

***The Role Of Customer Satisfaction And Loyalty
From Location, Promotion And Service Quality Viewpoint
In The Community Empowerment Secure Fund Activities Management Unit (UPK DAPM)
Sragen Regency***

**Peran Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah
Dari Sudut Pandang Lokasi, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan
Pada Unit Pengelola Kegiatan Dana Amanah Pemberdayaan Masyarakat (UPK DAPM)
Kabupaten Sragen**

Hartawan¹, Dedy Prastyowicaksono²

¹STIE-AUB Jl Mr. Sartono 46 Surakarta, ²UPK DAPM Sragen

E-mail ; ¹hartawan@stie-aub.ac.id, ²dedypras234@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis dan memberikan bukti secara empiris pengaruh Lokasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas nasabah UPK DAPM Kabupaten Sragen melalui Kepuasan nasabah. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 nasabah UPK DAPM di Kabupaten Sragen dimana sampel diperoleh dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu accidental sampling. Analisis data yang dilakukan berupa uji validitas, uji reliabilitas, uji linieritas, uji analisis jalur, uji t, uji F, uji koefisien determinasi (R²), dan uji korelasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah UPK DAPM Kabupaten Sragen. Promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah UPK DAPM Kabupaten Sragen. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah UPK DAPM Kabupaten Sragen. Lokasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah UPK DAPM Kabupaten Sragen. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah UPK DAPM Kabupaten Sragen. Kualitas Pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah UPK DAPM Kabupaten Sragen. Kepuasan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah UPK DAPM Kabupaten Sragen. Secara bersama-sama variabel Lokasi, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Nasabah berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah UPK DAPM Kabupaten Sragen. Loyalitas Nasabah UPK DAPM Kabupaten Sragen dijelaskan oleh Lokasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Nasabah sebagai variabel intervening sebesar 74,0% dan sisanya sebesar 26,0% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian, misal variable Tingkat Bunga, Jangka Waktu, Denda, dan lain-lain. Kesimpulan analisis jalur pada penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan Lokasi efektif dilakukan melalui pengaruh tidak langsung, peningkatan Promosi efektif dilakukan melalui pengaruh langsung, dan peningkatan Kualitas Pelayanan lebih efektif dilakukan melalui pengaruh tidak langsung.

Kata kunci: Lokasi, Promosi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah.

Abstract

The purpose of this study is to analyze and provide empirical evidence of the effect of location, promotion, and service quality on customer loyalty of UPK DAPM Sragen Regency through customer satisfaction. The sample in this study were 100 customers of UPK DAPM Sragen Regency. The sample was obtained using a sampling technique, namely accidental sampling. The data analysis was conducted in the form of validity test, reliability test, linearity test, path analysis test, t test, F test, determination coefficient test (R²), and correlation test.

The results showed that the location has a positive and significant effect on customer satisfaction of UPK DAPM Sragen Regency. Promotion has a positive and insignificant effect on Customer Satisfaction UPK DAPM Sragen Regency. Service Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction UPK DAPM Sragen Regency. Location has positive and insignificant effect on Customer Loyalty UPK DAPM Sragen Regency. Promotion has a positive and significant effect on Customer Loyalty UPK DAPM Sragen Regency. Service Quality has a negative and insignificant effect on Customer Loyalty UPK DAPM Sragen Regency. Customer Satisfaction has a positive and significant effect on Customer Loyalty in UPK DAPM Sragen Regency. Together, the variables of Location, Promotion, Service Quality, and Customer Satisfaction have a significant effect on Customer Loyalty in UPK DAPM Sragen Regency. Customer Loyalty UPK DAPM, Plupuh District, Sragen Regency is explained by Location, Promotion, and Service Quality with Customer Satisfaction as an intervening variable of 74.0% and the remaining 26.0% is explained by other variables outside the research model, for example the variables of Interest Rate, Time Period, Late Charge, and others. The conclusion of the path analysis in this study shows that an

increase in effective location is carried out through indirect influence, an increase in effective promotion is carried out through direct influence, and an increase in Service Quality is more effectively carried out through indirect influence.

Keywords: Location, Promotion, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.

PENDAHULUAN

Dunia keuangan melalui perbankan saat ini menjadi bidang usaha yang berkembang sangat pesat karena banyak orang saat ini sangat bergantung pada kegiatan perbankan. Banyaknya perbankan saat ini menyebabkan banyaknya pelaku usaha yang terjun ke industri jasa tersebut dan mengakibatkan persaingan semakin tinggi, maka setiap perusahaan yang ingin memperluas usahanya dalam persaingan haruslah memandang pemasaran sebagai kunci utama dalam mencapai tujuan perusahaan. Pemasaran diarahkan untuk mengetahui kebutuhan pembelian kemudian memuaskan kebutuhan tersebut, dan jelas bahwa pemasaran itu sangat penting bagi perusahaan karena melalui pemasaran jasa dapat diperkenalkan dan dibeli oleh konsumen.

Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perdesaan (PNPM) adalah program penanggulangan kemiskinan dengan pendekatan pembangunan partisipatoris (pembangunan yang dilaksanakan dari, oleh dan untuk masyarakat) atau yang disingkat dengan DOUM dengan tujuan mendorong peningkatan kualitas hidup, kesejahteraan dan kemandirian masyarakat desa. Namun setelah berakhirnya program PNPM Mandiri, untuk melindungi dana eks- PNPM Mandiri, dana tersebut kemudian dikelola oleh Unit Pengelola Kegiatan (UPK) dan setelah paska program sesuai dengan Surat Edaran (SE) Menko Kesra tahun 2014 dan Peraturan Presiden (Perpres) nomor 2 tahun 2015 berganti nama menjadi Dana Amanah Pemberdayaan Masyarakat (DAPM). Dana Amanah Pemberdayaan Masyarakat (DAPM) hadir di tengah-tengah masyarakat sebagai solusi keuangan masyarakat yang berasal dari dana bergulir Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM). DAPM merupakan bidang usaha jasa yang menawarkan jasa pinjaman tanpa agunan dengan sistem tanggung renteng dengan dana bergulir eks PNPM yang dimiliki dan dikelola oleh masyarakat.

Kondisi saat ini menunjukkan bahwa kebanyakan masyarakat menginginkan segala sesuatu didapatkan dengan mudah, instan, cepat, dan ringan. Berdasarkan hal tersebut memahami dan mempelajari perilaku konsumen sangatlah penting karena pada hakikatnya untuk mengetahui “Mengapa konsumen melakukan dan apa yang mereka lakukan. Konsumen memiliki keragaman yang menarik untuk dipelajari karena konsumen meliputi seluruh individu dari berbagai usia, latar belakang budaya, pendidikan, dan keadaan sosial ekonomi lainnya. Oleh karena itu, sangatlah penting untuk mempelajari bagaimana konsumen berperilaku dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku tersebut. Hal tersebut menimbulkan pertanyaan mengenai berbagai macam strategi yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yang berdampak kepada loyalitas pelanggan.

DAPM yang merupakan bidang usaha jasa yang menawarkan pinjaman tanpa agunan dengan sistem tanggung renteng tentunya ingin mempunyai konsumen yang loyal terhadap produk dan pelayannya. Langkah yang dapat dilakukan DAPM salah satunya adalah menjaga kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dapat menjadi senjata yang sangat ampuh bagi perusahaan untuk mengambil hati dari konsumen itu sendiri. Dimana konsumen yang puas akan cenderung ke loyal terhadap perusahaan.

Menurut Manum Oliver (2009) kepuasan konsumen atau pelanggan saja tidaklah cukup untuk membuat pelanggan loyal terhadap produk perusahaan. Para akademisi maupun praktisi sependapat bahwa kepuasan dan minat menarik pelanggan terkait secara erat dan tidak terpisahkan. Akan tetapi terdapat pola hubungan antara keduanya yang bersifat asimetri mengingat konsumen yang loyal kebanyakan adalah konsumen yang terpuaskan (Gaffar,2007) menyatakan bahwa karakteristik loyalitas pelanggan didasarkan pada dimensi perilaku dan sikap adalah merekomendasikan hal-hal positif untuk perusahaan kepada orang lain, melakukan bisnis lebih banyak dengan perusahaan di masa mendatang dan mempertimbangkan perusahaan sebagai pilihan utama di masa mendatang.

Kotler dan Armstrong (2012) menyebutkan ada enam alasan mengapa suatu institusi perlu mendapatkan loyalitas pelanggannya. Pertama, pelanggan yang ada lebih perspektif, artinya pelanggan loyal akan memberikan keuntungan besar kepada institusi. Kedua, biaya mendapatkan pelanggan baru jauh lebih mahal dibanding dengan menjaga dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Ketiga, pelanggan yang sudah percaya juga dalam urusan lainnya. Keempat, biaya operasi institusi akan menjadi efisien jika memiliki banyak pelanggan loyal. Kelima, institusi dapat mengurangi biaya psikologis dan sosial dikarenakan pelanggan lama telah mempunyai banyak pengalaman positif dengan institusi. Keenam, pelanggan loyal akan selalu membela institusi bahkan berusaha pula untuk menarik dan memberi suara kepada orang lain untuk menjadi pelanggan.

Fenomena saat ini memperlihatkan bahwa kebanyakan orang menginginkan sesuatu yang instan dan cepat. Tidak menutup kemungkinan saat ini kebanyakan mencari dana pinjaman yang segera cair dan segera dapat digunakan. Lokasi perusahaan jasa menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat konsumen untuk menggunakan jasa tersebut. Sehingga lokasi perusahaan perlu diteliti untuk mengetahui apakah sangat mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal tersebut menimbulkan pertanyaan mengenai berbagai macam strategi yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Lokasi perusahaan merupakan salah satu dari bauran pemasaran yang sangat erat kaitannya dengan loyalitas dan kepuasan pelanggan. Masyarakat tentunya menginginkan kebutuhan mereka dapat dipenuhi dengan cepat dan lokasinya dekat yaitu dengan upaya mencari salah satu penyedia jasa yang lokasinya dekat dengan mereka. Sejalan dengan hal tersebut, DAPM hadir di tengah-tengah masyarakat dan siap apabila masyarakat membutuhkan pinjaman dana. Pinjaman yang diberikan DAPM dapat diakses dengan mudah khususnya bagi masyarakat di lingkup wilayah Kabupaten Sragen, tentunya karena lokasinya yang sangat strategis.

Selain lokasi, faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen adalah promosi. Promosi juga merupakan hal penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Karena jika pemasar gagal dalam menyampaikan atau mempromosikan nilai produknya kepada konsumen, maka hal itu sangat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap nilai produk. Maka dari itu promosi berperan penting terhadap kepuasan pelanggan. Karena itu sangat penting bagi pemasar untuk mempromosikan produknya dengan benar.

Menurut Swastha (2012), promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Seperti salah satunya yang dilakukan oleh DAPM, yaitu melakukan promosi dengan menekankan pada pinjaman tanpa agunan, dimana saat ini kebanyakan perbankan menerapkan pinjaman dengan jaminan, maka dari itu DAPM merupakan pembeda dari yang lain. Urgensi atau pentingnya promosi adalah untuk membantu meningkatkan penjualan, memasarkan produk baru perusahaan, dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa pada suatu perusahaan adalah kualitas pelayanan. Karena kualitas pelayanan juga menjadi salah satu faktor penting yang sangat mempengaruhi penjualan jasa. Kualitas pelayanan menjadi penting karena seorang konsumen merasa bahwa jasa merupakan sesuatu yang tidak berwujud sehingga hanya dapat dirasakan, maka dari itu pelayanan yang baik terhadap jasa sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan dari kepuasan konsumen itu loyalitas pelanggan akan terbentuk secara tidak langsung. Menurut Sutedja (2007:5) pelayanan atau servis dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan atau keuntungan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain. Menurut Jusuf Suit dan Almasdi (2012:88) untuk melayani pelanggan secara prima perusahaan diwajibkan untuk memberikan layanan yang pasti, handal, cepat serta lengkap dengan tambahan empati dan penampilan menarik.

Seperti yang ada pada DAPM, apabila terdapat masyarakat yang ingin menggunakan jasa DAPM, maka para pegawai DAPM akan melayani dengan sepenuh hati keperluan calon pelanggan

DAPM, dimulai dengan menjelaskan sistem DAPM, kebijakan DAPM dan lain-lain. Sehingga masyarakat pengguna jasa DAPM selalu diberikan pelayanan yang terbaik agar merasa puas dengan program DAPM.

Urgensi atau pentingnya kualitas pelayanan yang baik adalah karena pelayanan merupakan aspek penting penentu keberhasilan komersial, terutama pada organisasi yang bergerak dalam bidang jasa. Pelayanan yang prima menjadi ujung tombak dalam menangkap peluang dan memahami konsumen atau klien yang akan menggunakan jasa yang ditawarkan. Bukan hal langka jika calon konsumen atau klien enggan menggunakan jasa yang ditawarkan atau enggan menggunakan kembali jasa karena mereka menilai pelayanan yang diberikan tidak memuaskan dan bersahabat. Pemberian pelayanan yang prima akan berakibat pada organisasi mampu memahami calon konsumen atau klien, mampu menjual jasa yang dimiliki, mampu bertindak efektif, sehingga mampu menimbulkan kepuasan bagi pelanggan maupun diri sendiri. Jika semua orang dalam organisasi mampu memahami dan memberikan pelayanan yang prima, maka akan banyak kesempatan baik yang mampu diraih dan ditangkap secara bersama sehingga mendatangkan keuntungan bagi organisasi dan semua pihak yang terlibat.

Atas dasar uraian diatas maka dalam penelitian ini akan dikaji loyalitas pelanggan/nasabah UPK DAPM di wilayah Kabupaten Sragen. Sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian ini, maka peneliti akan menyampaikan hasil penelitian yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, antara lain sebagai berikut:

Hasil penelitian yang dilakukan Mareta Ginting, Ahmad Saputra (2015) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian Makmur Hasanuddin (2016) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian yang dilakukan Riyan agung setiawan (2014) dan Padma T Wibawa, Naili Farida, Sari Listyorini (2014) menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan Nandiroh, Yolamalinda (2013) menyatakan bahwa promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Padma T Wibawa, Naili Farida, Sari Listyorini (2014) menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Yesi Agustin Stantia (2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian yang dilakukan Ferry Anggriawan (2017) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan penelitian Annisa desy Handayani (2017) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian yang dilakukan Eric Rotinsulu, Sontje M. Sumayku, Sofia A. P. Sambul (2015) menyatakan bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan penelitian Tulandi Riry Anggia, Lotje Kawet, Imelda Ogi (2015) menyatakan bahwa promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian yang dilakukan Maila Haqien, S Alma (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan penelitian Rachmad Hidayat (2009) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian yang dilakukan Christia Maria Sudiby (2018) menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan penelitian Yekti Asmoro Kanthi, Suharyono Suharyono, Srikandi Kumadji (2016) menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Dari penelitian diatas, tampak kesenjangan atas temuan hasil penelitian yang pernah dilakukan dan dapat digunakan sebagai dasar untuk merumuskan masalah penelitian, tujuan penelitian, dan hipotesis penelitian. Atas dasar tersebut akan dilakukan penelitian yang berbeda dengan penelitian

sebelumnya, yang membedakan dengan penelitian sebelumnya yaitu terletak pada tempat penelitian, waktu penelitian, variabel, serta penggambaran fenomena diasumsikan mendekati keadaan yang sebenarnya pada lokasi obyek penelitian yaitu di wilayah Kabupaten Sragen. Sehingga dari fenomena, pendapat para ahli, dan kesenjangan temuan penelitian yang telah disampaikan diatas dapat digunakan sebagai dasar merumuskan masalah, tujuan penelitian, dan membangun hipotesis penelitian. Hal inilah yang menjadi dasar penulis tertarik untuk meneliti masalah tersebut yang berjudul: “Peran Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Dari Sudut Pandang Lokasi, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Pada Unit Pengelola Kegiatan Dana Amanah Pemberdayaan Masyarakat (UPK DAPM) Kabupaten Sragen”.

HIPOTESIS

Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian sebelumnya dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah UPK DAPM Kabupaten Sragen.

H₂: Promosi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah UPK DAPM Kabupaten Sragen.

H₃: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah UPK DAPM Kabupaten Sragen.

H₄: Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah UPK DAPM Kabupaten Sragen.

H₅: Promosi berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah UPK DAPM Kabupaten Sragen.

H₆: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah UPK DAPM Kabupaten Sragen.

H₇: Kepuasan Nasabah berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah UPK DAPM Kabupaten Sragen.

METODE

Teknik pengambilan sampel yaitu *accidental sampling*. Analisis data yang dilakukan berupa uji validitas, uji reliabilitas, uji linieritas, uji analisis jalur, uji t, uji F, uji koefisien deteminasi (R²), dan uji korelasi.

Analisis regresi jalur adalah pengembangan langsung bentuk regresi berganda dengan tujuan untuk memberikan estimasi tingkat kepentingan (*magnitude*) dan signifikansi (*significance*) hubungan sebab akibat hipotetikal dalam seperangkat variabel.

Hubungan kausalitas akan digunakan analisis jalur dan intervening. Pada penelitian ini variabel kepuasan nasabah ditempatkan sebagai variabel intervening untuk variabel lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

$$Y_1 = + {}_1X_1 + {}_2X_2 + {}_3X_3 + e_1 \dots\dots\dots (1)$$

$$Y_2 = + {}_1X_1 + {}_2X_2 + {}_3X_3 + {}_4X_4 + e_2 \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan:

Y₂ : Loyalitas Nasabah

X₁ : Lokasi

X₂ : Promosi

X₃ : Kualitas Pelayanan

X₄/Y₁ : Kepuasan Nasabah

1... 3 : Koefisien regresi

e₁...e₂ : Residual

HASIL PENELITIAN

Tabel 1
 Hasil Analisis Jalur Persamaan I

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,837	1,967		1,951	,054
	Lokasi	,567	,088	,569	6,419	,000
	Promosi	,059	,080	,056	,736	,463
	Kualitas Pelayanan	,205	,097	,182	2,118	,037

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Tabel 2
 Hasil Analisis Jalur Persamaan II

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,979	1,322		4,523	,000
	Lokasi	,043	,086	,056	,496	,621
	Promosi	,360	,086	,425	4,186	,000
	Kualitas Pelayanan	-,115	,073	-,135	-1,568	,120
	Kepuasan Nasabah	,287	,079	,378	3,633	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Tabel 3
 Hasil Uji F Persamaan II

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	102,177	4	25,544	23,621	,000 ^a
	Residual	102,733	95	1,081		
	Total	204,910	99			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah, Kualitas Pelayanan, Promosi, Lokasi

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Tabel 4
 Koefisien Determinasi (R²) Persamaan I

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,693 ^a	,481	,465	1,387

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Promosi, Lokasi

Tabel 5
 Koefisien Determinasi (R²) Persamaan II

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,706 ^a	,499	,478	1,040

- a. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah, Kualitas Pelayanan, Promosi, Lokasi
 b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Tabel 6
 Koefisien Korelasi

Correlations

		Lokasi	Promosi	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Nasabah	Loyalitas Nasabah
Lokasi	Pearson Correlation	1	,669**	,503**	,675**	,528**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Promosi	Pearson Correlation	,669**	1	,387**	,599**	,637**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	,503**	,387**	1	,469**	,236*
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,018
	N	100	100	100	100	100
Kepuasan Nasabah	Pearson Correlation	,675**	,599**	,469**	1	,608**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Loyalitas Nasabah	Pearson Correlation	,528**	,637**	,236*	,608**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,018	,000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil analisa jalur dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

Persamaan I:

$$Y_1 = 3,837 + 0,567 X_1 + 0,059 X_2 + 0,205 X_3 + \epsilon_1$$

Sig (0,000) (0,463) (0,037)**

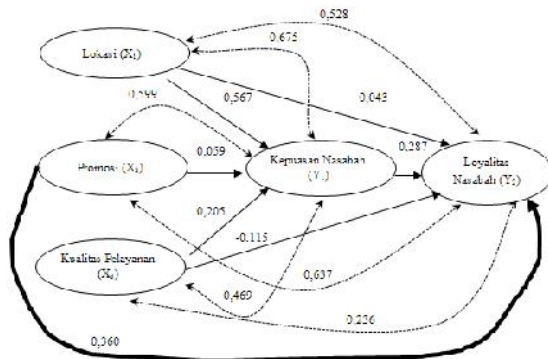
Persamaan II:

$$Y_2 = 5,979 + 0,043 X_1 + 0,360 X_2 - 0,115 X_3 + 0,287 X_4 + \epsilon_2$$

Sig (0,621)(0,000)(0,120)(0,000)**

METODE HASIL ANALISIS

Gambar 1. Hasil Analisis Jalur



PEMBAHASAN

1. Pengaruh Lokasi terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan pengaruh langsung variabel Lokasi terhadap Loyalitas Nasabah sebesar 0,043 dan tidak signifikan, hal ini berarti jika Lokasi ditingkatkan maka Loyalitas Nasabah UPK DAPM Kabupaten Sragen meningkat namun tidak signifikan. Temuan penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Ferry Anggriawan (2017) dimana dalam penelitiannya Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

Berdasarkan analisis pengaruh tidak langsung, berdasarkan tabel IV.21 diketahui Lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, dan Kepuasan Nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Nasabah dengan nilai koefisien sebesar 0,162, lebih besar dari pengaruh langsung. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah mendukung penelitian yang dilakukan oleh Mareta Ginting, Ahmad Saputra (2015) dimana dalam penelitiannya Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Kepuasan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Christia Maria Sudiby (2018) dimana dalam penelitiannya Kepuasan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

Berdasarkan pembahasan analisa jalur di atas, peningkatan Loyalitas Nasabah dari Lokasi akan lebih efektif apabila dilakukan melalui pengaruh tidak langsung. Sehingga upaya yang dilakukan yaitu dengan meningkatkan Lokasi terhadap perilaku Loyalitas Nasabah secara tidak langsung, hal ini tentunya dilakukan dengan memperhatikan nilai indikator uji validitas variabel Lokasi yang mempunyai skor tertinggi yaitu terletak pada item pernyataan ke 4, 3 dan 5. Ini artinya item pernyataan tersebut yang membentuk perilaku Lokasi. Adapun langkah-langkah yang dapat dilakukan yaitu sebagai berikut:

- UPK DAPM Kabupaten Sragen meningkatkan ketersediaan area parkir yang luas dan dapat menampung banyak kendaraan.
- UPK DAPM Kabupaten Sragen meningkatkan fungsi petugas pengatur jalan sebagai pembantu nasabah dalam memasuki atau keluar meninggalkan lokasi DAPM.
- UPK DAPM Kabupaten Sragen meningkatkan kejelasan tujuan dan arah lembaga/perusahaan sehingga tidak menutup kemungkinan untuk melakukan ekspansi usahanya.

2. Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan pengaruh langsung variabel Promosi terhadap Loyalitas Nasabah sebesar 0,360 dan signifikan, hal ini berarti jika Promosi ditingkatkan maka Loyalitas Nasabah UPK

DAPM Kabupaten Sragen meningkat secara signifikan. Temuan penelitian ini mendukung hasil dari penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Eric Rotinsulu, Sontje M. Sumayku, Sofia A. P. Sambul (2015) dimana dalam penelitiannya Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

Berdasarkan analisis pengaruh tidak langsung, berdasarkan tabel IV.21 diketahui Promosi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, dan Kepuasan Nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Nasabah dengan nilai koefisien sebesar 0,016, lebih kecil dari pengaruh langsung. Promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Riyan agung setiawan (2014) dan Padma T Wibawa, Naili Farida, Sari Listyorini (2014) dimana dalam penelitiannya Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Kepuasan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Christia Maria Sudiby (2018) dimana dalam penelitiannya Kepuasan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

Berdasarkan pembahasan analisa jalur di atas, peningkatan Loyalitas Nasabah dari Promosi akan lebih efektif apabila melalui pengaruh langsung, maka upaya yang dilakukan yaitu dengan meningkatkan Promosi terhadap perilaku Loyalitas Nasabah secara langsung, hal ini tentunya dilakukan dengan memperhatikan nilai indikator uji validitas variabel Promosi yang mempunyai skor tertinggi yaitu terletak pada item pernyataan ke 2, 3 dan 4. Ini artinya item pernyataan tersebut yang membentuk perilaku Promosi. Adapun langkah-langkah yang dapat dilakukan yaitu sebagai berikut:

- a. UPK DAPM Kabupaten Sragen meningkatkan promosinya yang berkualitas dan berbobot.
- b. UPK DAPM Kabupaten Sragen meningkatkan kuantitas promosi agar mampu menarik minat nasabah.
- c. UPK DAPM Kabupaten Sragen meningkatkan promosi pada waktu yang tepat.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan pengaruh langsung variabel Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas nasabah sebesar -0,115 dan tidak signifikan, hal ini berarti jika Kualitas Pelayanan ditingkatkan maka Loyalitas Nasabah UPK DAPM Kabupaten Sragen menurun. Temuan penelitian ini tidak mendukung hasil dari penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Maila Haqien, S Alma (2017) dimana dalam penelitiannya Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

Berdasarkan analisis pengaruh tidak langsung, berdasarkan tabel IV.21 diketahui Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, dan Kepuasan Nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Nasabah dengan nilai koefisien sebesar 0,058, lebih besar dari pengaruh langsung. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah mendukung penelitian yang dilakukan oleh Padma T Wibawa, Naili Farida, Sari Listyorini (2014) dimana dalam penelitiannya Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Kepuasan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Christia Maria Sudiby (2018) dimana dalam penelitiannya Kepuasan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

Berdasarkan pembahasan analisa jalur di atas, peningkatan Loyalitas Nasabah dari Kualitas Pelayanan lebih efektif dilakukan melalui pengaruh tidak langsung, maka upaya yang dilakukan yaitu dengan meningkatkan Kualitas Pelayanan terhadap perilaku Loyalitas Nasabah secara tidak langsung, hal ini tentunya dilakukan dengan memperhatikan nilai indikator uji validitas variabel Kualitas Pelayanan yang mempunyai skor tertinggi yaitu terletak pada item pernyataan ke 1, 2 dan 4. Ini artinya item pernyataan tersebut yang membentuk perilaku Kualitas Pelayanan. Adapun langkah-langkah yang dapat dilakukan yaitu sebagai berikut:

-
- a. UPK DAPM Kabupaten Sragen meningkatkan penampilan pegawai dan jasa-jasa yang ditawarkannya agar lebih menarik.
 - b. UPK DAPM Kabupaten Sragen meningkatkan ketepatan pemberian kredit dan sesuai dengan perjanjian yang disepakati.
 - c. UPK DAPM Kabupaten Sragen meningkatkan pengetahuan dan kehandalan pegawainya dalam menjalankan proses peminjaman jasanya.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebagaimana telah disajikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa:
 - a. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah UPK DAPM Kabupaten Sragen.
 - b. Promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah UPK DAPM Kabupaten Sragen.
 - c. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah UPK DAPM Kabupaten Sragen.
 - d. Lokasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah UPK DAPM Kabupaten Sragen.
 - e. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah UPK DAPM Kabupaten Sragen.
 - f. Kualitas Pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah UPK DAPM Kabupaten Sragen.
 - g. Kepuasan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah UPK DAPM Kabupaten Sragen.
2. Hasil uji secara simultan diketahui sebesar 23,621 dengan signifikansi 0,000 dimana $< 0,05$, sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel Lokasi, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Nasabah berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah UPK DAPM Kabupaten Sragen.
3. Nilai R^2 total sebesar 0,740 artinya Loyalitas Nasabah UPK DAPM Kabupaten Sragen dijelaskan oleh Lokasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Nasabah sebagai variabel intervening sebesar 74,0% dan sisanya sebesar 26,0% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian, misal variabel tingkat bunga, jangka waktu, dan denda.
4. Kesimpulan analisis jalur pada penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan Lokasi efektif dilakukan melalui pengaruh tidak langsung, peningkatan Promosi efektif dilakukan melalui pengaruh langsung, dan peningkatan Kualitas Pelayanan lebih efektif dilakukan melalui pengaruh tidak langsung.

Saran

Berdasarkan pada pembahasan, kesimpulan dan keterbatasan penelitian, untuk meningkatkan perilaku Loyalitas Nasabah UPK DAPM Kabupaten Sragen maka dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. UPK DAPM Kabupaten Sragen
 - a. Meningkatkan ketersediaan area parkir yang luas dan dapat menampung banyak kendaraan.
 - b. Meningkatkan fungsi petugas pengatur jalan sebagai pembantu nasabah dalam memasuki atau keluar meninggalkan lokasi DAPM.
 - c. Meningkatkan kejelasan tujuan dan arah lembaga/perusahaan sehingga tidak menutup kemungkinan untuk melakukan ekspansi usahanya.

- d. Meningkatkan promosinya yang berkualitas dan berbobot.
- e. Meningkatkan kuantitas promosi agar mampu menarik minat nasabah.
- f. Meningkatkan promosi pada waktu yang tepat.
- g. Meningkatkan penampilan pegawai dan jasa-jasa yang ditawarkannya agar lebih menarik.
- h. Meningkatkan ketepatan pemberian kredit dan sesuai dengan perjanjian yang disepakati.
- i. Meningkatkan pengetahuan dan kehandalan pegawainya dalam menjalankan proses peminjaman jasanya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian yang akan datang diharapkan untuk mengembangkan penelitian ini dengan faktor-faktor lainnya yaitu variabel yang berbeda seperti variable produk jenis pinjaman, objek penelitian yang berbeda seperti UPK DAPM di luar Kabupaten Sragen, dan sampel yang lebih banyak yang berhubungan dengan kepuasan dan loyalitas nasabah.

Ucapan Terima Kasih

Dengan adanya dukungan dan suport serta kontribusi dari pihak lain, proses penelitian ini dapat berjalan sesuai dengan rencana, untuk itu saya sampaikan ucapan terima kasih kepada ;

1. Nasabah UPK DAPM Kabupaten Sragen yang telah menjadi sampel dalam penelitian ini
2. Pengelola UPK DAPM Kabupaten Sragen
3. Pengurus Asosiasi UPK DAPM Kabupaten Sragen
4. Pengurus Forum BKAD/BPP DAPM Kabupaten Sragen

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Erani Yustika, 2012, *Ekonomi Kelembagaan Paradigma, Teori, dan Kebijakan*, Jakarta: Erlangga.
- Anna Maria Lubis dan Dwi Rachmina, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Realisasi dan Pengembalian Kredit Usaha Rakyat, *Forum Agribisnis*, Vol. 1, No. 2, September 2011.
- Ayu Triesnaning Rahmawati, Muhammad Saifi, Raden Rustam Hidayat, Analisis Keputusan Pemberian Kredit Dalam Langkah Meminimalisir Kredit Bermasalah (Studi kasus pada Kredit Umum PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk unit Slawi 1, Kab Tegal Jawa tengah), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*/Vol. 35 No. 1 Juni 2016.
- A Muwafik Saleh .2010. *Manajemen Pelayanan*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Ahmad, Subagyo. 2010. *Marketing In Business. edisi pertama, cetakan pertama*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Oliver, Riscrd L. 2015. *Satisfaction A Behavioral Perspective On The Consumer*. McGraw-Hill Education. Singapore.
- Alma, B., Riduwan & Sunarto, 2007. *Pengantar Statistika Untuk penelitian : Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta. (Santoso, 2014: 168)
- Almasdi, dan Jusuf Suit. 2012. *Aspek Sikap Mental Dalam Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Syiar Media.

-
- Anggia, Tulandi Riry dkk. 2015. *Analisis Pengaruh Strategi Promosi, Harga, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Surat Kabar Manado Post*. Malang. Jurnal EMBA 1041Vol.3 No.2 Juni 2015, Hal. 1041-1050.
- Anggriawan, Ferry. 2017. *Pengaruh Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Kasus B-Prend Café*. Surakarta.
- Assael, H., 2011. *Consumer Behavior & Marketing Action, Fourth Edition*. New York: Kent Publishing Company.
- Budi Herprasetyo, 2009, *Berani Utang Pasti Untung*, Yogyakarta: Indonesia Cerdas
- Basu Swastha & Irawan. 2013. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty:Yogyakarta
- Blanchard, Oliver. 2015. *Sosial Media ROI : Mengelola dan Mengukur Penggunaan Media Sosial pada Organisasi Anda*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Dharmmesta, Basu Swastha. Handoko, Hani. 2012. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE. Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. 2008. *Brand Management & Strategy*. Penerbit: Andi offset, Yogyakarta.
- Gaffar, Vanessa. 2007. *Costumer Relationship Management and Marketing Public Relation*. Bandung: Alfabeta.
- Garvin, D. A. dan Lovelock. 2012. *Strategi Marketing*. Yogyakarta: Andi
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Universitas Diponegoro Semarang
- Ginting, Mareta. Saputra, Ahmad. 2015. *Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Tradisional Di Kecamatan Medan Johor)*. Medan.
- Griffin, Jill. 2015. *Customer Loyalty*. Jakarta : Erlangga.
- Handayani, Anisa Desy. 2017. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Bmt Beringharjo Yogyakarta*. Yogyakarta.
- Hasanudin, Makmur. 2016. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Penjualan Logam Mulia Emas*. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol 4 ,No.1, 2016: 49-66.
- Heizer, Jay and Render Barry. 2015. *Manajemen Operasi : Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan, edisi 11*. Salemba Empat. Jakarta
- Hidayat, Rachmad. 2009. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*. Madura.
- Indriani, E., Hartawan., dan Wulandari, A., 2020, *Dana Amanah Pemberdayaan Masyarakat: Inklusi Keuangan dengan Pendekatan Ekonomi Kelembagaan*, Deepublish, Yogyakarta
- Indriani, E., Utomo, A., Hartawan, and Wulandari, A., 2020, *Model of Development and Sustainability of Community Empowerment Trust Fund Management – Based on Institutional Economy*, Journal of Sounthwest Jiaotong University, vol 55 no.5 hal 1-11 <http://jsju.org/index.php/journal/article/view/729>
- Kanthi, Yekti Asmoro dkk. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Klinik Dr. Sumakto, Sp. A(K) Di Malang)*. Malang. Universitas Brawijaya.

-
- Kasmir. 2014. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Maila Haqien, Alma. 2017. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Hotel Maesa Di Ponorogo)*. Jurnal . Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Mardalis. 2015. *Meraih Loyalitas Pelanggan*. Jakarta : Balai Pustaka
- Mowen, John C. 2008. *Consumer Behavior*. Englewood Cliffts, NJ: Prentice Hall
- Munawaroh, Munjiati. 2013. *Manajemen Operasi*. Yogyakarta. LP3M UMY
- Padma T Wibawa, Naili Farida dan Sari Listyorini. 2014. *Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap Loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan PT. Matahari Silverindo Jaya Semarang*. Jurnal. Undip Semarang.
- Philip Kotler and Keller, K.L. 2012. *Marketing Management, 14th. ed*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Ridwan. 2015. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian. Cetakan Ketiga*. Alfabeta. Bandung.
- Roscoe, J. T. 2015. *Fundamental research statistics for the behavioural sciences. (2nd ed.)*. New York: Holt Rinehart & Winston.
- Rotinsulu, Eric. 2015. *Pengaruh Harga, Produk dan Promosi Terhadap loyalitas Konsumen Big Jay Family Karaoke*. Surabaya.
- Setiawan, Riyan Agung. 2014. *Analisis Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi Kasus: “Waroeng Spesial Sambal Cabang Gonilan - Surakarta”)*. Surakarta. Jurnal. Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Stantia, Yesi Agustin. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Emotional Factor Terhadap Kepuasan Konsumen Batik Gajah Mada di CV. Saha Perkasa Gajah Mada Tulungagung*. Tulungagung.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta. Bandung.
- Sutedja, Wira. 2007. *Panduan Layanan Konsumen*. Jakarta: PT. Grasindo, Anggota IKAPI.
- Yolamalinda, Nandiroh. 2013. *Pengaruh Penetapan Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Di Dharmasraya*. Jurnal. Stkip Pgri Sumbar.
- Sudibyoy, Christia Maria. 2018. *Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Repurchase Intention (Studi Pada Pembeli Malang Post*. Malang. A Muwafik Saleh .2010. *Manajemen Pelayanan*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Ahmad, Subagyo. 2010. *Marketing In Business. edisi pertama, cetakan pertama*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Oliver, Riscrd L. 2015. *Satisfaction A Behavioral Perspective On The Consumer*. McGraw-Hill Education. Singapore.
- Alma, B., Riduwan & Sunarto, 2007. *Pengantar Statistika Untuk penelitian : Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta. (Santoso, 2014: 168)

-
- Almasdi, dan Jusuf Suit. 2012. *Aspek Sikap Mental Dalam Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Syiar Media.
- Anggia, Tulandi Riry dkk. 2015. *Analisis Pengaruh Strategi Promosi, Harga, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Surat Kabar Manado Post*. Malang. Jurnal EMBA 1041Vol.3 No.2 Juni 2015, Hal. 1041-1050.
- Anggriawan, Ferry. 2017. *Pengaruh Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Kasus B-Prend Café*. Surakarta.
- Assael, H., 2011. *Consumer Behavior & Marketing Action, Fourth Edition*. New York: Kent Publishing Company.
- Basu Swastha & Irawan. 2013. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty:Yogyakarta
- Blanchard, Oliver. 2015. *Sosial Media ROI : Mengelola dan Mengukur Penggunaan Media Sosial pada Organisasi Anda*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Dharmmesta, Basu Swastha. Handoko, Hani. 2012. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE. Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. 2008. *Brand Management & Strategy*. Penerbit: Andi offset, Yogyakarta.
- Gaffar, Vanessa. 2007. *Costumer Relationship Management and Marketing Public Relation*. Bandung: Alfabeta.
- Garvin, D. A. dan Lovelock. 2012. *Strategi Marketing*. Yogyakarta: Andi
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Universitas Diponegoro Semarang
- Ginting, Mareta. Saputra, Ahmad. 2015. *Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Tradisional Di Kecamatan Medan Johor)*. Medan.
- Griffin, Jill. 2015. *Customer Loyalty*. Jakarta : Erlangga.
- Handayani, Anisa Desy. 2017. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Bmt Beringharjo Yogyakarta*. Yogyakarta.
- Hasanudin, Makmur. 2016. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Penjualan Logam Mulia Emas*. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol 4 ,No.1, 2016: 49-66.
- Heizer, Jay and Render Barry. 2015. *Manajemen Operasi : Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan, edisi 11*. Salemba Empat. Jakarta
- Hidayat, Rachmad. 2009. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*. Madura.
- Kanthi, Yekti Asmoro dkk. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Klinik Dr. Sumakto, Sp. A(K) Di Malang)*. Malang. Universitas Brawijaya.
- Kasmir. 2014. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.

-
- Maila Haqien, Alma. 2017. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Hotel Maesa Di Ponorogo)*. Jurnal . Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Mardalis. 2015. *Meraih Loyalitas Pelanggan*. Jakarta : Balai Pustaka
- Mowen, John C. 2008. *Consumer Behavior*. Englewood Cliffts, NJ: Prentice Hall
- Munawaroh, Munjiati. 2013. *Manajemen Operasi*. Yogyakarta. LP3M UMY
- Padma T Wibawa, Naili Farida dan Sari Listyorini. 2014. *Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap Loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan PT. Matahari Silverindo Jaya Semarang*. Jurnal. Undip Semarang.
- Philip Kotler and Keller, K.L. 2012. *Marketing Management, 14th. ed*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Ridwan. 2015. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian. Cetakan Ketiga*. Alfabeta. Bandung.
- Roscoe, J. T. 2015. *Fundamental research statistics for the behavioural sciences. (2nd ed.)*. New York: Holt Rinehart & Winston.
- Rotinsulu, Eric. 2015. *Pengaruh Harga, Produk dan Promosi Terhadap loyalitas Konsumen Big Jay Family Karaoke*. Surabaya.
- Setiawan, Riyan Agung. 2014. *Analisis Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi Kasus: “Waroeng Spesial Sambal Cabang Gonilan - Surakarta”)*. Surakarta. Jurnal. Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Stantia, Yesi Agustin. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Emotional Factor Terhadap Kepuasan Konsumen Batik Gajah Mada di CV. Saha Perkasa Gajah Mada Tulungagung*. Tulungagung.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta. Bandung.
- Sutedja, Wira. 2007. *Panduan Layanan Konsumen*. Jakarta: PT. Grasindo, Anggota IKAPI.
- Yolamalinda, Nandiroh. 2013. *Pengaruh Penetapan Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Di Dharmasraya*. Jurnal. Stkip Pgri Sumbar.
- Sudibyoy, Christia Maria. 2018. *Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Repurchase Intention (Studi Pada Pembeli Malang Post*. Malang.