

202210160311703
Silvia Sukma Wijaya
Prodi Manajemen

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA ORYZA CAFÉ & GELATO
DI BLITAR**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai

Derajat Sarjana Manajemen



Disusun Oleh:

Silvia Sukma Wijaya

202210160311703

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

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA ORYZA CAFÉ & GELATO DI
BLITAR**

Oleh:

Silvia Sukma Wijaya

202210160311703

Malang, 14 Januari 2024

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I



Eko Handayanto, Dr., M.M.

Pembimbing II



Chalimatuz Sa'diyah S.E., M.M

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Silvia Sukma Wijaya
NIM : 202210160311703
Program Studi : Manajemen
Surel : silviasukmawijaya10@gmail.com

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 mengatasnamakan 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, 14 Januari 2026

Yang membuat pernyataan,



REPUBLIK INDONESIA
3000
METERAI TEMPEL
A69ANX247837658

Silvia Sukma Wijaya

202210160311703
Silvia Sukma Wijaya
Prodi Manajemen

SKRIPSI

**PENGARUH SERVICE QUALITY DAN CUSTOMER EXPERIENCE
TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PADA ORYZA CAFE & GELATO DI BLITAR**

Oleh :

Silvia Sukma Wijaya

202210160311703

Diterima dan disetujui
pada tanggal 21 Januari 2026

Pembimbing I,



Dr. Eko Handayanto, M.M.

Pembimbing II,



Chalimatuz Sa'diyah, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



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

Ketua Program Studi,



Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M.

202210160311703
Silvia Sukma Wijaya
Prodi Manajemen

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH SERVICE QUALITY DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PADA ORYZA CAFE & GELATO DI BLITAR

Yang disiapkan dan disusun oleh:

Nama : Silvia Sukma Wijaya

NIM : 202210160311703

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 21 Januari 2026 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : Dr. Eko Handayanto, M.M.

Pembimbing II : Chalimatuz Sa'diyah, S.E., M.M.

Penguji I : Dr. Erna Retna Rahadjeng, M.M.

Penguji II : Ardik Praharjo, S.AB., M.AB.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,

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

Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M.

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA ORYZA CAFÉ & GELATO
DI BLITAR**

Silvia Sukma Wijaya*¹, Eko Handayanto², Chalimatuz Sa'diyah³

^{1,2,3}Management Department, University Muhammadiyah Malang, Indonesia

Corresponding E-mail: silviasukmawijaya10@gmail.com

Abstract

This research attempts to describe the level of customer loyalty and to analyze the effect of service quality and customer experience on customer loyalty at Oryza Café & Gelato in Blitar. Purposive sampling was used to identify 135 respondents who are Oryza Café & Gelato clients for this study's quantitative survey method. The analysis of the data was done using scale range analysis to describe customers' perceptions of service quality, customer experience, and customer loyalty, while hypothesis testing was performed using multiple linear regression analysis with the assistance of SPSS software. The outcomes of the scale range analysis indicate that customers perceive the service quality and customer experience at Oryza Café & Gelato as good and demonstrate a high level of customer loyalty. Additionally, the multiple linear regression analysis's findings demonstrate that customer loyalty is positively and significantly impacted by both service quality and customer experience, both partially and simultaneously. These findings indicate that consistent service quality and positive customer experiences play an important role in encouraging repeat visits, strengthening brand preference, and increasing customers' willingness to recommend the café to others.

Keywords: *Customer Experience, Customer Loyalty, and Service Quality*

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA ORYZA CAFÉ & GELATO
DI BLITAR**

Silvia Sukma Wijaya*¹, Eko Handayanto², Chalimatuz Sa'diyah³

^{1,2,3}Management Department, University Muhammadiyah Malang, Indonesia

Corresponding E-mail: silviasukmawijaya10@gmail.com

Abstrak

Studi ini mempunyai tujuan guna mendeskripsikan tingkat loyalitas pelanggan serta menganalisis pengaruh *service quality* dan *customer experience* terhadap *customer loyalty* pada Oryza Café & Gelato di Blitar. Studi ini memanfaatkan pendekatan kuantitatif melalui metode survei bagi 135 responden selaku pelanggan Oryza Café & Gelato, yang ditentukan lewat teknik *purposive sampling*. Analisa data dilaksanakan dengan memanfaatkan analisis rentang skala guna menggambarkan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan, pengalaman pelanggan, serta loyalitas pelanggan, sementara pengujian dampak antarvariabel dilaksanakan melalui analisis regresi linier berganda yang dipermudah dengan *software* SPSS. Perolehan atas analisa rentang skala memperlihatkan bahwasanya pelanggan mempunyai persepsi yang baik terhadap kualitas layanan serta pengalaman pelanggan, serta memeplihatkan tingginya tingkat loyalitas. Perolehan atas analisis regresi linier berganda memperlihatkan bahwasanya *service quality* serta *customer experience* dengan signifikan positif berdampak bagi *customer loyalty*, dengan parsial ataupun simultan. Perolehan tersebut memperlihatkan bahwasanya konsistensi kualitas layanan serta pengalaman pelanggan yang positif berperan penting dalam mendorong pembelian ulang, preferensi merek, serta kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan kafe kepada orang lain.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Pengalaman Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Segala puji dan Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat Menyusun Skripsi dengan Judul “Pengaruh *Service Quality* dan *Customer Experience* terhadap *Customer Loyalty* pada Oryza Café & Gelato di Blitar” sebagai bagian dari rangkaian proses akademik di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang, yang dapat diselesaikan dengan baik dan tepat.

Tidak dapat disangkal bahwa butuh usaha yang keras, kegigihan, dan kesabaran dalam penyelesaian pengerjaan skripsi ini. Namun disadari skripsi ini tidak akan selesai tanpa orang-orang tercinta disekeliling saya yang mendukung dan membantu. Terima kasih sebesar-besarnya saya sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. H. Nazaruddin Malik, SE., M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. M.Sri Wahyudi S., S.E., M.E., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Immanuel Mu'ammal, S.E., M.M., selaku dosen wali kelas Manajemen M 2022 Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Eko Handayanto, Dr., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan penuh kesabaran dalam memberikan pengarahan, saran dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Chalimatuz Sa'diyah S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan penuh kesabaran dalam memberikan pengarahan, saran dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Erna Retna Rahadjeng, Dr., MM., selaku Dosen Penguji I yang telah meluangkan waktu, perhatian, serta masukan yang berharga dalam proses pengujian skripsi ini. Kritik dan saran yang diberikan sangat membantu penulis dalam memperbaiki dan menyempurnakan skripsi.

8. Ardik Praharjo, S.AB., M.AB., selaku Dosen Penguji II yang telah meluangkan waktu, perhatian, serta masukan yang berharga dalam proses pengujian skripsi ini. Kritik dan saran yang diberikan sangat membantu penulis dalam memperbaiki dan menyempurnakan skripsi.
9. Terima kasih kepada seluruh Bapak/ Ibu dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang, yang selama ini telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat.
10. Teruntuk cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Alm. Purwanto tercinta. Mungkin langkah ini tak sempat beliau saksikan secara langsung, namun setiap pencapaian ini tak pernah lepas dari jejak doa dan kasihmu yang tertanam kuat sejak awal kehidupan penulis. Terimakasih sudah menjadi Ayah yang semasa hidupnya selalu berusaha memberikan kehidupan yang baik bagi penulis, kasih sayang yang tiada henti, motivasi, serta doa yang begitu berarti. Meski kehadiranmu singkat di dunia ini, penulis yakin, semangat dan cintamu tetap hidup, menyatu dalam langkah dan doa yang mengiringi penulis setiap hari. Penulis percaya, meski tak terlihat Ayah selalu ada di sisi penulis. Semoga Allah SWT menempatkan Ayah di tempat terbaik di sisi-Nya. Aamiin ya Rabbal' Alamiin.
11. Yang tercinta, Ibunda. Terima kasih atas segala kasih sayang, doa, dan pengorbanan yang tiada henti. Terima kasih telah menjadi sumber kekuatan terbesar dalam hidup penulis, yang terus mendorong untuk tidak menyerah, bahkan di saat segalanya terasa berat. Tanpa kehadiran dan cinta tulusmu, mungkin langkah ini takkan pernah sampai sejauh ini. Terimakasih sudah menjadi *supermom* yang dapat mengatasi segala rintangan dan situasi kehidupan dunia yang berat ini tanpa sosok suami di sebelah ibu. Terimakasih sudah menjadi ibu yang teramat baik. *Love u supermom*, sehat dan Bahagia selalu mami.

12. Untuk adikku, Adinda Arta Wijaya. Terima kasih sudah menjadi sumber semangat dan motivasi dalam setiap langkah perjuangan penulis. Meski kami kadang tidak akur, namun dialah alasan penulis terus berusaha menempuh pendidikan bersungguh-sungguh, agar kelak dia dapat menikmati kehidupan yang lebih layak tanpa harus bersusah payah menata hidup dan karirmu dari awal. Semoga apa yang kakak perjuangkan hari ini ini menjadi pijakan bagi masa depanmu yang lebih baik.
13. Teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang selalu memberi semangat dan bantuan selama proses penyusunan skripsi ini.
14. Penulis juga menyampaikan apresiasi yang setulus-tulusnya kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktu dan bersedia berpartisipasi dalam penelitian ini. Tanpa bantuan dan kerja sama dari kalian, proses pengumpulan data tidak akan berjalan dengan lancar. Kontribusi yang diberikan sangat membantu dalam menunjang kelengkapan data dan keberhasilan penyusunan skripsi ini.
15. Terakhir, penulis juga menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada Silvia Sukma Wijaya selaku penulis sendiri, yang telah mampu bertahan di tengah lelah yang tak selalu terlihat, yang terus berjalan meski langkah terasa berat. Terima kasih telah mempercayai proses, menerima kegagalan, dan bangkit kembali dengan kekuatan yang lahir dari keyakinan.

Semoga Allah SWT memberikan segala kebaikan dan bantuan. Akhirnya, saya menyadari bahwa, karena pengetahuan saya yang terbatas, skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saya dengan rendah hati meminta kritik dan saran dari semua orang untuk membantu saya meningkatkan laporan penelitian ini.

Malang, 8 Januari 2026

Penulis,

Silvia Sukma Wijaya

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
<i>Abstract</i>	vi
Abstrak	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Kerangka Konseptual.....	25
2.4 Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian.....	30
3.2 Lokasi/ Obyek dan Waktu Penelitian.....	30
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	31

3.4 Definisi Operasional Variabel	32
3.5 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	34
3.6 Teknik Pengukuran Data.....	34
3.7 Pengujian Instrumen	35
3.8 Metode Analisis Data.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	42
4.2 Karakteristik Responden.....	42
4.3 Analisis Data	45
4.4 Rentang Skala.....	51
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
4.6 Hasil Uji Hipotesis	60
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	63
BAB V KESIMPULAN	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN	74

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	33
Tabel 3. 2 Skala Likert	35
Tabel 3. 3 Rentang Skala dan Pengukuran Variabel	38
Tabel 4. 1 Tabel Karakteristik Responden.....	43
Tabel 4. 2 Hasil Uji Data Validitas	46
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4. 4 Hasil Uji Normalitas	48
Tabel 4. 5 Hasil Uji Multikolinearitas.....	49
Tabel 4. 6 Hasil Uji Heterokedastisitas	50
Tabel 4. 7 Hasil Uji Penyembuhan Heterokedastisitas	51
Tabel 4. 8 Rentang Skala Service Quality.....	51
Tabel 4. 9 Rentang Skala Customer Experience.....	55
Tabel 4. 10 Rentang Skala Customer Loyalty.....	57
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	59
Tabel 4. 12 Hasil Uji Parsial (Uji t)	60
Tabel 4. 13 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	62
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penjualan & Profit Juni-September 2025	4
Gambar 1. 2 Data Pelanggan Juni-September 2025	5
Gambar 2. 1 Kerangka Konsep	26



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	74
Lampiran 2 Hasil Uji Instrumen	79
Lampiran 3 Hasil Uji Asumsi Klasik	81
Lampiran 4 Analisis Regresi Linier Berganda	82
Lampiran 5 Hasil Uji Hipotesis	83
Lampiran 6 Hasil Cek Plagiasi	84



DAFTAR PUSTAKA

1. Oliver RL. Whence Consumer Loyalty ? J Mark. 1999;63(1999):33–44.
2. Dewi AP, Ellitan L, Pradana DW. Analisa Pengaruh Customer Experience dan Service Quality terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening di MC Donald’s Raya Darmo Surabaya. J Ilm Mhs Manaj. 2022;11(2):121–9.
3. Udayana IBN, Chaya AD, Kristiani FA. Pengaruh Customer Experience dan Service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada The Praja Coffee & Resto). Sci J Reflect. 2022;5(1):173–9.
4. Samudra A, Warganegara TLP. The Effect of Customer Experience and Brand Trust on Customer Loyalty Steaky Steak Bandar Lampung. Dinasti Int J Manag Sci. 2024;5(3):668–75.
5. Silalahi H, Sitopu JW, Sihite M. The Effect of Service Quality, Customer Experience, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty in the Service Industry in Indonesia. Sci du Nord Econ Bus. 2024;1(02):109–17.
6. Parasuraman A, Zeithaml VA, Berry LL. SERVQUAL: A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. J Retailing. 1988;64(January):12–40.
7. Situameng S, Sugiyanto. The Effect of Service Quality , Customer Orientation and Customer Satisfaction on Customer Loyalty. Int J Econ. 2024;3(2):1333–44.
8. Surentu YR, Syam A, Asmayanti, Jufri M, Tahir S. The Influence of Product Quality and Service Quality on Customer Loyalty at Cafe Ngopi Santai in Makassar City. Int J Financ Econ. 2025;2(6):780–90.

9. Sahabu FC, Aras M, Arif MA, Arabella C, Mani L. The influence of co-branding , service quality , lifestyle , and brand image to customer ' s loyalty : A survey of global coffee brand in Indonesia. *Multidiscip Sci J* [Internet]. 2025;1–17. Available from: <https://doi.org/10.31893/multiscience.2015572>
10. Deriandara R, Nuvriasari A. The Influence of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty with Customer Engagement as Mediation: a Study at “Kopi Dari Hati”, Madiun. *East Asian J Multidiscip Res*. 2024;3(11):5285–98.
11. Schmit BH. *Experiential Marketing: How To Get Customers To Sense, Feel, Think, Act, Relate To Your Company And Brands*. New York: The Free Press; 1999. 312 p.
12. Amrie SMAZ, Jatmiko RD, Handayanto E. The Influence of Product Attributes and Customer Experience on Customer Loyalty (Study on Café Customers in Malang City). *J Manaj Bisnis dan Kewirausahaan* [Internet]. 2021;01(04):12. Available from: <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/jamanika>
13. Pane NN, Andy A. Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Kafe Kopi Ogut Tangerang. *J Ilmu Manajemen, Ekon dan Kewirausahaan*. 2024;2(3):137–46.
14. Siburian MS, Lubis AN, Situmorang SH. The Effect of Instagram Marketing and Customer Experience on Customer Loyalty through Customer Engagement in Mili Kopi Pematang Siantar, Indonesia. *Int J Business, Econ Financ Stud*. 2023;1(1):1–7.
15. Sutriani, Muslim, Ramli AH. The Influence Of Experience , Satisfaction And Service Quality On Word Of Mouth Intentions And Customer Loyalty. *J Ilm Manaj Kesatuan*. 2024;12(4):1037–52.

16. Yudantri AS, Widodo A, Rubyanti N, Silvianita A. The Effect of Customer Experience and Brand Image on Customer Loyalty with Mediation of Customer Satisfaction in the Culinary Industry. *Formosa J Appl Sci.* 2025;4(1):103–12.
17. Kotler P, Keller KL. *Marketing Management (15th Edition)*. 2016. 834 p.
18. Griffin J. *CUSTOMER LOYALTY How to Earn It, How to Keep It*. 2nd ed. San Francisco: Jossey-Bass; 2002. 276 p.
19. Dick AS, Basu K. Customer Loyalty : Toward an Integrated Conceptual Framework. *J Acad Mark Sci.* 1994;22(2):99–113.
20. Lovelock C, Wirtz J. *Service marketing*. 8th ed. World Scientific Publishing Co. Inc.; 2016. 804 p.
21. Zeithaml VA, Bitner MJ, Gremler DD. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. Seventh Ed. McGraw-Hill Education; 2018. 543 p.
22. Tjiptono F, Chandra G. *Service, Quality & Customer Satisfaction*. 5th ed. CV Andi Offset; 2019. 436q p.
23. Meyer C, Schwager A. Understanding Customer Experience Customer Experience. *Harv Bus Rev.* 2007;85(2):116–26.
24. Gentile C, Spiller N, Noci G. How to Sustain the Customer Experience : An Overview of Experience Components that Co-create Value With the Customer. *Eur Manag J.* 2007;25(5):395–410.
25. Verhoef PC, Lemon KN, Parasuraman, Roggeveen A, Tsiros M, Schlesinger LA. Customer Experience Creation: Determinants, Dynamics and Management Strategies Peter. *J Retail.* 2009;(March):31–41.
26. Lemon KN, Verhoef PC. Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey. *J Mark.* 2016;80(November):69–96.

27. Tanudjaja AY, Sugiyanto LB. The Influence of Customer Experience and Brand Awareness on Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction (Empirical Study: Yoshinoya Restaurant Customers in DKI Jakarta). *J Res Soc Sci Econ Manag* [Internet]. 2023;03(02):323–32. Available from: <https://jrsem.publikasiindonesia.id/index.php/jrsem/index>
28. Haq AI, Handayanto E, Fiandari YR. PENgaruh Service Quality , Store Atmosphere , & Product Packaging Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Moderasi Pada Trenomina Coffe. *J Ris Multidisiplin Edukasi* [Internet]. 2025;2(1):427–41. Available from: <https://journal.hasbaedukasi.co.id/index.php/jurmie>
29. Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALLFABETA,cv; 2019. 467 p.
30. Ferdinand A. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. 5th ed. Semarang: BP Universitas Diponegoro; 2014.
31. Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. 9th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro; 2018. 518 p.
32. Syahrums, Salim. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Ananda M.Pd R, editor. Bandung: Citapustaka Media; 2012. 184 p.

Lampiran 6 Hasil Cek Plagiasi



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

Tanggal : 9/1/2026

Kode : 2854317293

Nama : Silvia Sukma Wijaya

NIM : 202210160311703

Prodi : Manajemen

Judul Penelitian : Pengaruh Service Quality dan Customer Experience terhadap Customer Loyalty pada Oryza Cafe & Gelato di Blitar

Persentase Plagiasi : 5%

Keterangan : LULUS

Kepala LIP



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

