

Universitas Katolik Santo Thomas

Repositori Unika Santo Thomas

<http://eprints.ust.ac.id>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB)
Program Studi Manajemen

Undergraduate Papers

Tarigan, Fitri Anita

2024

Pengaruh Pemasaran Digital dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Hotel Grand Orri Berastagi

<http://eprints.ust.ac.id/id/eprint/298>

Downloaded from Repositori Institusi UST, Universitas Katolik Santo Thomas

**PENGARUH PEMASARAN DIGITAL DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA HOTEL GRAND ORRI BERASTAGI**

SKRIPSI

Dijukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



**MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS
MEDAN
2024**

PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH PEMASARAN DIGITAL DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA HOTEL GRAND ORRI BERASTAGI**



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi



Dr. Miska Irena Tarigan, S.Pd
NIDN : 0108108902

Disetujui Oleh:

Pembimbing

Perag Simaniburuk S.E., M.Si
NIDN : 0120045901

PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH PEMASARAN DIGITAL DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA HOTEL GRAND ORRI BERASTAGI

ETRI ANITA BR. TARIGAN

NPM : 200110038

PROGRAM STUDI DIJAWA JEMENSI

Medan, 24 Juli 2024

Penguji I

Dr. Pandapotan Sitompul, M.Pd
NIDN : 0412116401

Penguji II

Dr. Donaldson Sifalahl
NIDN : 0128026201

Ketua Penguji

Peran Simanihuruk S.E, M.Si
NIDN : 0120045901

Dekan Fakultas
Ekonomi Dan Bisnis

Dr. Kornel Miantre
NIDN : 0108108002

Ketua Program Studi

Dr. Miska Irami Tugunan, M.Pd
NIDN : 0108108002

ABSTRAK

FITRI ANITA BR TARIGAN, 200110038, 2024, PENGARUH PEMASARAN DIGITAL DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA HOTEL GRAND ORRI BERASTAGI.

Pembimbing: P. Simanihuruk, SE., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemasaran digital dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada hotel grand orri berastagi. Pengumpulan data digunakan dengan jumlah sampel 92 responden. Data yang terkumpul bersifat kuantitatif dan akan dianalisis menggunakan rumus rumus yang ada dibantu dengan *software* smart pls 4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemasaran digital secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, hal ini terbukti dari T-statistik sebesar 0.854 lebih kecil dari nilai T-statistic yaitu 1.96 dengan nilai P-value sebesar $0.197 > 0.05$. pemasaran digital secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan hal ini terbukti dari T-statistik sebesar $3.960 >$ dari nilai T-statistic yaitu 1.96 dengan nilai P-value sebesar $0.000 < 0.05$. kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan hal ini terbukti dari T-statistik sebesar $3.996 >$ dari nilai T-statistic yaitu 1.96 dengan nilai P-value sebesar $0.000 < 0.05$. kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan hal ini terbukti dari T-statistik sebesar $5.552 >$ dari nilai T-statistic yaitu 1.96 dengan nilai P-value sebesar $0.000 < 0.05$. kepuasan pelanggan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan hal ini terbukti dari T-statistik sebesar $4.087 >$ dari nilai T-statistic yaitu 1.96 dengan nilai P-value sebesar $0.000 < 0.05$. pemasaran digital secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening hal ini terbukti dari T-statistik sebesar $2.881 >$ dari nilai T-statistic yaitu 1.96 dengan nilai P-value sebesar $0.002 < 0.05$. kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening hal ini terbukti dari T-statistik sebesar $3.198 >$ dari nilai T-statistic yaitu 1.96 dengan nilai P-value sebesar $0.001 < 0.05$. dilihat dari hasil pengolahan data r Square maka dapat dikatakan bahwa besarnya pengaruh loyalitas pelanggan sebesar 58.2% sedangkan 41.8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diketahui pada penelitian ini. Dan besarnya pengaruh kepuasan pelanggan sebesar 53.3% sedangkan 46.7 dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diketahui pada penelitian ini.

Kata kunci: Pemasaran Digital, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

FITRI ANITA BR TARIGAN, 200110038, 2024, THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE AT THE GRAND ORRI HOTEL BERASTAGI.

Supervisor: P. Simanihuruk, SE., M.Si

This research aims to analyze the influence of digital marketing and service quality on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable at the Grand Orri Berastagi Hotel. Data collection was used with a sample size of 92 respondents. The data collected is quantitative and will be analyzed using existing formulas assisted by Smart PLS 4 software. The results of this research show that digital marketing does not partially have a positive and significant effect on customer loyalty, this is proven by the T-statistic of 0.854 which is smaller than The T-statistic value is 1.96 with a P-value of $0.197 > 0.05$. Digital marketing partially has a positive and significant effect on customer satisfaction. This is proven by the T-statistic of 3,960 > from the T-statistic value of 1.96 with a P-value of $0.000 < 0.05$. Service quality partially has a positive and significant effect on customer loyalty. This is proven by the T-statistic of 3,996 > from the T-statistic value of 1.96 with a P-value of $0.000 < 0.05$. Service quality partially has a positive and significant effect on customer satisfaction. This is proven by the T-statistic of 5,552 > from the T-statistic value of 1.96 with a P-value of $0.000 < 0.05$. Partial customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty. This is proven by the T-statistic of 4,087 > from the T-statistic value of 1.96 with a P-value of $0.000 < 0.05$. Digital marketing partially has a positive and significant effect on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable. This is proven by the T-statistic of 2,881 > from the T-statistic value of 1.96 with a P-value of $0.002 < 0.05$. Service quality partially has a positive and significant effect on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable. This is proven by the T-statistic of 3,198 > from the T-statistic value of 1.96 with a P-value of $0.001 < 0.05$. Judging from the results of r Square data processing, it can be said that the influence of customer loyalty is 58.2%, while 41.8% is influenced by other factors that are not known in this research. And the magnitude of the influence of customer satisfaction is 53.3% while 46.7 is influenced by other factors that are not known in this research.

Keywords: Digital Marketing, Service Quality, Customer Loyalty, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan Rahmat-Nya yang senantiasa menuntun sepanjang waktu sehingga di dalam kasih dan penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH PEMASARAN DIGITAL DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING.** skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan. Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dari beberapa pihak baik secara langsung maupun tidak langsung berupa moral maupun material. Penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Maidin Gultom SH, M, Hum selaku rektor Universitas Katolik Santo Thomas Medan Sumatra Utara.
2. Bapak Dr. Kornel Munthe, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan Sumatra Utara.
3. Ibu Dr. Miska Irani Tarigan, Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan Sumatra Utara.

4. Ibu Esli Silalahi, SE., M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan Sumatra Utara.
5. Bapak Peran Simanihuruk SE, M.Si, selaku dosen Pembimbing skripsi penulis yang telah senantiasa meluangkan waktu, dukungan dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini selesai.
6. Bapak Dr. Pandapotan Sitompul, MM selaku dosen penguji satu saya yang sudah memberikan saran, masukan dan dukungan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak Dr. Donalson Silalahi selaku penguji kedua saya yang sudah memberikan saran, masukan dan dukungan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan Sumatra Utara yang telah memberikan pengetahuan dan Pendidikan penulis.
9. Seluruh pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan Sumatra Utara yang telah membantu melayani administrasi penulis demi kelancaran studi hingga penyusunan skripsi ini.
10. Juru selamat tersayang, Tuhan Yesus Kristus yang selalu ada disetiap Langkah penulis dalam menyelesaikan perjalanan ini. Terimakasih karena selalu memberikan harapan dan mukzijat diwaktu yang tepat di Tengah keputusan penulis. Terimakasih karena sudah menggendong seorang Fitri saat iya tidak mampu untuk melangkah maju dan menjadi sumber kekuatan di Tengah

ketidakpastian. Terimakasih sudah menjadi rumah bagi penulis untuk meneteskan air mata sukacita.

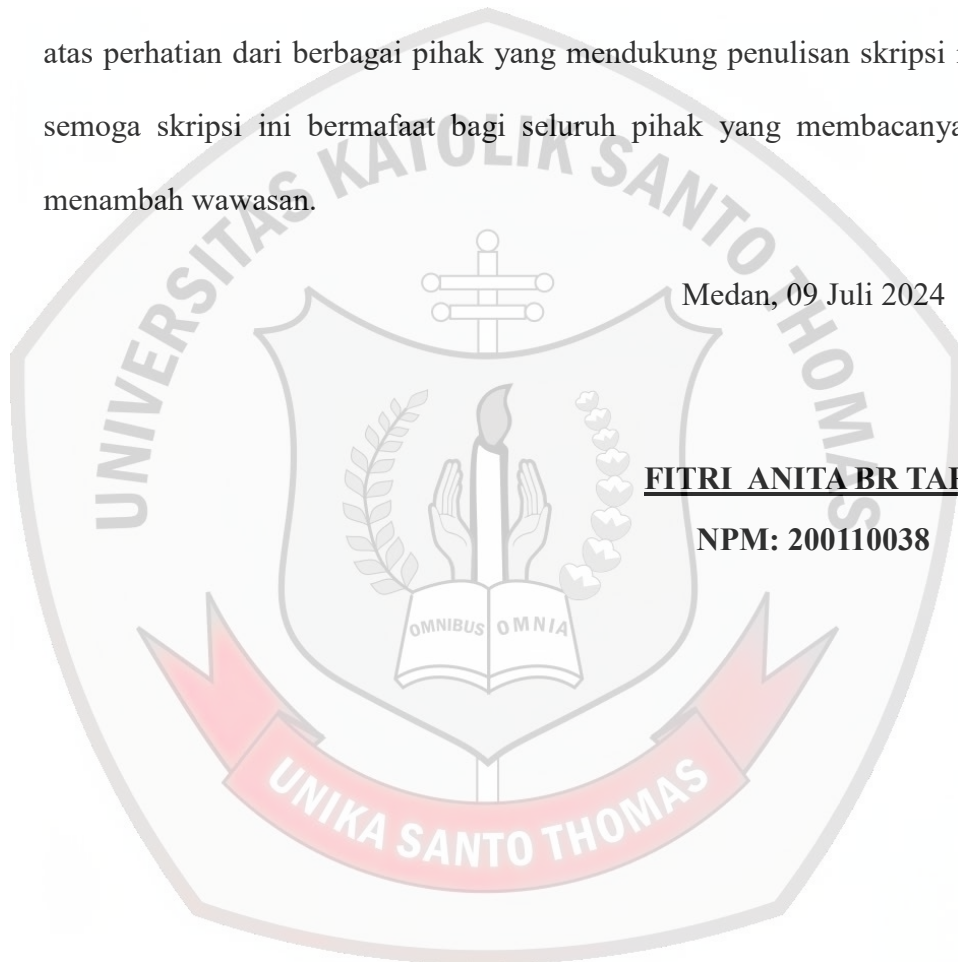
11. Teristimewa kepada cinta pertama penulis, Ayahanda Niar Thomas Tarigan dan Ibunda Herlina Br Pinem yang senantiasa memberikan semangat, pelukan, doa dan kasih sayang kepada penulis. Yang tidak pernah menuntut penulis dalam hal apapun. Sosok orang tua yang berhasil membuat saya bangkit dari kata menyerah. Penulis sadar, bahwa setiap kata dalam skripsi ini adalah buah dari kerja keras dan doa orang tua. Skripsi ini adalah persembahan untukmu dari Putri kecilmu yang saat ini sudah tumbuh dewasa awal perkuliahan dan sampai akhir dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Untuk keluarga Bapak Ekasapta tarigan tempat penulis menempuh Pendidikan terimakasih telah memberikan dukungan penuh kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini adalah persembahan kepada kalian.
13. Teristimewa kepada teman saya Arinda vandame pardede dan Amelia putri lumbangaol yang telah membantu dan mendukung penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Terimakasih sudah siapsedia mendengarkan segala cerita dan keluh kesah penulis dalam mengerjakan skripsi ini Dan turut menyemangati dan mengingatkan penulis dalam mengerjakan skripsi sampai selesai. Youre the best friend I ever meet.
14. Terakhir, kepada diri saya sendiri, Fitri Anita Br Tarigan. Terimakasih sudah bertahan atas segala perjuangan, air mata dan ketidakpastian diperjalanan Panjang ini, meskipun seringkali ingin menyerah dan merasa putus asa. Terimakasih telah menemukan kekuatan didalam ketidakpastian dan

kegagalan. Terimakasih sudah melibatkan Tuhan Yesus Kristus dalam setiap perjalanan mu dan mengizinkan Yesus untu menjadi batu sadaranmu. Berbanggalah kepada diri sendiri karena telah menjadi pahlawan dalam cerita hidupmu sendiri. Apapun kurang dan lebihmu, mari merayakan diri sendiri. Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih atas perhatian dari berbagai pihak yang mendukung penulisan skripsi ini, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi seluruh pihak yang membacanya untuk menambah wawasan.

Medan, 09 Juli 2024

FITRI ANITA BR TARIGAN

NPM: 200110038



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
Kata Pengantar	iii
DAFTAR Isi	vii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS	10
2.1 Pengertian jasa	10
2.1.1 karakteristik jasa	11
2.1.2 Pemasaran Jasa	13
2.1.3 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Pemasaran Jasa	14
2.2 Pemasaran Digital	15
2.2.1 Pengertian Pemasaran Digital	15
2.2.2 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Pemasaran Digital	17
2.2.3 Indikator Pemasaran Digital	18
2.3 Kualitas Pelayanan	20
2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	20
2.3.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	22
2.3.3 Indikator Kualitas Pelayanan	26
2.4 Loyalitas Pelanggan	27
2.4.1 Pengertian loyalitas pelanggan	27
2.4.2 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	29
2.4.3 Indikator Loyalitas Pelanggan	32
2.5 Kepuasan Pelanggan	33
2.5.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	33
2.5.2 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	35
2.5.3 Indikator Kepuasan Pelanggan	38
2.6 Pengaruh Antar Variabel	39
2.6.1 Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Loyalitas Pelanggan	39
2.6.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	40
2.6.3 Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Kepuasan Pelanggan	41
2.6.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	42
2.6.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	42

2.6. Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening	43
2.6.7 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening	44
2.7 Kerangka Berpikir.....	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	47
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	47
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	47
3.2.1 Populasi.....	47
3.2.2 Sampel	47
3.3 Operasional Variabel	48
3.4 Skala Pengukuran Variabel.....	52
3.5 Tehnik Pengumpulan Data.....	53
3.6 Tehnik Analisis Data Model Pengukuran (Outer Model).....	53
3.6.1 Analisis Model Pengukuran (Outer Model).....	53
3.6.2 Evaluasi Model Struktur (Inner Model).....	55
3.6.3 Evaluasi Kebaikan dan Kecocokan Model	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Sejarah Berdirinya Hotel Grand Orri Berastagi	58
4.1.1 Visi, Misi, Tujuan, Logo Hotel Grand Orri Berastagi.....	59
4.1.2 Struktur Organisasi	60
4.2 Karakteristik responden	64
4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Berdasarkan Penelitian	66
4.3 Analisis Model Pengukuran (Outer Model).....	75
4.4 Analisis Model Struktural (Inner Model)	84
4.5 Uji Godness Of Fit	92
4.6 Pembahasan	94
4.6.1 Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Loyalitas Pelanggan	94
4.6.2 Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Kepuasan Pelanggan	94
4.6.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	95
4.6.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	95
4.6.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	96
4.6.6 Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening.....	96
4.6.7 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening.....	97
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	98
5.1 Kesimpulan	98
5.2 Saran	100
DAFTAR PUSTAKA.....	102

DAFTAR TABEL

Tabel	Nama Tabel	Halaman
3.1	Operasional variabel	50
3.2	skala pengukuran variabel	52
4.1	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	64
4.1.1	Karakteristik responden berdasarkan Tingkat pendidikan	65
4.1.2	Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan	65
4.1.3	Karakteristik responden berdasarkan Tingkat penghasilan	66
4.2	Analisis angka indeks	67
4.3	Deskriptif variabel pemasaran digital	68
4.4	Deskriptif variabel kualitas pelayanan	70
4.5	Deskriptif variabel loyalitas pelanggan	72
4.6	Deskriptif variabel Kepuasan pelanggan	74
4.7	Nilai loading faktor	75
4.8	Discriminant Validity – Fornell – Larcker Criterion	81
4.9	Discriminant Validity – Heterotrait- monotrait Ratio (HTMT) - Matrix	81
4.10	Construct reliability	83
4.11	Output Collinearity Statistic (VIF) – Inner Model - Matriks	84
4.12	Uji Hipotesis	85
4.13	Specific Indirect effect	90
4.14	Nilai F Square	92
4.15	Nilai R-Square	92
4.16	Nilai SRMR	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Nama Gambar	Halaman
2.1	Kerangka berpikir	46
4.1	Logo hotel grand orri berastagi	60
4.2	Struktur organisasi	60
4.3	Hasil Uji Loading Faktor	80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Nama Lampiran
1	ACC Judul
2	Kuesioner
3	Data Mentah Responden
4	Outer loading
5	Hasil uji loading faktor
6	Discriminat validity – fornell – larcker criterion
7	Discriminant Validity – heterotrait monotrait ratio (HTMT) – Matriks
8	Construct reliability
9	Output collinearity statistic (VIF) – inner model – matriks
10	Uji hipotesis
11	Nilai f Square
12	Nilai R – Square
13	Nilai SRMR
14	Kartu bimbingan
15	Undangan Sempro
16	Undangan meja hijau
17	Daftar hadir sempro

DAFTAR PUSTAKA BUKU

- Adrian, Payne, (2000), Pemasaran Jasa, The Essence of Service Maerketing, Andi Yogyakarta
- Ali Hasan, 2008, Marketing, Media Utama, Yogyakarta
- Andriasan Sudarso, 2016, Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan, Yogyakarta: Budi Utama
- Arikunto, S. 2013. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Fandi, Tjiptono. 2014. Service, Quality & Satisfaction. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Fandy Tjiptono. 2000. Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andy
- Fandy Tjiptono. 2012. Strategi Pemasaran, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Gaffar f, Vanessa. 2007. CRM dan MPR Hotel (CRM dan Marketing) Public Relations. Bandung: Alfabeta.
- Gaffar V, 2007, *Manajemen Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. 2015. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Griffin, Jill. 2003. Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Handi Irawan. 2008. Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta. PT. Elex Media Komputindo.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo.
- Kotler dan Keller. (2012), Manajemen Pemasaran, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2002). Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium. (2002). Jakarta: PT. Prehalindo.
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016: Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, Philip, 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Lupiyoadi dan Hamdani, 2006. Manajemen Pemasaran jasa Edisi kedua. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.

- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rahayu, 2007, *Tanya Jawab Manajemen Pemasaran Kontemporer*. Penerbit Havarindo. Jakarta.
- Sangadji, Etta Mamang; Sopiha. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Andi.
- Sanjaya, Ridwan dan Tarigan Josua. 2009. *Creative Digital Marketing*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo
- Sugiyono. (2015). *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. ALFABETA CV. Sugiyono.2005. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy (2017), *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono. 2006. *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: BPFE
- Umar, Husein. 2002. *Metodologi Penelitian Aplikasi dalam pemasaran*. edisi II, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Yazid, 2008, *Pemasaran Jasa. Edisi Kedua*. Yogyakarta: Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII.
- Yazid. 2008. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekonisia
- Hermanto, H. (2019). *Faktor Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*
- Christoper Lovelock.2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Kelompok Gramedia, Indeks, Indonesia
- Cristina Widya Utami, (2006). *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel Modern)*; Jakarta: Salemba Empat
- Singgih Santoso, 2014. *SPSS 22 from Essential to Expert Skills*, Gramedia anggota IKAPI, Jakarta.
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Hair, J. F. et. al. 2019. *Partial Least Squares Structural Equation Modeling Based Discrete Choice Modeling: An Illustration In Modeling Retailer Choice*. *Business Research*. 12(1): 115-142
- Abdillah, W., Hartono. (2015). *Partial Least Square (PLS)*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Yamin, S. (2022). *Olah Data Statistik SmartPLS 3 SmartPLS4 AMOS STATA (Edisi Kedua)*. Penerbit Dewangga Energi Internasional.

Hair, et al. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R. United States of America: SAGE Publications, Inc.*

DARI JURNAL

Agus P (2018) *PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada Pelanggan Kedai Hj. S Jl. Kesumba Kota Malang).Jurnal stie asia malang*

Fifin A, anindhiya B (2020) “*PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DIMEDIASI KEPUASAN PELANGGAN PADA KONSUMEN GOJEK*” *JUPE* Volume 08 Nomor 03 Tahun 2020, 86 -94

I Wayan Sumertana (2016) *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA WATER PARK SERIRIT SINGARAJA TAHUN 2014-2015. Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (JPPE) Volume: 7 Nomor: 2 Tahun: 2016*

J Kusuma, P yudi (2022) *PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PROMOSI PENJUALAN DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN GOJEK DI DENPASAR* Vol. 11, No. 9, 2022: 1634-1656

Yara Azzahra Naomira, N. Rachma, Afi Rachmat Slamet (2023) *Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Loyalitas Pelanggan Kedai Kopi Janji Jiwa Probolinggo Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Masa Pandemi. Vol. 11 No. 14 Februari 2022*

Yuni Maxi Putri, Hardi Utomo, Fudji Sri Mar'ati (2021). dengan judul *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, HARGA DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI GRAND WAHID HOTEL SALATIGA.Jurnal sekolah tinggi ilmu ekonomi ama tiga*

Ravica Ayu Masito (2021) dengan judul *PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK AIR MINUM CHEERS (STUDI PT. ATLANTIC BIRURAYA). Jurnal Pendidikan tata niaga (JPTN)*

Kukuh Familiar, Ida Maftukhah (2015) dengan judul *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN. Jurnal manajemen analisis*

- Michael Christian, Nuari, V. (2016) dengan judul *Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen studi kasus: Belanja online Bhinneka.com. Jurnal siasat bisnis.*
- Ellys Cornelia S. Nancy, Veronica S. Endo Wijaya Kartika, Thomas S. Kaihatu (2008) dengan judul *ANALISA PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI LAUNDRY 5ASEC SURABAYA. Jurnal manajemen perhotelan*
- Langgeng Sri Handayani, Rahmat Hidayat (2022) dengan judul *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Digital marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk MS Glow Beauty. Jurnal iKRAITH-EKONOMIKA*
- Siska Widyawati, Ratih Puspitaningtyas Faeni (2021) dengan judul *Pengaruh Marketing Online, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Borobudur (The Influence of Online Marketing, Service Quality and Price on Borobudur Hotel Consumer Satisfaction). Reviu Akuntansi, Manajemen, Dan Bisnis*
- Melisa Virginia Inkiriwang, Imelda Wellin Juliana Ogi, Djemly Woran (2022) dengan judul *PENGARUH DIGITAL MARKETING, KUALITAS PRODUK DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PINKY KITTY SHOP TONDANO. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, OMNIBUS OMNIA*
- Selvy Normasari, Srikandi Kumadji, Andriani Kusumawati (2013) dengan judul *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN, CITRA PERUSAHAAN DAN LOYALITAS PELANGGAN. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*
- Malik Ibrahim dan Sitti Marijam Thawil (2019) dengan judul *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*
- Mahira, Prasetyo Hadi, Heni Nastiti (2021) dengan judul *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*
- Widyaninggar Resti Husodho (2015) dengan judul *PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA OBYEK WISATA DUMILAH WATER PARK MADIUN. Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya, 2015*

Tulus Rohana (2020) dengan judul *Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan. Jurnal Ilmu Manajemen*

Rina Rachmawati (2014) dengan judul *Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan. Jurnal teknologi busana dan boga*

Afifah Fahrika, N. Rachma, Afi Rahmat Slamet (2019) dengan judul *PENGARUH ONLINE MARKETING DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA ONLINE SHOP JOYISM MALANG. Jurnal ilmiah riset manajemen.*

Hilman, Ardianta Putra (2017) dengan judul *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Lontar Media Digital Printing Semarang). Jurnal administrasi bisnis.*

