

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH
KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Pada Pelanggan *Coffee Shop* Fore di Kota Malang)**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

**Julianur Sutanto
202110160311045**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN (Studi pada Pelanggan Coffee Shop Fore di Kota Malang)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Julianur Sutanto
NIM : 202110160311045
Jurusan : Manajemen


Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 25 Oktober 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

- Pembimbing I : Dr. Marsudi, M.M.
- Pembimbing II : Rinaldy Achmad Roberth F., S.AB., M.M.
- Penguji I : Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.
- Penguji II : Kenny Roz, S.Kom., M.M.

1. *[Signature]*
2. *[Signature]*
3. *[Signature]*
4. *[Signature]*


Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
M. Sri Wahyudi S., S.E., M.E., Ph.D.

Ketua Program Studi,

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

LEMBAR PERSUTUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMEDIASI
OLEH KEPUASAN PELANGGAN
(Studi pada Pelanggan Coffee Shop Fore di Kota Malang)**

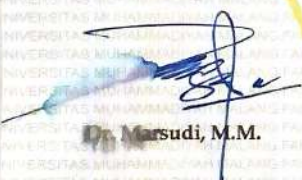
Oleh :

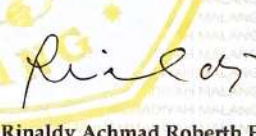
**Julianur Sutanto
202110160311045**

Diterima dan disetujui
pada tanggal 25 Oktober 2025

Pembimbing I,


Pembimbing II,

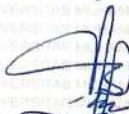

Dr. Marsudi, M.M.


Rinaldy Achmad Roberth F., S.A.B., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,


M. Sri Wahyudi S., S.E., M.E., Ph.D.


Dr. Nurul Asfiah, M.M.



PERNYATAAN ORISINILITAS

PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Julianur Sutanto
NIM : 202110160311045
Program Studi : Manajemen
Surel : julianursutanto@webmail.umm.ac.id

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakna saya, serta bukan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan, dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka, sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 18 Oktober 2025

Yang membuat pernyataan,



(202110160311045)

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH
KEPUASAN PELANGGAN**

Julianur Sutanto¹, Marsudi², Rinaldy Achmad Robeth Fathoni³
Management Department, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia
Corresponding E-mail: julianursutanto017@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effect of service quality and brand image on customer loyalty mediated by customer satisfaction at Fore Coffee. The research method used is quantitative research. The population in this study are Fore Coffee consumers in Malang City. The sample in this study consists of 160 consumers. Data collection techniques were conducted through observation and questionnaires. The data analysis methods used were scale range and path analysis assisted by SEMPLS software. The results of this study indicate that service quality has a positive and significant effect on customer loyalty, brand image has a positive and significant effect on customer loyalty, and service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. Customer satisfaction mediates the effect of service quality on customer loyalty, and customer satisfaction mediates the effect of brand image on customer loyalty.

Keywords: Customer Loyalty, Customer Satisfaction, Service Quality, Brand Image

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH
KEPUASAN PELANGGAN**

Julianur Sutanto¹, Marsudi², Rinaldy Achmad Robeth Fathoni³
Management Department, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia
Corresponding E-mail: julianursutanto017@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada Fore Coffe. Metode penelitian yang digunakan menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen fore coffe di Kota Malang. Sampel pada penelitian ini adalah 160 orang konsumen. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, kuesioner, Metode analisis data yang digunakan yaitu rentang skala dan analisis jalur dibantu dengan software SEMPLS. Hasil dari penelitian ini yaitu kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dan Kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan.

Keywords : Loyalitas Pelanggan, kepuasan pelanggan, kualitas layanan, citra merek

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (Studi pada Konsumen *Coffee Shop Fore* di Kota Malang)” dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang.

Teriring do'a dan sholawat, senantiasa melimpah ke haribaan Muhammad S.A.W., Rasul akhir zaman, penutup Nabi-nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti. Semoga tumpahan do'a sholawat menetes kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada', para mushonnifin, para ulama', dan seluruh umatnya, yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada:

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. M. Sri Wahyudi S., S.E., M.E., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Dr. Rizki Febriani, S.E., M.M selaku dosen wali Manajemen G 2021 Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Dr. Marsudi, M.M selaku dosen pembimbing satu di tengah kesibukan beliau, waktu, tenaga, dan pikiran senantiasa diluangkan untuk memberikan arahan dan masukan yang sangat membangun untuk menyelesaikan skripsi ini. Kesabaran dan dukungan beliau menjadi motivasi terbesar bagi penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
6. Rinaldy Achmad Robeth Fathoni, S.AB., M.M selaku dosen pembimbing dua yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengoreksi serta memberikan petunjuk yang sangat bermanfaat guna penyusunan skripsi ini. Dan, dengan sabar membimbing dan mendukung penulis untuk menuntaskan skripsi ini dengan baik.
7. Terima kasih untuk Mamah tersayang yang sangat amat tulus saya ucapkan dan tidak dapat saya rangkai dengan kata-kata, terima kasih untuk mamah yang selalu mendokan, mendukung, dan menyayangi saya tanpa lelah, lembaran hidup saya perlahan demi perlahan sudah saya lalui dan do'a serta dukungan Mamah selalu menyertai lembaran hidup saya / anak tercinta Mamah. Do'a Mamah untuk masa depan anakmu ini yang sangat cerah. Terima kasih untuk Mamah sayang aku mencintaimu.

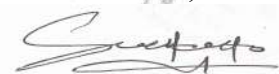
8. Terima kasih untuk kakak-kakak saya tersayang yang selalu mendukung dan menyayangi tanpa lelah, kakak saya selalu mendoakan adik nya ini yang amat sangat nakal akan tetapi mereka selalu menyayangi saya bagaikan orang tua kedua saya, terima kasih kakak Ahmad Efendi, Norhasanah, dan Putri Sarinah Meilani. Terima kasih banyak kakak atas dukungan dan doanya selama ini, dari adik tersayang. Dan terima kasih banyak, untuk keponakan saya sayangi Nova Andika Pratama yang selalu membantu tanpa kenal waktu.
9. Terima kasih untuk sahabat saya yang selalu mendukung dan membantu selama kegiatan dalam hal apapun Haikal Fazar, Akmal Setyawan, Taufiq Nurrohman, Lingga Kusuma Yudha, Ikmal Ramadhan, Naufal Sulthan, Naufal Atha, Rafif Syahrin, Raghil, Shavica Alya, Amanda Goefani yang selalu berada disaat saya susah dan senang. Allah SWT selalu melindungi kita dan memperceraikan jalan hidup kita semua amin.
10. Terima kasih PT Fore Kopi Indonesia Tbk yang telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian dan mengambil data untuk kebutuhan penelitian ini.

Tiada balasan yang dapat penulis persembahkan selain doa yang tulus kepada semua pihak yang telah berjasa. Semoga setiap kebaikan, dukungan, dan ilmu yang telah diberikan menjadi ladang amal jariyah, dan dicatat oleh Allah SWT sebagai ibadah yang bernilai kekal. Aamiin ya Rabbal'alamin.

Akhirnya, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Namun, besar harapan penulis agar karya sederhana ini dapat memberikan manfaat, baik bagi para pembaca maupun bagi pengembangan khazanah ilmu pengetahuan di masa mendatang.

Billahittaufiq Wal Hidayah

Malang, 20 Oktober 2025
Peneliti,



Julianur Sutanto

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSUTUJUAN	iii
PERNYATAAN ORISINILITAS.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian:	10
1.4 Manfaat Penelitian:	11
1. Manfaat Praktis	11
2. Manfaat Teoritis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
1. Loyalitas.....	12
3. Kualitas Pelayanan.....	16
4. Citra Merek	19
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Konseptual	28
C. Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Lokasi Penelitian.....	33
3.2 Jenis Penelitian.....	33
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	35
3.5 Metode Pengumpulan Data	37

3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.7 Teknik Pengukuran Data.....	38
3.8 Teknik Analisis Data.....	39
3.9 Uji Hipotesis.....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Fore Coffee.....	46
4.1.1 Visi dan Misi Fore Coffee.....	46
4.2 Deskripsi Responden.....	47
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	48
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	48
4.3.1 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan	49
4.3.2 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan	50
4.3.3 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan.....	51
4.3.4 Deskripsi Variabel Citra Merek	52
4.4 Analisis Outer Model	53
4.4.1 Uji Convergent Validity.....	54
4.4.2 Uji Reabilitas.....	56
4.4.3 Uji Diskriminant Validity	57
4.5 Uji R Square.....	57
4.6 Uji Hipotesis.....	58
4.6.1 Uji Pengaruh Langsung.....	59
4.6.2 Pengaruh Tidak Langsung.....	61
4.7 Pembahasan.....	63
BAB V PENUTUP.....	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	77
DAFTAR LAMPIRAN.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pra Penelitian Coffee Shop Fore	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	36
Tabel 3. 2 Pengukuran Skala Likert.....	39
Tabel 3. 3 Rentang Skala	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Umur.....	48
Tabel 4. 3 Deskripsi Loyalitas Pelanggan.....	49
Tabel 4. 4 Deskripsi Kepuasan Pelanggan.....	50
Tabel 4. 5 Deskripsi Kualitas Pelayanan.....	51
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Citra Merek	52
Tabel 4. 7 Loading Factor	54
Tabel 4. 8 Uji Reabilitas.....	56
Tabel 4. 9 Uji Discriminant Validity.....	57
Tabel 4. 10 Uji R Square.....	57
Tabel 4. 11 Pengaruh Langsung.....	59
Tabel 4. 12 Pengaruh Tidak Langsung	61

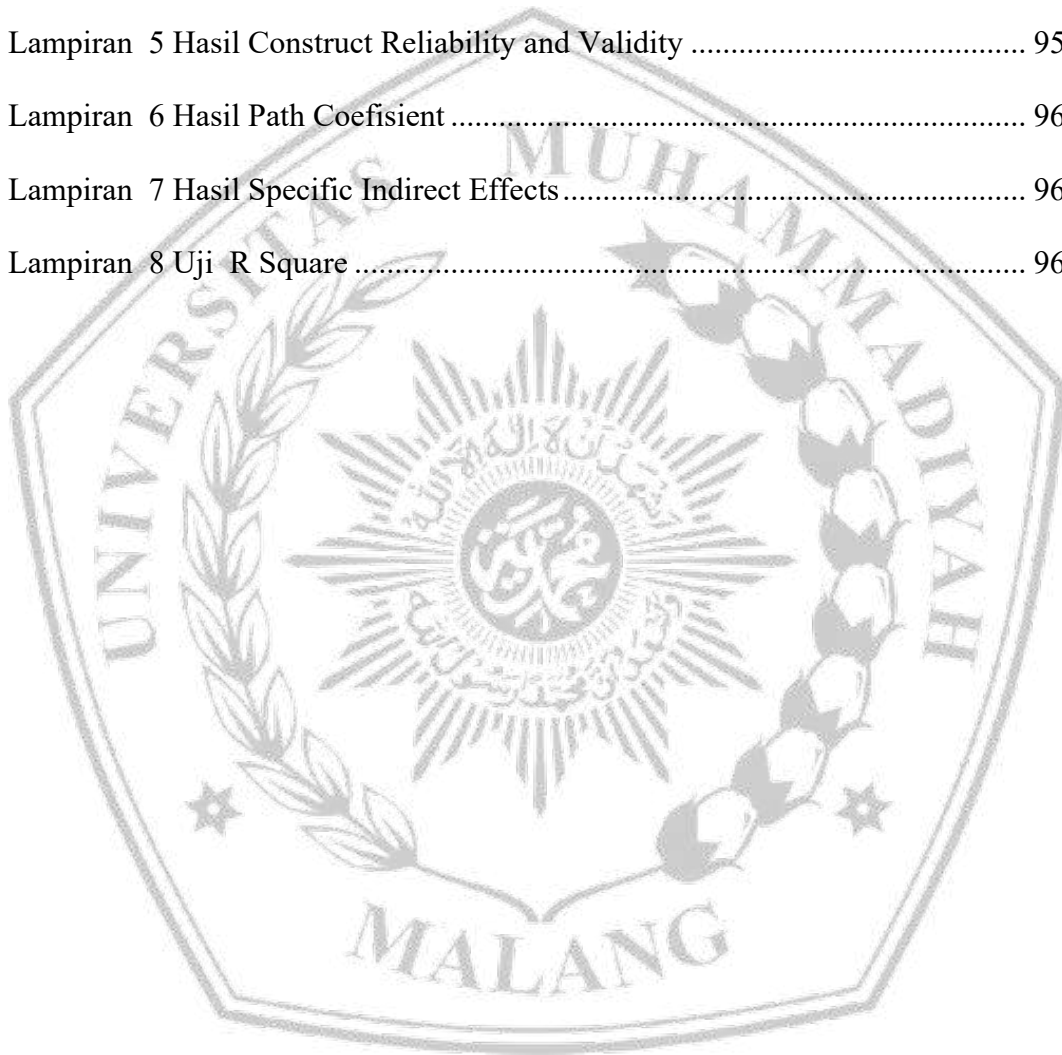
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penjualan Produk Coffee Shop Fore.....	3
Gambar 1. 2 Profil dan Reviews Coffee Shop Fore di Google Maps Kota Malang4	
Gambar 1. 3 Merek Coffee Shop yang Favorit Pada Pelanggan di Kota Malang ..	5
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	28
Gambar 4. 1 Outer Loading	54



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisiner Penelitian	86
Lampiran 2 Jawaban Responden.....	89
Lampiran 3 Gambar Outer Model.....	94
Lampiran 4 Hasil Outer Loading	95
Lampiran 5 Hasil Construct Reliability and Validity	95
Lampiran 6 Hasil Path Coefisien	96
Lampiran 7 Hasil Specific Indirect Effects.....	96
Lampiran 8 Uji R Square	96



DAFTAR PUSTAKA

1. Pramudana IGA, Negara IBO, Pratama IGAO, Yogaswara IWE, Pramudana PAE. Peran Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Perceived Value Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Konsumen Warung Kopi Bhineka. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana. 2022;11(1):82–101.
2. Rinata YA, Mawasti A, Koesworo Y. Pengaruh kualitas layanan, citra merek, kepercayaan pelanggan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada usaha mie gacoan di surabaya. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen. 2024;13(1):13–24.
3. Tetanisa ME, Apriani E, Martaria L, Zuntika S, Syahputro SB. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Saturasi Coffee Dealer. Jurnal Adijaya Multidisplin. 2023;1(12):1429–40.
4. Hasanah W, Muhtarom A, Mahmudah H, Yaskun M, Dj YR. Pengaruh komunikasi word of mouth, kualitas pelayanan, kepercayaan konsumen, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan pada umkm cake n bakery pada ud.abadi bakery di desa lowayu kecamatan dukun kabupaten gresik. Jurnal OPTIMA. 2024;8(1):1–8.
5. Haq AI, Handayanto E, Fiandari R. Pengaruh Service Quality, Store Atmosphere, & Product Packaging Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Moderasi

- Pada Trenomina Coffe Shop Seban Kota Pasuruan. *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi* [Internet]. 2025;2:427–41.
6. Indraswari RN, Susanti ED. Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Kualitas terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada Burger King Selama Pandemi Covid-19 (Studi Pada Burger King di Sidoarjo). *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*. 2022;5(2):689–700.
 7. Pahrurozi A, Nurtjahjadi E. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan yang di Mediasi oleh Kepuasan Pelanggan Richeese Factory di Kota Cimahi. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)* [Internet]. 2024;9(2):1271.
 8. Firly Margi M, Siahaan SL. Pengaruh suasana dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan di OBJ coffee. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. 2024;10(9):577–92.
 9. Parasuraman A, Zeithaml VA, Berry LL. *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. New York: The Free Press; 1990.
 10. Aaker DA. *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York: The Free Press; 1991.
 11. Griffin J. *Customer loyalty: How to earn it, how to keep it*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers; 1995.
 12. Oliver RL. *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. New York: McGraw-Hill; 1997.

13. Cavallone M. Marketing and customer loyalty: The extra step approach. Cham: Springer International Publishing; 2017.
14. Bowen JT, Shoemaker S. The relationship between customer loyalty and customer satisfaction. *Int J Contemp Hosp Manage.* 2001;13(5):213–7.
15. Perrault WD Jr, Cannon JP, McCarthy EJ. *Essentials of Marketing: A Marketing Strategy Planning Approach.* New York: McGraw Hill Education; 2021.
16. Kotler P, Keller KL. *Marketing Management.* Upper Saddle River, NJ: Pearson; 2016.
17. Kotler P, Armstrong G. *Principles of Marketing.* Upper Saddle River, NJ: Pearson; 2018.
18. Rao KRM. *Services marketing.* New Delhi: Pearson Education; 2007.
19. Kotler P, Armstrong G, Balasubramanian S. *Principles of Marketing.* 19th ed. Harlow: Pearson; 2024.
20. Sharma K, Aggarwal S. *Digital Marketing Outreach: The Future of Marketing Practices.* New York: Routledge; 2023.
21. Feroz AK, Khan GF, Sponde M. *Digital Analytics for Marketing.* 2nd ed. New York: Routledge; 2024.
22. Zahay D, Labrecque L, Reavey B, Roberts ML. *Digital Marketing: Foundations and Strategy.* 15th ed. Boston, MA: Cengage Learning; 2024.

23. Zahay D, Labrecque L, Reavey B, Roberts ML. Digital Marketing: Foundations and Strategy. 15th ed. New York: Cengage Learning; 2024.
24. Paris Y, Wiranta IWSD. Pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. *Bongaya J Res Manag.* 2020;3(1):14–20.
25. Ramadhani M, Nurhadi. Pengaruh citra merek, kepuasan konsumen dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan air mineral merek Aqua. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang.* 2022;11(2):200–14.
26. Zai K, Susanto C. Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening di Restoran Gado-gado Kelapa Kuning, Tangerang. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis.* 2023;2(1):9–16.
27. Welsa H, Cahyani PD, Riyana R. Pengaruh experiential marketing dan brand image terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi.* 2022 Apr;24(2):433-45.
28. Hasanah R. Pengaruh citra merek, suasana toko, dan kualitas pelayanan terhadap niat beli ulang melalui kepuasan pelanggan di

- Mie Gacoan cabang Kartasura. Literasi : Jurnal Kajian Keislaman Multi-Perspektif. 2024;4(2):27–42.
29. Putri FP, Nainggolan BMH. Pengaruh kualitas pelayanan dan suasana terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Jurnal Panorama Nusantara. 2022;17(1).
30. Sari IW, Amalia L. Pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen Kopi Kenangan. Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen. 2023;2(3):248–66.
31. Kristanto YA. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan konsumen (studi kasus pada usaha Susu Murni Siliwangi A-Karsan Bandung). Jurnal Ilmu Manajemen. 2022;19(1):13–22.
32. Febriyani RP, Surono. Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan Majumapan Kopi. Panorama Nusantara. 2023;18(2).
33. Rahman SR, Andarini S. Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (studi pada konsumen Kopi Janji Jiwa Rungkut Surabaya). SEIKO : Journal of Management & Business. 2024;6(1):1304–14.
34. Hasrul H, Herman H, Hilmi MF. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan serta implikasinya pada loyalitas

- pelanggan Susu Mbok Darmi. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*. 2024;8(1):102–21.
35. Dwiantari S. Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan (studi pada pelanggan Keju Indrakila di Boyolali). *Jurnal Ilmiah Aset*. 2020;22(1):51–62.
36. Febriyani RP, Surono. Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan Majumapan Kopi. *Panorama Nusantara*. 2023;18(2).
37. Gultom I, Samosir A, Efarina U. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Evony Coffee Shop Siantar. *Jurnal Ilmiah Maksitek*. 2021;3(1):1–13.
38. Wijaya WRB, Widayati CC, Perkasa DH. Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk). *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta*. 2023;1(3):82–91.
39. Urmili KDD, Widagda IGNA. Peran kepuasan pelanggan memediasi pengaruh citra merek terhadap niat beli ulang minuman Kopi Kenangan di Denpasar. *Journal of Business, Finance, and Economics (JBFE)*. 2024;5(2):184–213.
40. Putri BMI, Evangelista L. Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan (studi pada konsumen Teh Botol Sosro di Kota

- Bandung). *JIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*. 2023;6(1):437–43.
41. Indraswari RN, Susanti ED. Pengaruh citra merek dan persepsi kualitas terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Burger King selama pandemi Covid-19 (studi pada Burger King di Sidoarjo). *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*. 2022;5(2):689–700.
42. Silitonga PSR, Nainggolan BMH. Pengaruh store atmosphere (suasana toko) dan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan (studi kasus pada konsumen Kedai Kopi Esensial di Jakarta Selatan). *Jurnal Panorama Nusantara [Internet]*. 2022;17(2).
43. Wijayanti CA. The influence of service quality and satisfaction on brand loyalty of restaurant Pizza E-Birra. *Klabat Journal of Management*. 2020;1(1):11–20.
44. Sugiyono. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta; 2020.
45. Sugiyono. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta; 2019.
46. Hair JF Jr, Hult GTM, Ringle CM, Sarstedt M. *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. 2nd ed. Thousand Oaks: Sage Publications; 2017.

47. Hair JF Jr, Hult GTM, Ringle CM, Sarstedt M. A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). Thousand Oaks, CA: Sage Publications; 2014.





Lembaga Informasi dan Publikasi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang
Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 18/10/2025

Kode : 2784562415
Nama : Julianur Sutanto
NIM : 202110160311045
Prodi : Manajemen
Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan
Persentase Plagiasi : 0%
Keterangan : LULUS

Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M

