersedia untuk tetap menggunakan produk dan layanan dari bank tertentu. Faktor-faktor seperti kepuasan nasabah, *Service quality*, dan kepercayaan dapat mempengaruhi tingkat loyalitas nasabah.

Loyalitas nasabah yang tinggi dapat membantu bank mempertahankan pangsa pasar dan menciptakan hubungan jangka panjang dengan nasabah.

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pengaruh kualitas layanan (*Service quality*) dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank Muamalat Cabang Bengkulu. Latar belakang penelitian ini didasari oleh pentingnya memahami faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah dalam konteks perbankan syariah. Masalah utama yang ingin dipecahkan dalam penelitian ini adalah mengetahui sejauh mana kualitas layanan dan kepercayaan nasabah berkontribusi terhadap loyalitas nasabah pada Bank Muamalat. Penelitian ini memiliki beberapa tujuan, yaitu untuk mengevaluasi kualitas layanan dan kepercayaan nasabah, menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kualitas layanan dan kepercayaan nasabah, dan menguji pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat dalam meningkatkan pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah dalam industri perbankan syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Cabang Bengkulu. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pentingnya loyalitas nasabah sebagai faktor yang memengaruhi keberhasilan dan keberlanjutan sebuah bank. Dalam industri perbankan, persaingan semakin ketat sehingga penting bagi bank untuk memahami dan memenuhi harapan nasabah terhadap kualitas layanan yang diberikan. Kepercayaan nasabah juga menjadi faktor kunci dalam membangun hubungan yang kuat antara bank dan nasabahnya. Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas bagaimana kualitas layanan dan kepercayaan nasabah berkontribusi terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Cabang Bengkulu. Dengan mendalaminya hubungan antara *servis quality*, kepercayaan nasabah, dan loyalitas nasabah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik bagi Bank Muamalat Cabang Bengkulu dalam meningkatkan pelayanan dan membangun hubungan yang kokoh dengan nasabah.

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh servis quality dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank Muamalat Cabang Bengkulu. Salah satu fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana kualitas layanan yang diberikan oleh Bank Muamalat Cabang Bengkulu dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Selain itu, peneliti juga akan mencoba untuk menganalisis tingkat kepercayaan nasabah terhadap Bank Muamalat Cabang Bengkulu dan apakah kepercayaan tersebut memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah di Bank Muamalat Cabang Bengkulu. Dalam penelitian ini, faktor-faktor seperti responsivitas layanan, kehandalan layanan, jaminan, empati, dan bukti fisik akan dievaluasi untuk memahami pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah. Selain itu, kepercayaan nasabah juga akan dievaluasi untuk mengetahui pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi Bank Muamalat dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah dan mempertahankan posisi mereka di pasar perbankan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengambil populasi dari nasabah Bank Muamalat Cabang Bengkulu. Metode survey digunakan untuk mengumpulkan data dari responden yang merupakan nasabah Bank Muamalat Cabang Bengkulu. Survei dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada responden yang dipilih secara acak. Kuisioner berisi pertanyaan tentang persepsi nasabah terhadap kualitas layanan dan kepercayaan nasabah terhadap bank. Metode survey dipilih karena memberikan kesempatan untuk mengumpulkan data yang representatif dari populasi dan juga memberikan kemudahan dalam pengolahan data. Survei ini dilakukan dengan menjaga kerahasiaan responden dan menjelaskan tujuan penelitian kepada responden sebelum pengisian kuisioner. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kesungguhan dan kejujuran responden dalam menjawab kuisioner. Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menggunakan layanan Bank

Muamalat Cabang Bengkulu. Jumlah nasabah yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 120 nasabah. Sampel penelitian diambil menggunakan metode purposive sampling dengan menggunakan kriteria yaitu nasabah aktif yang telah memiliki rekening Bank Muamalat, nasabah yang sering menggunakan layanan dan bertransaksi secara rutin di Bank Muamalat, dan nasabah yang memiliki kepercayaan tinggi terhadap layanan Bank Muamalat. Data yang telah terkumpul dari penelitian akan dianalisis menggunakan metode statistik data akan diolah melalui proses pengumpulan, pengolahan, dan penginterpretasian.

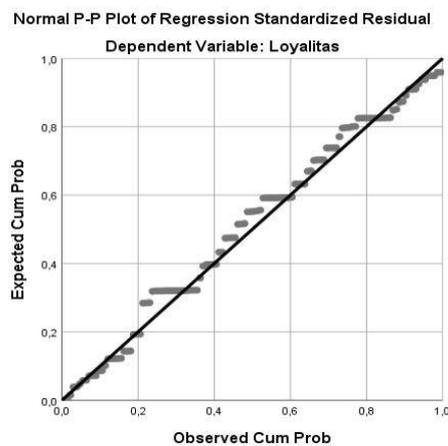
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis data yang dilakukan, diperoleh beberapa temuan utama:

A. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

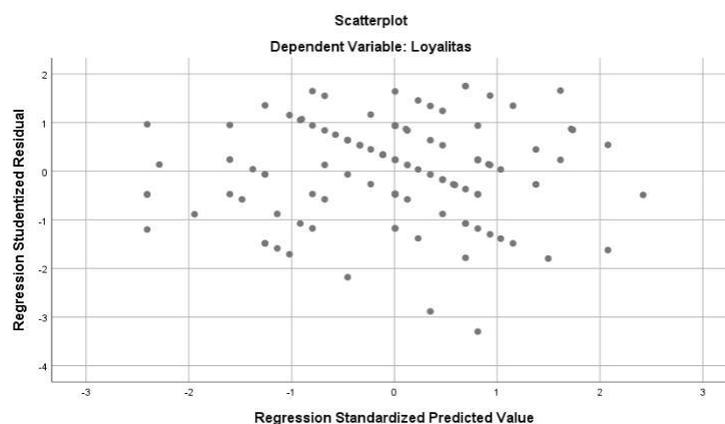
Gambar 1.
Uji Normalitas



Gambar di atas menunjukkan bahwa grafik uji normalitas menggambarkan penyebaran data disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal grafik tersebut, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2.
Uji Heteroskedastisitas



Dalam gambar di atas, grafik scatterplot untuk uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik tersebar secara acak dan tidak berbentuk pola tertentu. Mereka juga tersebar di bawah dan di atas 0 pada sumbu Y. telah menemukan bahwa tidak ada heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga dapat digunakan untuk memprediksi variabel Loyalitas (Y).

3. Uji Multikoleniaritas

Tabel 1.
Uji Multikoleniaritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Servis Quality	,895	1,117
Kepercayaan	,895	1,117

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai tolerabilitas masing-masing variable dalam penelitian lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF masing-masing kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian tersebut mengalami gangguan multikolinieritas.

B. Regresi Linier Berganda

Tabel 2.
Hasil Uji Regresi Linier

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,556	1,685		,033	,973
	Service Quality	,575	,104	,407	5,545	,000
	Kepercayaan	,427	,077	,406	5,538	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas

Persamaan regresi yang dihasilkan dari perhitungan komputer, yang dilakukan menggunakan SPSS untuk Windows, adapun hasilnya dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$Y = 0,556 + 0,575X^1 + 0,427X^2$$

Angka-angka ini secara ekonomi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta adalah 0,556. Artinya, jika nilai variabel *Servis Quality* (X_1), Kepercayaan (X_2), dianggap sama atau tidak ada, maka nilai Loyalitas akan meningkat, yaitu 0,556.
2. Koefisien variabel (X_1). Dengan nilai positif 0,575, nilai minat beli akan meningkat sebesar 0,575 jika lokasi naik satu satuan, dengan asumsi variabel Kepercayaan (X_2) tetap sama.
3. Nilai koefisien variabel penataan (X_2) adalah 0,427, nilai yang positif, yang berarti bahwa jika ada peningkatan satu satuan dalam penataan, maka nilai Loyalitas akan meningkat sebesar 0,427 satuan, dengan asumsi variabel *Service quality* (X_1) nilainya tidak berubah.

C. Determinasi

Koefisien determinasi, R-squared (R^2), adalah ukuran statistik yang digunakan dalam analisis regresi untuk mengevaluasi sejauh mana model regresi cocok dengan data yang diamati, R-squared mengukur proporsi variasi dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model regresi.

Tabel 3.
Hasil Uji Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,661 ^a	,437	,427	1,42667

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Service Quality

b. Dependent Variable: Loyalitas

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi pada kolom R Square adalah 0,437 (43,7 %). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel dependen, variabel Loyalitas (Y), dapat dibantu oleh variabel *Service Quality* (X₁), variabel Kepercayaan (X₂). Jumlah yang tersisa, yaitu 0,563 atau 56,3%, diberikan oleh faktor-faktor atau variabel lain yang dibahas dalam penelitian ini.

D. Uji T

Pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen diukur melalui nilai probabilitas masing-masing. Untuk mengetahui apakah variabel Loyalitas (Y) dipengaruhi secara parsial atau signifikan oleh atribut *Service Quality* (X₁) dan Kepercayaan (X₂). Nilai t hitung dan nilai t tabel dibandingkan pada nilai signifikansi 0,05 (5%) setelah dikumpulkan menggunakan program statistik SPSS versi 25. Dengan n adalah jumlah sampel (120) dan k adalah jumlah variabel yang digunakan, derajat bebas (df) = n – k. Derajat bebas (df) = 120-2= 118, jadi t tabel yang digunakan adalah t (5%) (20) atau t (0,05) (20) = 1.65787 untuk hasil uji parsial.

Tabel 4.
Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,556	1,685		,033	,973
	Service Quality	,575	,104	,407	5,545	,000
	Kepercayaan	,427	,077	,406	5,538	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas

Nilai signifikansi variabel berikut ditemukan dari tabel di atas:

1. variabel *Service Quality*: t-hit > ttabel (5,545 > 1.65787) dan sig $\alpha = 0,00 < 0,050$. Oleh karena itu, karakteristik variabel *Service Quality* (X₁) berpengaruh positif dan signifikan (0,000 > 0,05) terhadap variabel Loyalitas (Y).
2. Variable Kepercayaan (X₂) t-hit > ttabel (5,538 > 1.65787) dan sig $\alpha = 0,00 < 0,050$. Oleh karena itu, karakteristik variabel Kepercayaan (X₁) berpengaruh positif dan signifikan (0,000 > 0,05) terhadap variabel Loyalitas (Y).

E. Uji F

Hasil uji f berikut menunjukkan apakah model penelitian telah layak digunakan untuk menentukan apakah variabel independen, yaitu variabel *Service Quality* (X_1), dan variabel Kepercayaan (X_2), berpengaruh terhadap variabel dependen, yaitu variabel Loyalitas (Y). Nilai f hitung diperoleh menggunakan program statistik SPSS versi 25, dan nilai f tabel dibandingkan pada nilai signifikansi 0,05 (5%). Penelitian ini memiliki 120 responden, dan jumlah keseluruhan variabel (k) adalah 2.

Tabel 5.
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	184,852	2	92,426	45,410	,000 ^b
	Residual	238,140	117	2,035		
	Total	422,992	119			

a. Dependent Variable: Loyalitas

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Service Quality

Berdasarkan tabel di atas, ditemukan bahwa variabel independen *Service quality* (X_1), Kepercayaan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen, Loyalitas (Y). Nilai signifikansi 0,00 kurang dari 0,05, dan nilai f hitung 45,410 lebih besar dari f tabel 3.07.

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh *Service Quality* terhadap loyalitas nasabah pada Bank Muamalat Cabang Bengkulu. *Service quality* adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank kepada nasabah. Berdasarkan tinjauan pustaka, *service quality* dan kepercayaan merupakan faktor penting dalam mempengaruhi loyalitas nasabah. Untuk mengukur *service quality* dan kepercayaan, penelitian sudah melakukan uji analisis menggunakan beberapa Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui survei dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada nasabah Bank Muamalat Cabang Bengkulu. Selanjutnya, analisis data menggunakan uji regresi linier berganda untuk mengidentifikasi hubungan antara *Service Quality* dan loyalitas nasabah yang menunjukkan bahwa *Service quality* dan Kepercayaan mempunyai pengaruh Positif dan Signifikan secara Simultan Terhadap Keputusan pembelian (Y).

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi Bank Muamalat dalam meningkatkan kualitas pelayanan mereka agar dapat mempertahankan kepercayaan dan loyalitas nasabah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *Service Quality* dan Kepercayaan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Muamalat Cabang Bengkulu. Dalam penelitian ini, *Service Quality* yang diberikan oleh Bank Muamalat Cabang Bengkulu terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan loyalitas nasabah terhadap bank tersebut. Selain itu, Kepercayaan Nasabah juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kepercayaan yang dimiliki oleh nasabah terhadap bank akan mempengaruhi keputusan mereka untuk tetap menggunakan jasa perbankan bank tersebut. Faktor-faktor lain yang ikut mempengaruhi loyalitas nasabah juga telah dibahas dalam penelitian ini. Dalam rangka meningkatkan loyalitas nasabah, Bank Muamalat Cabang Bengkulu perlu memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanan serta membangun kepercayaan nasabah secara berkelanjutan.

SARAN

1. Perbaikan Kualitas Layanan, Bank Muamalat Cabang Bengkulu perlu terus meningkatkan kualitas layanan kepada nasabah. Ini bisa dilakukan dengan pelatihan yang lebih baik bagi karyawan, pembaruan proses, dan memastikan respons yang cepat terhadap kebutuhan nasabah.
2. Penguatan Kepercayaan, Bank perlu melakukan upaya konkret untuk memperkuat kepercayaan nasabah. Ini termasuk transparansi dalam proses perbankan, komunikasi yang jelas dan terbuka, serta memastikan keamanan dan keandalan dalam setiap transaksi.
3. Penelitian Lanjutan, Mengingat pentingnya faktor-faktor ini dalam mempengaruhi loyalitas nasabah, penelitian lanjutan dapat dilakukan untuk lebih memahami dinamika ini secara lebih mendalam. Ini dapat membantu bank dalam mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk mempertahankan dan menarik nasabah baru.
4. Penerapan Teknologi, Memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kualitas layanan dan memperkuat kepercayaan nasabah. Ini bisa termasuk penggunaan aplikasi perbankan yang ramah pengguna, fitur keamanan yang canggih, dan sistem dukungan pelanggan yang responsif.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, M. S. Z. (2020). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Produk Tabungan Emas Pegadaian. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 8(2), 472–481.
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/32397>
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.7>
- Fakhri, R. (2022). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Buku Fadira Pekanbaru. *Riau Economics and Business Review*, 13(3).
- Fatimah, S. (2024). *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal Pengaruh Service Quality, E-Trust Dan Transformasi Digital Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Produk BSI Mobile: Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening*. 6, 378–381.
<https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i1.3952>
- Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan Dedek. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 273–282.
<http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>
- Ishak, A., & Luthfi, Z. (2011). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs. *Jurnal Siasat Bisnis*, 15(1), 55–66. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol15.iss1.art5>
- Kusyana, D. N. B., & Pratiwi, K. A. (2019). Skala Pengukuran Kualitas Layanan: Sebuah Kajian Literatur. *Widya Manajemen*, 1(2), 21–39.
<https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v1i2.354>
- Lubis, A., Effendi, I., & Rosalina, D. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Medan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(4), 896–902.
<https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1600>

- Norhayati, N. A., & Soviyanti, E. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Btn Syariah Cabang Arifin Ahmad Pekanbaru. *Jurnal Manajemen Lancang Kuning*, 1(1), 1–6. <https://doi.org/10.55352/maqashid.v2i2.269>
- Rafi, A. R., & Nugroho, D. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(3), 376–382.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07>
- Satryawati, E. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan E- Commerce. *Jurnal Teknologi Informatika Dan Komputer*, 4(1), 36–52. <https://doi.org/10.37012/jtik.v4i1.284>
- Sumadi, S., Tho'in, M., Efendi, T. F., & Permatasari, D. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Naughti Hijab Store). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1117–1127. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2562>
- Verriana, R. I., & Anshori, M. Y. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan (Service Quality) Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pada Mahasiswa Universitas Nu Surabaya. *Accounting and Management Journal*, 1(1), 63–79. <https://doi.org/10.33086/amj.v1i1.73>
- Widjoyo, S. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102. <https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>