

Universitas Katolik Santo Thomas

Repositori Unika Santo Thomas

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

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB)
Program Studi Manajemen

Undergraduate Papers

Sigalingging, Ivandio

2025

Pengaruh Lokasi, Fasilitas Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Tingkat Kepuasan Sebagai Variabel Intervening

<http://eprints.ust.ac.id/id/eprint/720>

Downloaded from Repositori Institusi UST, Universitas Katolik Santo Thomas

**PENGARUH LOKASI, FASILITAS DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN TINGKAT KEPUASAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus: Tamu Hotel Sentosa Kecamatan Muara, Tapanuli Utara)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh:

IVANDIO SIGALINGGING

NPM : 210110108

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS
MEDAN
2025**

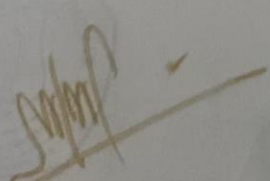
PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH LOKASI, FASILITAS DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN TINGKAT KEPUASAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus: Tamu Hotel Sentosa Kecamatan Muara, Tapanuli Utara)**

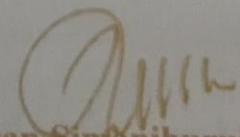


Medan, 24 Juni 2025

**Disahkan Oleh
Ketua Program Studi**


Dr. Miska Irani Br Tarigan, S.Sos., M.M
NIDN : 0108108002

**Disetujui Dosen
Pembimbing**


Peran Simfanihuruk, S.E., M.Si
NIDN : 0109016601

PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH LOKASI, FASILITAS DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN TINGKAT KEPUASAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi Kasus: Tamu Hotel Sentosa Kecamatan Muara, Tapanuli Utara)

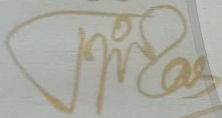
IVANDIO SIGALINGGING

NIM : 210110108

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Medan, 24 Juni 2025

Penguji I



Dra. Roslinda Sagala, M.Si
NIDN: 0128106501

Penguji II



Helena Sihotang, S.E., M.M
NIDN : 0192049303

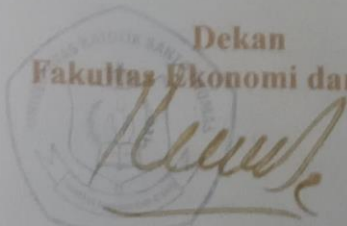
Ketua Penguji



Peran Simanuhuruk, S.E., M.Si
NIDN : 0109016601

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Kornel Munthe
NIDN : 0130096702

Ketua Program Studi



Dr. Miska Irani Br Tarigan, S.Sos., M.M.
NIDN : 0108108002

MOTTO

Dengar! Setiap Orang Memiliki Gilirannya Masing-Masing dan Semuanya Memiliki Masanya Sendiri, Tak Perlu Terburu-Buru Tunggu dan Bersabarlah Waktu Itu Akan Datang Dengan Sendirinya, Maksudku Giliran Mu...

“Era Baru Memang Benar Adanya dan Akan Tiba”



ABSTRAK

IVANDIO SIGALINGGING 210110108. PENGARUH LOKASI, FASILITAS DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN TINGKAT KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS: TAMU HOTEL SENTOSA KECAMATAN MUARA, TAPANULI UTARA).

Pembimbing: Peran Simanuhuruk, S.E., M.Si

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Tingkat Kepuasan sebagai variabel intervening pada Hotel Sentosa Kecamatan Muara, Tapanuli Utara. Data ini diperoleh melalui survei penyebaran kuesioner yang diberikan pada 97 (sembilan puluh tujuh) orang tamu hotel yang menginap di Hotel Sentosa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan SmartPLS versi 4. Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan bantuan SmartPLS versi 4 diketahui Nilai T-statistik dari lokasi terhadap kepuasan pelanggan adalah 2,00 dengan tingkat signifikan sebesar $0,04 < 0,05$. Nilai T-statistik dari fasilitas terhadap kepuasan pelanggan adalah 4,54 dengan tingkat signifikan sebesar $0,00 < 0,05$. Nilai T-statistik dari Harga terhadap kepuasan pelanggan adalah 4,02 dengan tingkat signifikan sebesar $0,00 < 0,05$. Nilai T-statistik dari Kepuasan terhadap Loyalitas adalah 13,80 dengan tingkat signifikan sebesar $0,00 < 0,05$. Nilai T-statistik dari Lokasi terhadap Loyalitas adalah 0,04 dengan tingkat signifikan sebesar $0,96 < 0,05$. Nilai T-statistik dari Fasilitas terhadap Loyalitas adalah 0,16 dengan tingkat signifikan sebesar $0,86 < 0,05$. Nilai T-statistik dari Harga terhadap Loyalitas adalah 1,16 dengan tingkat signifikan sebesar $0,24 < 0,05$. Nilai T-statistik dari Lokasi terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai variabel intervening adalah 1,92 dengan tingkat signifikan sebesar $0,02 < 0,05$. Nilai T-statistik dari Fasilitas terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai variabel intervening sebesar 4,05 dengan tingkat signifikan sebesar $0,00 < 0,05$. Nilai T-statistik dari Harga terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai variabel intervening sebesar 3,79 dengan tingkat signifikan sebesar $0,00 < 0,05$. Nilai *R-square adjusted* untuk variabel Loyalitas (Y) sebesar 0,66. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa 66% variasi dalam Loyalitas dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen yang dimasukkan ke dalam model artinya sebanyak 34% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Lokasi, Fasilitas, Harga, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine and explain the effect of Location, Facilities and Price on Customer Loyalty with Satisfaction Level as an intervening variable at Hotel Sentosa Muara District, North Tapanuli. This data was obtained through a questionnaire distribution survey given to 97 (nine twenty-seven) hotel guests who stayed at Hotel Sentosa. The sampling technique used is multiple linear regression with the help of SmartPLS version 4. The research method used in this research is quantitative analysis method. Based on the results of the analysis using SmartPLS version 4 assistance, it is known that the T-statistic value of location on customer satisfaction is 2.00 with a significant level of $0.04 < 0.05$. The T-statistic value of facilities on customer satisfaction is 4.54 with a significant level of $0.00 < 0.05$. The T-statistic value of Price on customer satisfaction is 4.02 with a significant level of $0.00 < 0.05$. The T-statistic value of Satisfaction on Loyalty is 13.80 with a significant level of $0.00 < 0.05$. The T-statistic value of Location on Loyalty is 0.04 with a significant level of $0.96 < 0.05$. The T-statistic value of Facilities on Loyalty is 0.16 with a significant level of $0.86 < 0.05$. The T-statistic value of Price on Loyalty is 1.16 with a significant level of $0.24 < 0.05$. The T-statistic value of Location on Loyalty with Satisfaction as the intervening variable is 1.92 with a significant level of $0.02 < 0.05$. The T-statistic value of Facilities on Loyalty with Satisfaction as the intervening variable is 4.05 with a significant level of $0.00 < 0.05$. The T-statistic value of Price on Loyalty with Satisfaction as the intervening variable is 3.79 with a significant level of $0.00 < 0.05$. The adjusted R-square value for the Loyalty (Y) variable is 0.66. This value indicates that 66% of the variation in Loyalty can be explained by the independent variables included in the model, meaning that the remaining 34% is influenced by other factors not included in this study.

Keywords: *Location, Facilities, Price, Customer Satisfaction and Loyalty*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang senantiasa menuntun sepanjang waktu sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “PENGARUH LOKASI, FASILITAS DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN TINGKAT KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus: Tamu Hotel Sentosa Kecamatan Muara, Tapanuli Utara)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai 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 terima kasih kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Maidin Gultom, SH., M.Hum**, selaku Rektor Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
2. Bapak **Dr. Kornel Munthe, SE., M.Si**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
3. Ibu **Dr. Miska Irani Tarigan, S.Sos., MM**, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
4. Ibu **Esli Silalahi, S.E., M.Si** selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan.

5. Bapak **Peran Simanihuruk, S.E., M.Si**, selaku dosen pembimbing penulis yang telah meluangkan waktu, memberikan dukungan dan bimbingan selama penulisan skripsi ini.
6. Ibu **Dra. Roslinda Sagala, M.Si**, selaku dosen penguji pertama yang telah memberikan saran, masukan dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Ibu **Helena Sihotang, S.E., M.M**, selaku dosen penguji kedua yang telah memberikan saran, masukan dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Ibu **Dra. Betniar Purba, M.Si**, selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dan dukungan dari awal perkuliahan hingga akhir.
9. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan yang telah memberikan pengetahuan dan pendidikan kepada penulis.
10. Pihak Hotel Sentosa yang telah memberikan izin dan membantu melakukan pengambilan data yang berhubungan dengan skripsi ini.
11. Teristimewa kepada orang tua penulis, Bapak **Pantus Sigalingging** dan Ibu **Berta br Perangin-Angin** yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat dan kasih sayang yang tulus kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Teristimewa kepada saudara kandung penulis, **Yudi Aditya Sigalingging, S.E.** yang selalu menjadi semangat, memberikan nasihat kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

13. Terimakasih kepada NPM **210110122** yang telah memberikan semangat, motivasi, dukungan dan kasih sayang kepada penulis sebelum dimulainya penulisan skripsi hingga penyelesaian skripsi ini.
14. Terimakasih kepada sahabat penulis, Ade Andreas Sinabariba yang selalu membantu penulis dalam beberapa tugas selama masa perkuliahan.
15. Terimakasih kepada semua teman dan sahabat penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, terimakasih atas waktu yang diluangkan, doa, dukungan dan canda tawa yang diberikan kepada penulis.
16. Terakhir, terima kasih untuk diri saya sendiri **Ivandio Sigalingging** yang sudah bertahan sejauh ini, sudah memilih untuk terus belajar, tidak menyerah meski lelah, dan tetap melangkah meski perlahan. Terima kasih karena telah menjadi kuat, sabar, dan memahami bahwa segala usaha akan membuahkan hasil yang manis, satu lagi untuk selalu diingat tidak ada yang memahami dirimu selain diri sendiri tetap percaya dan capai impian mu demi dirimu sendiri.

Medan, 25 Juni 2025

Penulis

IVANDIO SIGALINGGING
210110108

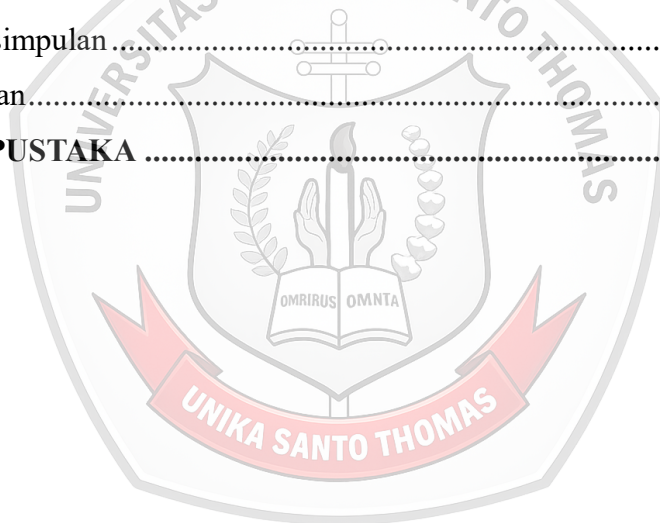
DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Pengertian Pemasaran.....	15
2.2 Tujuan Pemasaran.....	16
2.3 Fungsi Pemasaran.....	18
2.4 Konsep Pemasaran.....	19
2.5 Pengertian Pemasaran Jasa Dan Karakteristik Jasa.....	21
2.5.1 Pengertian Pemasaran Jasa	21
2.5.2 Karakteristik Pemasaran Jasa	23
2.6 Lokasi	24
2.6.1 Pengertian Lokasi.....	24
2.6.2 Tujuan Penetapan Lokasi.....	26
2.6.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Lokasi	28
2.6.4 Indikator Lokasi	31
2.7 Fasilitas	33
2.7.1 Pengertian Fasilitas	33
2.7.2 Tujuan Penetapan Fasilitas	35
2.7.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Fasilitas	37

2.7.4 Indikator Fasilitas.....	39
2.8 Harga.....	42
2.8.1 Pengertian Harga.....	42
2.8.2 Tujuan Penetapan Harga.....	44
2.8.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Harga	46
2.8.4 Indikator Harga	48
2.9 Kepuasan Pelanggan.....	50
2.9.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	50
2.9.2 Konseptualisasi Kepuasan Pelanggan	51
2.9.3 Indikator Kepuasan Pelanggan	53
2.10 Loyalitas Pelanggan.....	55
2.10.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	55
2.10.2 Konseptualisasi Loyalitas Pelanggan	56
2.10.3 Indikator Loyalitas	57
2.11 Kerangka Berpikir	59
2.11.1 Pengaruh Antar Variabel.....	59
2.11.2 Kerangka Berpikir	69
BAB III METODE PENELITIAN.....	70
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	70
3.2 Populasi Dan Sampel.....	70
3.2.1 Populasi	70
3.2.2 Sampel.....	71
3.3 Operasionalisasi Variabel.....	72
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	74
3.4.1 Data Primer	74
3.4.2 Data Sekunder	75
3.5 Skala Pengukuran	76
3.6 Teknik Analisis Data.....	76
3.6.1 Uji validitas dan Reliabilitas.....	76
3.6.1.1 Analisis Model Pengukuran (<i>Outers Model</i>).....	80

3.6.1.2 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	81
3.6.1.3 Pengujian Hipotesis.....	82
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	83
4.1 Gambaran Umum Hotel Sentosa.....	83
4.1.1 Sejarah Hotel Sentosa Kecamatan Muara.....	83
4.1.2 Visi Misi Hotel Sentosa	85
4.1.3 Gambar Bangunan Hotel Sentosa	86
4.1.4 Struktur Keanggotaan Hotel Sentosa	87
4.2 Karakteristik Responden.....	87
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	87
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	88
4.3 Tanggapan Responden	88
4.3.1 Tanggapan Responden Tentang Lokasi (<i>Location</i>)	88
4.3.2 Tanggapan Responden Tentang Fasilitas (<i>Facility</i>)	91
4.3.3 Tanggapan Responden Tentang Harga (<i>Price</i>)	94
4.3.4 Tanggapan Responden Tentang Kepuasan.....	98
4.3.5 Tanggapan Responden Tentang Loyalitas	102
4.4 Hasil Penelitian	106
4.4.1 Outer Model.....	106
4.4.1.1 Validitas Convergen.....	107
4.4.1.2 Construct Reliability and Validity.....	110
4.4.1.3 Diskriminan Validity	112
4.4.2 Inner Model.....	114
4.4.2.1 Uji R-Square	114
4.4.2.2 Uji F-Square	115
4.4.2.3 Uji Goodness of Fit (GOF).....	115
4.4.3 Hypotesis Testing	116
4.5 Pembahasan.....	119
4.5.1 Pengaruh Lokasi (<i>Location</i>) Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	119
4.5.2 Pengaruh Fasilitas (<i>Facility</i>) Terhadap Kepuasan Pelanggan	121
4.5.3 Pengaruh Harga (<i>Price</i>) Terhadap Kepuasan Pelanggan	122

4.5.4	Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan	123
4.5.5	Pengaruh Lokasi (<i>Location</i>) Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	125
4.5.6	Pengaruh Fasilitas (<i>Facility</i>) Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	126
4.5.7	Pengaruh Harga (<i>Price</i>) Terhadap Loyalitas Pelanggan	128
4.5.8	Pengaruh Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening	129
4.5.9	Pengaruh Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening	131
4.5.10	Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening	133
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		135
5.1	Kesimpulan	135
5.2	Saran.....	138
DAFTAR PUSTAKA		140



DAFTAR TABEL

Tabel	Nama Tabel	Halaman
1.1	Daftar Perbandingan Harga Kamar dengan Hotel Pesaing Tahun 2025	4
1.2	Daftar Kunjungan Tamu Hotel Sentosa Tahun 2022-2024	6
3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian	72
3.2	Skala Likert	76
4.1	Karakersitik Responden Berdasarkan Usia	87
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	88
4.3	Jumlah dan Persentase Tanggapan Responden Tentang Lokasi (<i>Location</i>)	89
4.4	Jumlah dan Persentase Tanggapan Responden Tentang Fasilitas (<i>Facility</i>)	92
4.5	Jumlah dan Persentase Tanggapan Responden Tentang Harga (<i>Price</i>)	95
4.6	Jumlah dan Persentase Tanggapan Responden Tentang Kepuasan	99
4.7	Jumlah dan Persentase Tanggapan Responden Tentang Loyalitas	103
4.8	Hasil Output Outer Loading Faktor	107
4.9	Hasil Output Nilai AVE	109
4.10	Hasil Output Composite <i>Reliability</i>	110
4.11	Hasil Cronbach's Alpha	111
4.12	Hasil Output <i>Fornell Larcker</i>	112
4.13	HTMT	113
4.14	Hasil Output R-Square	114
4.15	Hasil Output F-Square	115
4.16	Hasil Output R-Square	115
4.17	Hasil Output Path Coefficiens	116
4.18	Hasil Output Specific Indirect Effect	118

DAFTAR GAMBAR

Tabel	Nama Tabel	Halaman
4.1	Gambar Bangunan Hotel Sentosa	86
4.2	Struktur Keanggotaan Hotel Sentosa	87
4.3	Model Penelitian (Outer Loadings)	106



DATAR PUSTAKA

Buku

- Assauri, S. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Afuah, A. (2018). *Business Model Innovation Concepts, Analysis, and Cases* (2th ed). London: Routledge
- Azhar, M. Z. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran di Era Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Badu, & Rahayu. (2021). *Manajemen Bisnis dan Inovasi*. Bandung: Alfabeta.
- Cheng, & Wang. (2022). *International Business and Emerging Markets*. London: Routledge.
- Dunning, J. H., & Lundan, S. M. (2022). *Multinational Enterprises and The Global Economy*. New York: Oxford University Press.
- Fatihudin. (2019). *Ekonomi dan Bisnis Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hasan, S., et al. (2022). *Manajemen Keuangan dan Investasi*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Indrasari. (2019). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Malang: UMM Press.
- Kandampully, J., & Suhartanto, D. (2020). *Customer Loyalty in the Hotel Industry: The Role of Customer Satisfaction and Image*. London: Routledge.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran (Edisi 14)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management (15th ed.)*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. New York: Wiley.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Insights from A to Z: 80 Concepts Every Manager Needs to Know*. New York: Wiley.
- Laksana, R. (2019). *Strategi Pemasaran Efektif*. Yogyakarta: Deepublish.

- Lupiyoadi, R. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi 5). Jakarta: Salemba Empat.
- Mardia, K. V., et al. (2021). *Statistical Analysis in Business and Economics*. London: Cambridge University Press.
- Mulyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Nagle, T. T., & Müller, G. (2018). *The Strategy and Tactics of Pricing*. London: Routledge.
- Oliver, R. L. (2020). *Kepuasan: Perspektif Perilaku terhadap Konsumen* (Edisi ke-2). Routledge.
- Page, S. J., & Connell, J. (2020). *Tourism A Modern Synthesis* (5th ed.). New York: Routledge.
- Porter, M. E., & Heppelmann, J. (2024). *Technology and Competitive Advantage*. Boston: Harvard Business Review Press.
- Priyatno. (2019). *SPSS untuk Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Rahardjo, & Santoso. (2023). *Ekonomi Makro Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Oliver, L. R. (2014). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. New York: Routledge.
- Rifka, et al. (2022). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2021). *Economics (20th ed.)*. New York: McGraw-Hill.
- Setyawati. (2018). *Strategi Pemasaran dalam Persaingan Global*. Malang: UMM Press.
- Sofi, H., Rahmawati, D., & Lestari, A. (2023). *Perilaku Konsumen dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Stiglitz, J. E. (2019). *Globalization and Its Discontents Revisited*. New York: Norton & Company.
- Stiglitz, J. E. (2021). *People, Power, and Profits: Progressive Capitalism for an Age of Discontent*. New York: Norton & Company.
- Sudaryanto, et al. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Erlangga.

- Sударsono. (2020). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2020). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Syamsurijal, H., et al. (2022). *Ekonomi dan Keuangan Islam*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2020). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran Strategik*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Jakarta: Erlangga.
- Tonce, & Yoseph. (2022). *Analisis Pasar Global dan Tren Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Zainurossalamia. (2020). *Komunikasi Bisnis dan Digital Marketing*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Pemasaran Jasa: Mengintegrasikan Fokus Pelanggan ke dalam Perusahaan* (Edisi ke-8, Terj. Diah Tantri). Jakarta: Salemba Empat.
- Zulkarnaen. (2023). *Transformasi Digital dalam Bisnis*. Yogyakarta: Deepublish.

Jurnal

- Amelia, Y. T., & Safitri, K. (2021). *Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen pada Café Hangout di Sampit*. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1), 95–106.
- Anggraini, R., & Budiarti, A. (2020). *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan pada Konsumen Gojek*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 55–65.
- Annas, A. N., Arifin, R., & Hufron, M. (2019). *Pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel intervening (Studi kasus konsumen Awi Futsal Laok Jang-Jang, Sumenep)*. *Jurnal Riset Manajemen*, 8(5), 43–61.
- Asri, R. N. (2022). *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening*. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 10(3), 101–110.
- Bayu, R., & Agus, S. (2021). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Perusahaan Jasa Ekspedisi Krian)*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 112–120.
- Dick, A. S., & Basu, K. (1994). Customer loyalty: Toward an integrated conceptual framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(2), 99–113.
- Farhan, M., & Joko, S. (2023). *Pengaruh harga, lokasi, kualitas pelayanan, fasilitas, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan “Menantea Café” Teluk Jambe Karawang*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 11(2), 88–97.
- Firdaus, M. A., Setyawan, R., & Ardhiansyah, R. A. (2022). *Pengaruh lokasi dan kualitas makanan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada Warung Tanjung di Situbondo*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 7(2), 235–248.
- Hakiki, R., & Setiana, A. R. (2023). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Pegawai Pada Unit Pelaksana Teknis Daerah Pusat Kesehatan Masyarakat (Uptd Puskesmas) Pagerageung Kabupaten Tasikmalaya*. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(8), 3085–3093.
- Juliantri, A., Wahyuningtyas, Y. F., & Nugroho, M. A. S. (2024). *Pengaruh Lokasi, Kualitas Layanan, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Masakan Padang Minang Paibo*. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 417–430.

- Juniarti, S., Zuraida, L., & Wikaningtyas, S. U. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Bento Kopi)*. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 366–380.
- Kurnianingtyas, C. D., Katriliya, T., & Bawono, B. (2022). *Pengaruh kualitas layanan dan fasilitas terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada kamar kos Blue Residence, Jakarta Barat*. *IJIEM – Indonesian Journal of Industrial Engineering and Management*, 3(3), 192–199.
- Lestari, M., Nasution, A. M. U., & Lubis, A. (2022). *Pengaruh lokasi dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Makan Nanda Soto Sei Blutu Medan*. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*. Universitas Medan Area.
- Lianto, F. A., Ainurridho, H., Esmeralda, K., & Sanjaya, V. F. (2023). *Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Pasar Jatimulyo (Studi pada Konsumen di Pasar Jatimulyo, Kecamatan Jati Agung, Lampung Selatan)*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh*, 9(2), 127–137.
- Maharesta, D., Agus, S., & Riska, N. (2019). *Pengaruh harga dan lokasi terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening di Mini Market Wirda Kota Padang*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 7(2), 123–132.
- Mahendra, M. Y. I., & Irawati, W. (2023). *Pengaruh Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Warunk Pak Kumis Pare*. *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 5(2), 205–215.
- Mamonto, D. L. (2020). *Pengaruh penetapan harga terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Kelontong Lestari di Kota Kotamobagu*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(4), 379–388.
- Maulidiah, E. P., Survival, S., & Budiantono, B. (2023). *Pengaruh Fasilitas terhadap Kualitas Pelayanan serta Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal Economina*, 2(3), 727–737.
- Noval, M. A., Rois, A., & Hufon, M. (2021). *Pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel intervening (Studi kasus konsumen Awi Futsal Laok Jang-Jang, Sumenep)*. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 88–97.
- Nurhidayati, N., & Yuliantari, K. (2020). *Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Fish Streat Cabang Tebet*. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 2(1), 69–75.

- Pertiwi, A. B., Ali, H., & Sumantyo, F. D. S. (2022). *Pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada e-commerce Shopee*. Jurnal Ilmu Multidisiplin (JIM), 1(2), 537–553.
- Purnomo, H., Sardanto, R., & Muslih, B. (2020). *Signifikansi Harga, Fasilitas Dan Layanan Pada Tingkat Kepuasan Konsumen Hotel Di Diagram Scatter*. Restrukturisasi Ekonomi dan Bisnis di Era Covid 19, 293–299.
- Ratih, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Konsumen PT. BCA Finance, Kantor Pusat Pondok Indah, Jakarta Selatan)*. Jurnal Pemasaran Kompetitif, 5(1).
- Renda, A., & Dewi, N. P. (2022). *Pengaruh harga, lokasi, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Panji Sport Surabaya*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 10(2), 77–85.
- Rizli, M., Yuliana, S., & Hidayat, A. (2021). *Pengaruh harga, lokasi, fasilitas, dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada Perumahan Villa Pertiwi*. Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis, 9(1), 101–110.
- Rohana, T. (2020). *Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen, 8(1), 28–32.
- Silvia, S., Subianto, T. A., Hidayat, S. P., & Jaya, N. M. A. N. (2024). *Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Pasien Rumah Sakit Siloam Lippo Village*. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA), 8(3), 3124–3139.
- Sulistiyo, T. D., Nurbaeti, N., Mariati, S., Trirachmadi Mumin, A., & Muhandiansyah, D. (2024). *Pengaruh lokasi strategis dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada RedDoorz near CBD Ciledug, Kota Tangerang, Provinsi Banten*. Jurnal Bisnis Hospitaliti, 13(1).
- TriHidayat, R. F., & Nirawati, L. (2024). *Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan (Studi pada pelanggan PT KAI DAOP 8 Surabaya)*. Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING), 7(4), 7355–7367.
- Ulhaq, R. D. (2024). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Belikopi di Kota Surabaya dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi*. Undergraduate thesis, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

- Widyaningsih, S., Haris, A., & Ahmad, R. (2022). *Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis, 10(1), 45–53.
- Yuwono, B., & Permana, A. G. (2023). *Pengaruh insentif dan kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan bagian marketing pada PT. Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Tanjung Priok*. Jurnal Administrasi Bisnis, 3(1), 54–61.
- Zengga, Z., Nursiana, A., & Suryono, C. (2022). *Pengaruh Lokasi, Harga, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Kamar di Hotel Ibis Budget Jakarta Daan Mogot*. Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan, 3(1), 23–30.

