

Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan King Muay Thai Bandung

Muhammad Rafli Al-Ghiffari¹, Mohammad Riza Sutjipto²

¹ Manajemen Bisnis Telekomunikasi & Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, rafliag@student.telkomuniversity.ac.id

² Manajemen Bisnis Telekomunikasi & Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, rizasutjipto@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Olahraga adalah kegiatan fisik yang baiknya dilakukan secara berkala dalam rangka meningkatkan kebugaran dan kesehatan jasmani. Bela diri merupakan salah satu jenis dari olahraga. King Muay Thai Bandung sebagai salah satu sasana beladiri khususnya *muay thai*, menyediakan layanan pengajaran mulai dari *muay thai*, *kick boxing*, dan *taekwondo*. Dalam penelitian memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh antar variabel yang di teliti, yaitu pengaruh yang diberikan oleh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh yang diberikan oleh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh yang diberikan oleh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, dan pengaruh mediasi yang diberikan oleh kepuasan pelanggan terhadap hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik *non-probabilty sampling* lebih spesifik adalah *purposive sampling* kepada 36 responden. Dalam pengambilan data peneliti membagikannya langsung kepada para responden di tempat. Dalam mengolah data peneliti menggunakan alat bantu olah data SPSS 29. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. kualitas layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Serta kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan dalam memediasi hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci-kualitas layanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, Muay Thai.

Abstract

Sport is a physical activity that should be done regularly in order to improve physical fitness and health. Martial arts is one type of sport. King Muay Thai Bandung as one of the martial arts gyms, especially *muay thai*, provides teaching services ranging from *muay thai*, *kick boxing*, and *taekwondo*. The study aims to determine the effect between the variables studied, namely the effect provided by service quality on customer satisfaction, the effect provided by service quality on customer loyalty, the effect provided by customer satisfaction on customer loyalty, and the mediating effect provided by customer satisfaction on the relationship between service quality and customer loyalty. This research includes quantitative research using *non-probabilty sampling* techniques more specifically *purposive sampling* to 36 respondents. In collecting data, researchers distributed it directly to respondents on the spot. In processing data, researchers used SPSS 29 data processing tools. The results of this study indicate that service quality has a significant effect on customer satisfaction. service quality does not have a significant effect on customer loyalty. Customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty. And customer satisfaction has a significant effect in mediating the relationship between service quality and customer loyalty.

Keywords-service quality, customer satisfaction, customer loyalty, *muay thai*.

I. PENDAHULUAN

Olahraga adalah kegiatan fisik yang baiknya dilakukan secara berkala dalam rangka meningkatkan kebugaran dan kesehatan jasmani. Olahraga dapat dilakukan secara individu maupun berkelompok, dan dapat bersifat kompetitif maupun rekreatif. Dilansir dari Makarim (2023) olahraga mempunyai beberapa manfaat bagi kesehatan tubuh,

diantaranya adalah menjauhkan dari berbagai macam penyakit, memperbaiki postur tubuh, merangsang pertumbuhan ideal, meningkatkan daya pikir, mencegah terjadinya cidera, melancarkan peredaran darah, meningkatkan rasa ingin makan serta menjaga agar sistem pencernaan bekerja secara optimal, dan masih ada beberapa manfaat lainnya.

Olahraga yang salah satu jenisnya adalah beladiri bermanfaat dalam menjaga bahkan meningkatkan kesehatan tubuh juga mental, dapat juga untuk memperbaiki tingkat hormon, kemampuan kognitif yang meningkat, juga dapat mengurangi resiko serangan penyakit kronis yang dapat menyerang siapapun. Beladiri juga mampu untuk meningkatkan kepercayaan diri seseorang, kedisiplinan, kemampuan fisik, serta dapat menjadi senjata dalam melindungi diri dari bahaya khususnya bahaya fisik yang mengancam (Wahid et al., 2024:111).

Muay Thai, seni bela diri asal Thailand, kini semakin dikenal oleh masyarakat, baik laki-laki maupun perempuan. Teknik-teknik Muay Thai yang aman dan mampu menjaga kebugaran tubuh menjadi salah satu faktornya. Muay Thai menyatukan teknik bela diri serta latihan otot, meliputi pukulan, kuncian, tendangan, dengkul, siku, dorongan kaki, dan block. Dilansir dari Pratama (2021) Muay Thai menjadi beladiri posisi dua dalam beladiri paling populer di Indonesia.

Bersumber dari tanya jawab dengan salah satu petugas kepelatihan di King Muay Thai Bandung, didapati permasalahan yang mereka alami adalah ketidaksetiaan pelanggan terhadap sasana atau camp beladiri King Muay Thai Bandung. Ketidaksetiaan ini di indikasikan dengan banyaknya dari anggota yang hanya berlatih beberapa kali atau hanya sebulan setelah itu mereka tidak melanjutkannya. Berdasarkan dengan jabaran fenomena sebelumnya, penelitian ini dilakukan dalam rangka mengetahui pengaruh yang diberikan kualitas layanan serta kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan King Muay Thai Bandung.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Manajemen Strategi

Manajemen strategi adalah langkah penentuan keputusan yang strategis, yang berulang dan berkelanjutan yang melibatkan aktivitas pengembangan, penerapan, dan evaluasi strategi jangka pendek dan jangka panjang suatu organisasi dalam rangka mencapai suatu tujuan yang dicita-citakan (AHMAD, 2020: 5).

B. Marketing Strategic

Pemasaran adalah proses yang menghubungkan keinginan manusia dengan pasar, dengan tujuan terjadinya transaksi sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut (Hasibuan & Arnesih, 2023: 66).

C. Kualitas Layanan

Kualitas layanan dapat dipahami sebagai kemampuan untuk memberikan layanan agar dapat dinilai dan dievaluasi secara akurat, dalam melakukan penilaian kualitas layanan dinilai dengan beberapa aspek diantaranya adalah *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* (Aditya et al., 2023).

D. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan ialah penilaian konsumen atau calon konsumen terhadap suatu produk atau layanan yang didasarkan pada perbandingan antara harapan dan kenyataan Kotler & Keller (2008) dalam (Rachmat et al., 2023: 12). Berdasarkan Supriyanto (2021) tingkat kepuasan pelanggan dapat di ukur dengan tiga dimensi yaitu *attitude*, *happiness*, dan *customer satisfaction*.

E. Loyalitas Pelanggan

Menurut (Lisani & Indrawati, 2020) loyalitas pelanggan ialah pembelian secara tidak acak yang dilakukan dari waktu ke waktu. Loyalitas pelanggan ialah keputusan pelanggan kembali membeli serta mendukung barang dan atau layanan yang diberikan dimasa mendatang, terlepas dari terdapatnya faktor faktor dan upaya untuk membuat pelanggan beralih (Kotler & Keller, 2016) dalam (Djuniardi et al., 2023: 139). Menurut (Yustan et al., 2024) loyalitas pelanggan adalah pencerminan suatu layanan atau produk direspon oleh pelanggan itu sendiri, saat pelanggan memperlihatkan komitmen yang kuat serta secara berkelanjutan menggunakan layanan atau produk tersebut maka pelanggan tersebut dapat dikatakan loyal. Menurut Supriyanto (2021) terdapat empat Dimensi yang digunakan untuk mengukur loyalitas pelanggan yaitu *cognitive*, *affection*, *conative*, dan *action*.

Terdapat pula kerangka pemikiran seperti pada Gambar 1 Kerangka Pemikiran di bawah ini:



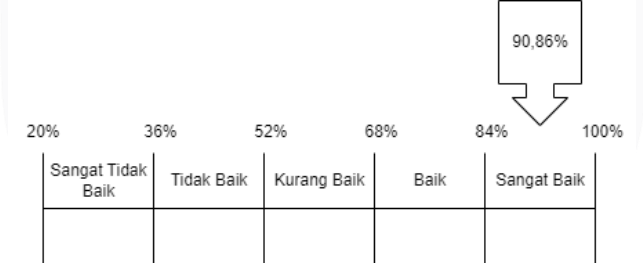
Gambar 1. Kerangka Pemikiran
(Asri & Dwiayanto, 2020; Supriyanto et al., 2021)

III. METODOLOGI PENELITIAN

Peneliti menggunakan **tujuan penelitian kausal**. Penelitian kausal ialah penelitian yang memiliki tujuan dalam mengetahui penyebab dari sebuah fenomena atau masalah (Hermawan, 2006: 87). Dalam Penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang didasarkan pada pemikiran positifisme, yang menekankan pada objektivitas, empirisme, dan rasionalisme. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian yang dikumpulkan berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik (Sugiyono, 2022: 7). Berdsarkan pengembangan dan teori penelitian ini termasuk ke dalam penelitian deduktif. Penelitian deduktif ialah penelitian yang berorientasi pada teori, di mana peneliti memulai dengan teori atau hipotesis yang telah ada, kemudian data dikumpulkan untuk menguji teori atau hipotesis tersebut (Hermawan, 2006: 22). Dalam penelitian ini penulis menetapkan strategi penelitian adalah survei, dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner data di kumpulkan. Penelitian ini menggunakan unit analisis individu sebagai unit analisisnya.

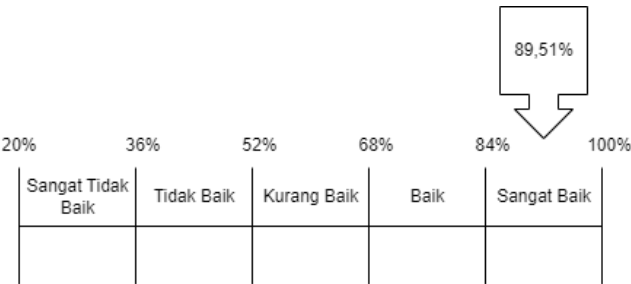
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang di dapat, variabel Kualitas Layanan, indikator dengan persentase terendah adalah “Tempat atau Bangunan King Muay Thai Bandung memadai” dengan persentase 85,55%, dimana nilai tersebut masih termasuk kriteria sangat baik. Sementara itu indikator dengan persentase tertinggi di variabel Kualitas Layana adalah “Staff King Muay Thai Bandung memberikan rasa aman” dengan persentase 97,77%, dimana nilai tersebut termasuk kriteria sangat baik. Secara keseluruhan persentase variabel Kualitas Layanan mempunyai nilai 90,86%.



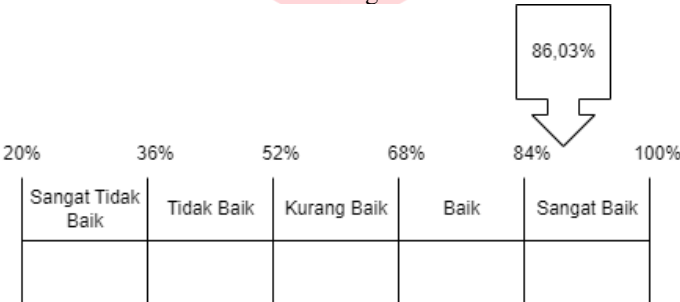
Gambar 2. Garis Kontinum Kualitas Layanan
(Data Olahan Penulis, 2024)

Berdasarkan data yang di dapat, variabel Kepuasan Pelanggan, indikator dengan persentase terendah adalah “King Muay Thai selalu memenuhi harapan member” dengan persentase 84,44%, dimana nilai tersebut masih termasuk kriteria sangat baik. Sementara itu indikator dengan persentase tertinggi di variabel Kepuasan Pelanggan adalah “Saya senang akan rasa aman yang diberikan King Muay Thai Bandung.” dengan persentase 95%, dimana nilai tersebut termasuk kriteria sangat baik. Secara keseluruhan persentase variabel Kualitas Layanan mempunyai nilai 89,51%, nilai tersbut termasuk kriteria sangat baik.



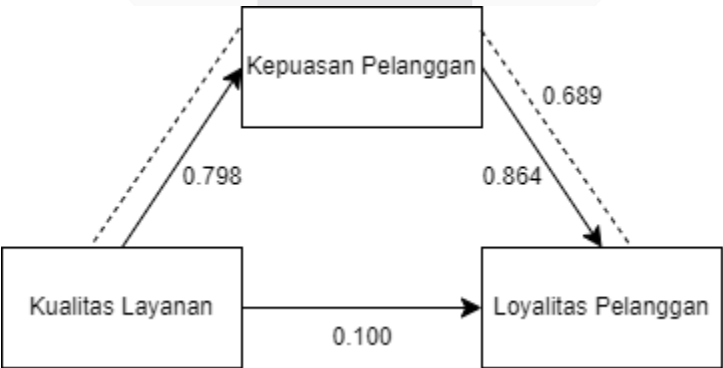
Gambar 3. Garis Kontinum Kepuasan Pelanggan (Data Olahan Penulis, 2024)

Berdasarkan data yang di dapat, variabel Loyalitas Pelanggan, indikator dengan persentase terendah adalah “Saya percaya King Muay Thai Bandung lebih baik dari camp Muay Thai lainnya.” dengan persentase 76,66%, dimana nilai tersebut masih termasuk kriteria baik. Sementara itu indikator dengan persentase tertinggi di variabel Kepuasan Pelanggan adalah “Saya memilih menjadi member King Muay Thai karena rasa percaya.” dengan persentase 91,11%, dimana nilai tersebut termasuk kriteria sangat baik. Secara keseluruhan persentase variabel Kualitas Layanan mempunyai nilai 86,03%, nilai tersebut termasuk kriteria sangat baik.



Gambar 4. Garis Kontinum Loyalitas Pelanggan (Data Olahan Penulis, 2024)

Berdasarkan Uji analisis jalur antara kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan dengan variabel mediator kepuasan pelanggan yang dilakukan pada SPSS 29 diperoleh nilai mediator sebesar 6.89 lebih besar dari T tabel (2.0322). dari husil analisis jalur juga diketahui bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan, hal ini karena nilai signifikansi kualitas layanan lebih besar dari 0,05. Dari hasil Uji analisis jalur tersebut diperoleh bahwa hipotesis kepuasan pelanggan berpengaruh dalam memediasi hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan diterima, sedangkan hipotesis kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di tolak.



Gambar 5. Uji analisis jalur

(Data Olahan Penulis, 2024)

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Didasari atas hasil penelitian serta olah data yang dilakukan terhadap 36 responden didapati analisis deskriptif berikut, variabel kualitas layanan mendapatkan nilai sebesar 90,86% termasuk kedalam kategori sangat baik, variabel kepuasan pelanggan mendapatkan nilai sebesar 89,51% termasuk kedalam kategori sangat baik, dan variabel loyalitas pelanggan mendapatkan nilai sebesar 86,03% termasuk kedalam kategori sangat baik. Berikut adalah kesimpulan yang didapat :

1. Variabel kualitas layanan, kepuasan pelanggan, serta loyalitas pelanggan termasuk kategori sangat baik.
2. Kualitas layanan memengaruhi secara signifikan kepuasan pelanggan serta memiliki hubungan positif yaitu peningkatan kualitas layanan akan meningkatkan juga kepuasan pelanggan.
3. Kualitas layanan tidak memengaruhi secara signifikan loyalitas pelanggan.
4. Kepuasan pelanggan memengaruhi secara signifikan loyalitas pelanggan serta memiliki hubungan positif yaitu peningkatan kepuasan pelanggan akan meningkatkan juga loyalitas pelanggan.
5. Kepuasan pelanggan memengaruhi secara signifikan dalam memediasi hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan.

B. Saran

Penelitian ini menunjukkan kualitas pelanggan memengaruhi secara signifikan kepuasan pelanggan, namun kualitas layanan tidak memengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung. Kepuasan pelanggan memengaruhi loyalitas pelanggan serta berpengaruh dalam memediasi hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil temuan tersebut maka dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, dapat meningkatkan kualitas layanan sehingga kepuasan pelanggan meningkat sehingga loyalitas pelanggan juga meningkat.

King Muay Thai Bandung dapat meningkatkan tempat atau bangunan, berdasarkan uji analisis deskriptif yang dilakukan indikator dengan persentase terendah adalah "Tempat atau bangunan King Muay Thai Bandung memadai." King Muay Thai Bandung dapat merenovasi tempat atau bangunannya agar para pelanggan atau member dapat lebih nyaman saat berlatih.

Dalam variabel kepuasan pelanggan King Muay Thai Bandung dapat lebih mendengarkan serta memenuhi harapan member, dimana dalam variabel kepuasan pelanggan, indikator ini adalah indikator dengan persentase terkecil. King Muay Thai Bandung dapat menyesuaikan program terhadap masing-masing pelanggan atau member.

Dalam variabel loyalitas pelanggan King Muay Thai Bandung harus dapat membuktikan bahwa King Muay Thai Bandung lebih baik dari camp lainnya. Dimana dalam variabel loyalitas pelanggan, indikator ini adalah indikator dengan persentase terkecil. King Muay Thai Bandung dapat lebih sering untuk menurunkan member-membarnya untuk mengikuti kejuaraan, agar lebih menaikkan nama King Muay Thai Bandung itu sendiri.

REFERENSI

- Adam, B. (2021). Peranan Manajemen Strategi dan Manajemen Operasional dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan (Studi kasus di SMPN 13 Depok, Jabar). *Jurnal Tahdzibi*, 3(2), 57–66.
<https://doi.org/10.24853/tahdzibi.3.2.57-66>
- Aditya, I. A., Haryadi, F. N., Haryani, I., Rachmawati, I., Ramadhani, D. P., Tantra, T., & Alamsyah, A. (2023). Understanding service quality concerns from public discourse in Indonesia state electric company. *Heliyon*, 9(8), e18768. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e18768>
- AHMAD. (2020). *Manajemen Strategis*. Nas Media Pustaka.
- Arianto, A. (2023). *Manajemen Pemasaran*.
- Asri, V. C. A. K., & Dwiayanto, B. M. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel Mediasi Kepuasan Pelanggan. *Journal of Management*, 11(3), 2337–3792.
- Darma, B. (2021). *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*.
- Djuniardi, D., Sani, I., & Tulus, M. T. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN: TEORI DAN PRAKTIK MENCIPTAKAN LOYALITAS PELANGGAN*. Get Press Indonesia.
- Fadilah, N., Aliah, N., & Lubis, H. P. (2022). *PENGARUH PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN TERHADAP*

- KINERJA UMKM. CV Pena Persada.
- Firdausya, F. A., & Indawati, R. (2023). Perbandingan Uji Glejser Dan Uji Park Dalam Mendeteksi Heteroskedastisitas Pada Angka Kematian Ibu Di Provinsi Jawa Timur Tahun 2020. *Jurnal Ners*, 7(1), 793–796. <https://doi.org/10.31004/jn.v7i1.14069>
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Dengan Program Amos 24*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Gischa, S. (2021). *Olahraga Bela Diri: Pengertian, Teknik Dasar, Jenis, dan Fungsinya*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/skola/read/2021/02/26/163147569/olahraga-bela-diri-pengertian-teknik-dasar-jenis-dan-fungsinya>
- Gopi, B., & Samat, N. (2020). The influence of food trucks' service quality on customer satisfaction and its impact toward customer loyalty. *British Food Journal*, 122(10), 3213–3226. <https://doi.org/10.1108/BFJ-02-2020-0110>
- Haris, A. (2023). *Manajemen Strategik*. Zifatama Jawara.
- Hasibuan, R., & Arnesih. (2023). *PENGANTAR BISNIS*. Absolute Media.
- Hatauruk, M. R., Sutarmo, Y., & Bachtiar, Y. (2022). *Metodologi Penelitian untuk Ilmu Sosial Humaniora Dengan Pendekatan Kuantitatif Proposal, Kegiatan Penelitian, Laporan Penelitian*. Penerbit Salemba.
- Hermawan, A. (2006). *Penelitian bisnis*. Grasindo.
- Iskandar, A., Johanis, A. R. M., Mansyur, Fitriani, R., Ida, N., & Sitompul, P. H. S. (2023). *Dasar Metode Penelitian*. Yayasan Cendekiawan Inovasi Digital Indonesia.
- KEMENPORA. (2023). *Sport Development Index (SDI) dan Pembangunan Olahraga Indonesia*. Deputi3.Kemenpora.Go.Id. <https://deputi3.kemenpora.go.id/detail/358/sport-development-index-sdi-dan-pembangunan-olahraga-indonesia>
- Komaryatin, N. (2022). *Modul Ajar Implementasi Pemasaran*. CV. Mitra Cendekia Media.
- Lisani, A. M., & Indrawati, I. (2020). Pengaruh Digital Marketing Mobile Application Terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(2), 254–258. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v5i2.3665>
- Makarim, dr. F. R. (2023). *Olahraga*. Halodoc.Com. <https://www.halodoc.com/kesehatan/olahraga>
- Mardalis, A. (2005). Meraih Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis BENEFIT*, 9(2), 111 – 119. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Morissan. (2019). *Riset Kualitatif*. Prenada Media.
- MUAYTHAI, K. (2023). *KING MUAYTHAI FIGHT PROFESSIONAL AND FUN*. WIX.Com. <https://kingmuaythaibandun.wixsite.com/kingmuaythai>
- Muhamad, N. (2023). *10 Provinsi dengan Jumlah Penduduk Rajin Berolahraga Tertinggi Nasional 2022*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/03/10-provinsi-dengan-jumlah-penduduk-rajin-berolahraga>
- Ngulube, P. (2021). *Handbook of Research on Mixed Methods Research in Information Science* (P. Ngulube (ed.)). IGI Global.
- Nugraha, B. (2022). *Pengembangan Uji Statistik Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. Pradina Pustaka.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN SOSIAL*. MEDIA SAHABAT CENDEKIA.
- Pratama, A. (2021). *5 Macam Seni Bela Diri Terkenal, Nomor 1 dari Indonesia*. Inews.Id. <https://www.inews.id/sport/all-sport/5-macam-seni-bela-diri-terkenal-nomor-1-dari-indonesia/2>
- Priyatno, D. (2023). *Olah Data Sendiri Analisis Regresi Linier Dengan SPSS Dan Analisis Regresi Data Panel Dengan Eviews*. Penerbit Andi.
- Purwoto, A. (2013). *Panduan Lab Statistik Inferensial*. Grasindo.
- Rachmat, Z., Nurlaela, J., & Fandara, D. J. (2023). *STRATEGI PEMASARAN* (D. P. Sari (ed.)). Global Eksekutif Teknologi.
- Rachmawati, I. (2020). Service quality role on customer's loyalty of Indonesia internet service provider during Covid-19. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 13(2), 167–180. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v13i2.7116>
- Rahman, Y. A., Setyadharma, A., & Wiratama, B. (2020). *Proceedings of the 3rd International Conference on Economics, Business and Economic Education Science, ICE-BEES 2020, 22-23 July 2020, Semarang, Indonesia Ice-Bees 2020*. EAI Publishing.
- Riduwan. (2018). *Cara Mudah Menyusun Skripsi & Tugas Akhir (1st ed.)* (1st ed.). ALFABETA,cv.

- Sari, P. K., Alamsyah, A., & Wibowo, S. (2018). Measuring e-Commerce service quality from online customer review using sentiment analysis. *Journal of Physics: Conference Series*, 971(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/971/1/012053>
- Simamora, B. (2003). *Memenangkan Pasar dg Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama.
- Soeharso, S. Y. (2023). *METODE PENELITIAN BISNIS*. Penerbit Andi.
- Suardhika, I. N. (2021). *MODEL STRATEGI BERSAING BERBASIS SUMBERDAYA BAGI USAHA KECIL DAN MENENGAH*. CV. AZKA PUSTAKA.
- Sudaryana, B., & Agusiady, R. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Sudaryo, Y., Sofiati, N. A., R. Adam, M., & Hadiana, A. (2019). *Metode Penelitian Survei Online Dengan Google Forms*. Andi Offset.
- Sugiyono. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF dan R&D*. ALFABET, cv.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA, cv.
- Supriyanto, A., Wiyono, B. B., & Burhanuddin, B. (2021). Effects of service quality and customer satisfaction on loyalty of bank customers. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1937847>
- Suwarsito, Ghozali, S., Setianingrum, H. W., & Alawiyah, S. (2020). Kualitas Layanan dan Kepuasan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(1), 82. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i1.3978>
- Swarjana, I. K. (2022). *POPULASI-SAMPEL, TEKNIK SAMPLING & BIAS DALAM PENELITIAN*. Penerbit Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). *Manajemen Dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. Andi Yogyakarta.
- Wahid, S. M. A. W., Anggara, D., & Larung, E. Y. P. (2024). *KONSEP OLAHRAGA*. Mafy Media Literasi Indonesia. https://www.google.co.id/books/edition/KONSEP_OLAHRAGA/3_uEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Wahyuni, S. (2020). *KINERJA SHARIA CONFORMITY AND PROFITABILITY INDEX DAN FAKTOR DETERMINAN*. Scopindo Media Pustaka.
- Widiasworo, E. (2018). *Mahir Penelitian Pendidikan Modern Metode Praktis Penelitian Guru, Dosen dan Mahasiswa Keguruan*. Araska Publisher.
- Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis* (A. A. Christian (ed.)). Penerbit Andi.
- Yustan, M., Firdaus, A., & Rachmawati, I. (2024). The Influence of E-Service Quality on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction Among Livin' by Mandiri Users. *International Journal of Social Science and Business*, 8(1), 142–150. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v8i1.69777>
- Zahara, R. (2020). Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 31–38. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v3i1.121>