

**PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA KONSUMEN TOKO RESTU PASURUAN**

SKRIPSI

Untuk memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh :

Rizka Amalia Hanik

202010160311544

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

2024

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA DAN LOKASI
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA KONSUMEN TOKO RESTU PASURUAN**


Oleh :


Rizka Amalia Hanik
202010160311544

Diterima dan disetujui
pada tanggal 09 Maret 2024

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M.


Immanuel Mu'ammal, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,




Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH HARGA DAN LOKASI
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA KONSUMEN TOKO RESTU PASURUAN**

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Rizka Amalia Hanik

NIM : 202010160311544

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 09 Maret 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.

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

Penguji III : Immanuel Mu'ammal, S.E., M.M.

Penguji IV : Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M.

1. 
2. 
3. 
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,



Prof. Dr. Idris Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Rizka Amalia Hanik
NIM : 202010160311544
Program Studi : Manajemen
Surel : rizkaamalia151@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 merupakan 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 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 saksi akademis dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 6 Maret 2024

Yang Membuat Pernyataan



(Rizka Amalia Hanik)

THE INFLUENCE OF PRICE AND LOCATION ON CONSUMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE

Rizka Amalia Hanik*¹, Dr. Rahmad Wijaya, M.M ², Immanuel Mu'ammal, S.E., M.M. ³

Management Study Program Faculty
Of Economic and Business University Muhammadiyah Malang
Corresponding E-mail: rizkaamalia151@gmail.com

ABSTRACT

This research was conducted to determine and analyze the influence of price and location on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable at Toko Restu in Pasuruan. This type of research utilizes an explanatory research method with a quantitative approach. The data collection technique employed was a questionnaire. The research population consisted of Toko Restu customers with a total of 100 respondents. The data analysis methods applied were scale range analysis and path analysis using the SPSS software. The research findings indicate that price and location have a significant positive influence on customer loyalty, as well as a significant positive influence on customer satisfaction. Additionally, customer satisfaction also has a significant positive influence on customer loyalty. Furthermore, price has a significant positive influence on customer loyalty through customer satisfaction, as does location.

Keywords— *price, location, customer satisfaction, consumer loyalty*

**PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA KONSUMEN TOKO RESTU PASURUAN**

**Rizka Amalia Hanik*¹, Dr. Rahmad Wijaya, M.M.², Immanuel
Mu'ammal, S.E., M.M.³**

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang

E-mail: rizkaamalia151@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga dan lokasi terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada konsumen toko restu pasuruan. Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Populasi penelitian terdiri dari konsumen Toko Restu dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Metode analisis data yang diterapkan adalah analisis rentang skala dan analisis jalur (*path analysis*) dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan lokasi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas konsumen, serta memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan juga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Selain itu, harga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan pelanggan, dan demikian pula dengan lokasi.

Kata kunci: harga, lokasi, kepuasan pelanggan, loyalitas konsumen

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Toko Restu Pasuruan” ini sesuai waktu yang telah ditentukan. Shalawat serta salam tetap tercurah pada junjungan Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa ajaran tauhid dan keutamaan budi pekerti. Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya.

Sebagai ungkapan syukur, dalam kesempatan ini dengan kerendahan hati, saya ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M., selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Dr. Rahmad Wijaya S.E., M.M. selaku pembimbing I yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, kritik dan pengarahan dengan penuh keikhlasan, ketulusan dan kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Immanuel Mu'ammal S.E., M.M. selaku pembimbing II yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, kritik dan pengarahan dengan penuh keikhlasan, ketulusan dan kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Manajemen FEB UMM yang memberikan ilmu, materi perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan kuliah untuk menempuh gelar Sarjana Manajemen.

7. Kepada kedua Orang tua tercinta penulis Bapak Abdul Rokhim dan Ibu Sri Astutik yang selalu memberikan kasih sayang, nasihat, motivasi, semangat, dan doa yang tiada henti sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada kedua orang tua angkat saya Bapak Murdiono dan Ibu Mei Dharini yang telah membimbing dari kecil hingga dewasa dan tiada hentinya memberikan kasih sayang, nasihat, motivasi, semangat, dan doa yang tiada henti sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada keluarga besar Manajemen J 2020 atas kenangan dan kerjasaman selama kuliah dan dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada Dori Squad Arum, Fitri, dan Selvi selaku teman seperjuangan penulis yang selalu bersama-sama dari semester pertama hingga penyusunan skripsi ini, terimakasih banyak telah memberikan semangat, motivasi, dukungan, arahan, doa, dan selalu mendengarkan keluh kesah penulis.
11. Kepada Selvi Wulandari selaku teman seperjuangan dalam pembuatan skripsi ini, terimakasih banyak telah memberikan semangat, dukungan, arahan, doa, serta selalu memberikan motivasi agar skripsi ini segera selesai.
12. Kepada Kavita Putri Sabrina Aysya selaku teman magang penulis, terimakasih banyak telah memberikan semangat, dukungan, arahan, doa, serta selalu memberikan motivasi agar skripsi ini segera selesai.
13. Kepada seluruh teman teman penulis di Universitas Muhammadiyah Malang yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih untuk semua dukungan dan motivasi serta sudah berteman baik dengan penulis.
14. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulisan skripsi ini,
15. *Last but not least*, kepada diri saya sendiri Rizka Amalia Hanik terimakasih banyak telah berjuang sejauh ini dan memilih untuk tidak menyerah dalam kondisi apapun, saya bangga pada diri saya sendiri dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh lika liku kehidupan yang dijalani.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Malang, 24 Februari 2024

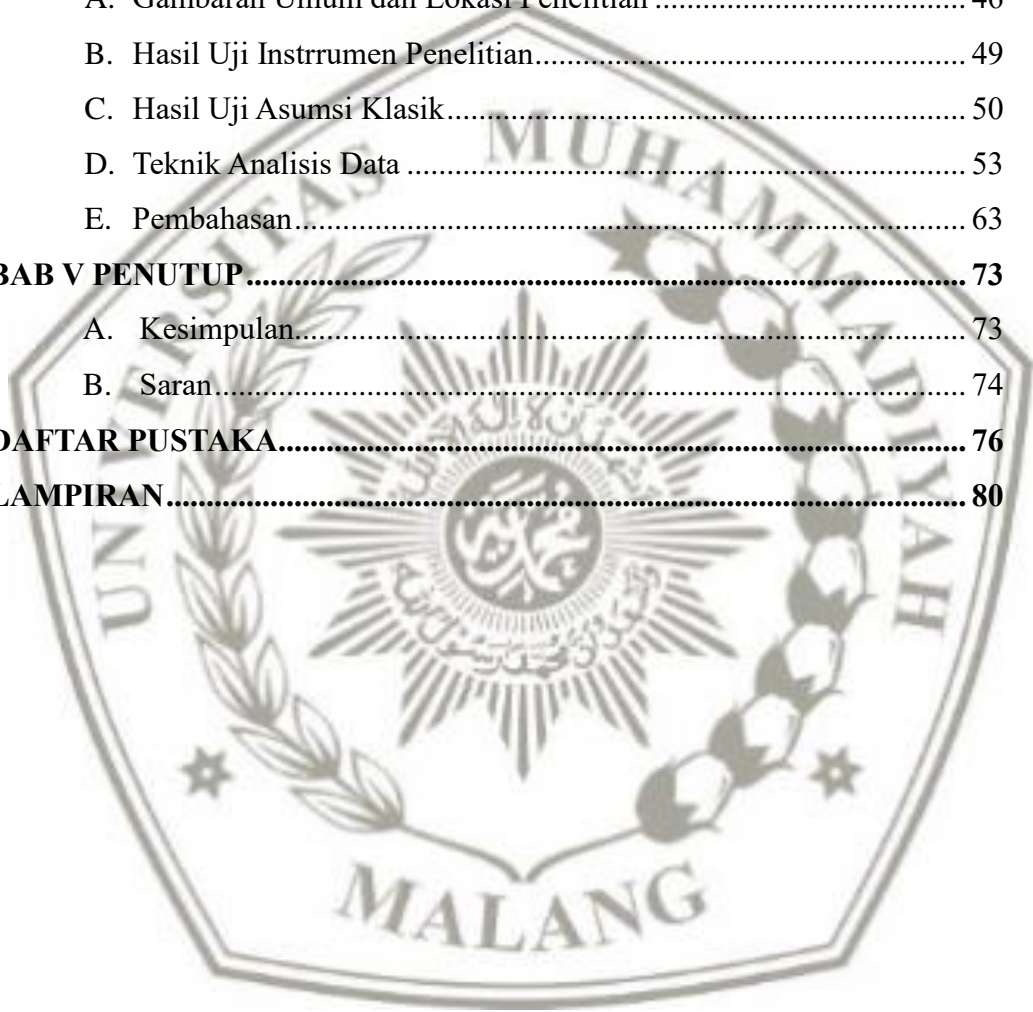
Rizka Amalia Hanik



DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR ORISINALITAS	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
B. Penelitian Terdahulu.....	24
C. Kerangka Pikir	32
D. Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Jenis Penelitian.....	37
B. Lokasi Penelitian.....	37
C. Populasi, Sampel, dan Teknis Pengambilan Sampel.....	37
D. Definisi Operasional Variabel	38
E. Data dan Sumber Data	40
F. Teknik Pengumpulan Data	40
G. Uji Instrumen	40
H. Uji Asumsi Klasik	41

I. Teknik Analisis Data	42
J. Uji Hipotesis	44
BAB IV HASIL PEMBAHASAN	46
A. Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian	46
B. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	49
C. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	50
D. Teknik Analisis Data	53
E. Pembahasan.....	63
BAB V PENUTUP	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN.....	80

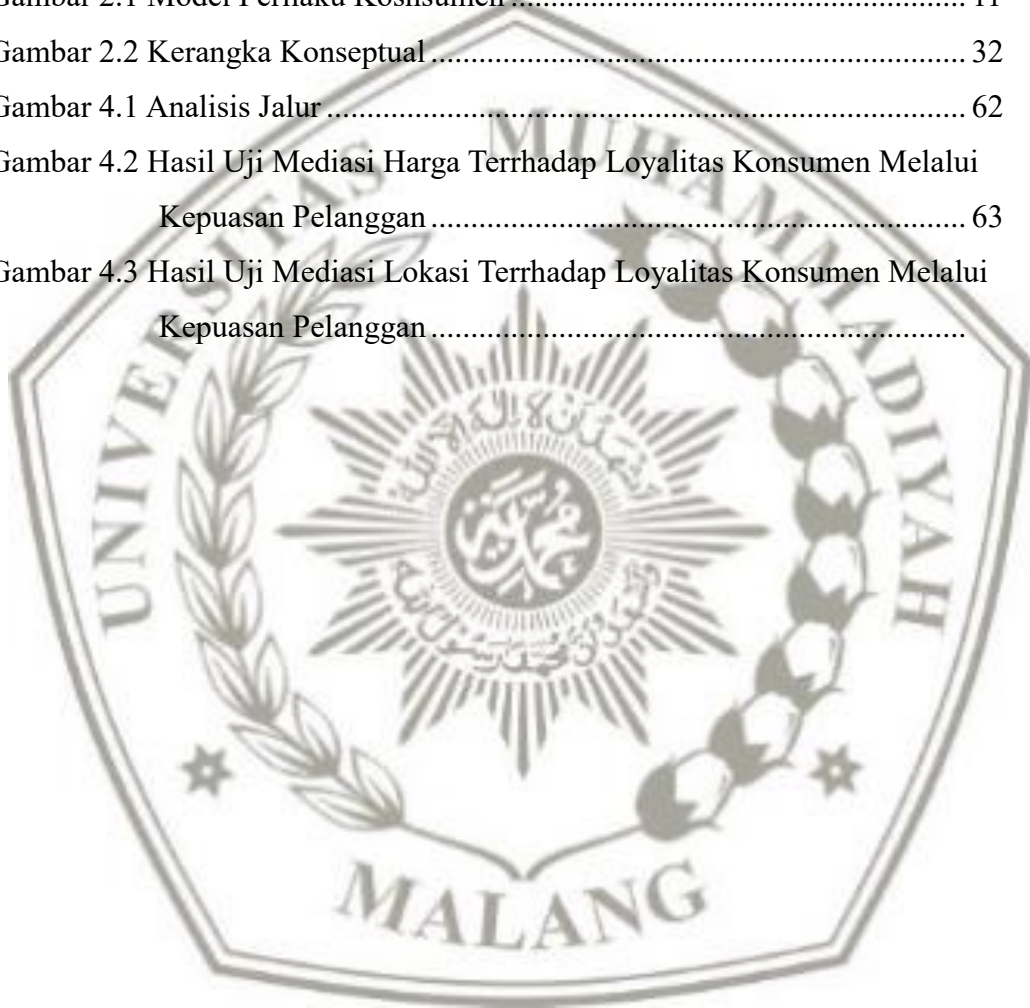


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Toko Restu	6
Tabel 1.2 Data Penjualan Toko Restu	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	39
Tabel 3.2 Bobot Nilai Angket	40
Tabel 3.3 Rentang Skala	43
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4.3 Karakteristik Responden melakukan pembelian dalam satu minggu	48
Tabel 4.4 Uji Validitas	49
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.6 Uji Normalitas	50
Tabel 4.7 Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4.8 Uji Heteroskedastisitas	52
Tabel 4.9 Jawaban Item Harga	53
Tabel 4.10 Jawaban Item Lokasi	54
Tabel 4.11 Jawaban Item Kepuasan Pelanggan	55
Tabel 4.12 Jawaban Item Loyalitas Konsumen	56
Tabel 4.13 Summary Model I	57
Tabel 4.14 Rekapitulasi Hasil Coefficient Model I	57
Tabel 4.15 Summary Model II	59
Tabel 4.16 Rekapitulasi Hasil Coefficient Model II	59
Tabel 4.17 Rekapitulasi Nilai Jalur	61
Tabel 4.18 Uji T	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konsumsi Plastik di Indonesia	2
Gambar 2.1 Model Perilaku Kosnsumen	11
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	32
Gambar 4.1 Analisis Jalur	62
Gambar 4.2 Hasil Uji Mediasi Harga Terrhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Pelanggan	63
Gambar 4.3 Hasil Uji Mediasi Lokasi Terrhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Pelanggan	



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	80
Lampiran 2 Hasil SPSS.....	84



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Francis, T. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Edisi dua .Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Akbar, P.S., & Usman. (2008). *Pengantar Statistika*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Alam, I.A., & Zahra, B.A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada DM Parcel. *Jurnal Ilmiah Magister Ilmu Administrasi*, 17(1), 783–788. <https://doi.org/10.56244/jimia.v17i1.682>
- Alma, B. (2003). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi dua. Bandung: ALFABETA.
- Amirullah. (2002). *Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama. Jakarta: Graha Ilmu.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, edisi revisi VI, Cetakan ke 13, PT. Asdi Mahasatya, Jakarta
- Azwar, S. (2007). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). *The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182.
- Bintari, W. P., Udayana, I., & Maharani, B. D. (2022). Pengaruh Usability, Information Quality, dan Service Interaction Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Tokopedia di Kabupaten Kediri). *Jurnal Perspektif*, 20(1), 68–75. <https://doi.org/10.31294/jp.v20i1.12286>
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2001). *Pemasaran* (Edisi Pertama). Jakarta: Salemba Empat.
- Engel, F. J., Blackwell D. R., & Miniard W. P., (2010). *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa Budiyanto. Binarupa Aksara, Jilid 1, Jakarta.
- Iriyanti, E., Qomariyah, N., & Suharto, A. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Depot Mie Pangsit Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* Vol 2. No. 1 Juni 2016., 2(1), 1–15.

- Firdiyansyah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam. *Jurnal Elektronik Rekaman*, 1(1), 1–9.
- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E., & Hyun, H. H. (2012). *How to Design and Evaluate Research in Education* 8th Edition. Boston: McGraw-Hill Higher Education.
- Gaffar, V. (2007). *Customer Relationship Management and Marketing Public relation*. Bandung: Alfabeta
- Ghozali, I & Latan, H. (2015). *Konsep Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Bp Undip
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, E. (2009). *A First Look at Communication Theory*. McGraw-Hill Higher Education.
- Gultom, P.L., Rogahang, J.J., & Punuindoong, A.Y. (2023). Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen pada Fellow Coffee Malalayang Manado. *Productivity*, 4(1), 89–99.
- Hadyarti, V., & Zaki, K. (2022). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. 8(2), 47–59.
- Hasan, A. (2009). *Marketing* (Edisi pertama). Yogyakarta: PT. Media Pressindo Group.
- Ma'ruf, H. (2005). *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hermanto, H., Apriansyah, R., Fikri, K., & Albetris, A. (2019). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen pada Fotocopy Anugrah Rengat. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 3(2), 171. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v3i2.78>
- Kotler, P., & Amstrong. G. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kurniawan, D. D., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada My Kopi O Semarang. *YUME: Journal Manager*, 5(1), 348–358. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.553>

- Nofindri, M. L., Sutarjo, A., & Hadya, R. (2021). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Di Mini Market Wirda Kota Padang. *Jurnal Matua* Issn-p : 2355-0376 issn-e : 2656-8322. *Matua*, 3(1), 59–72.
- Nurfalawati, & Nurdin, H. (2020). Pengaruh Lokasi Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Kedai Suhendar Coffe Kota Bima. *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah*, 2(1), 82–89.
- Masili, V., Lumanauw, B., Tielung, V. J. (2022) Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Toko Bahan Bangunan Mentari Di Desa Sea Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa. *10(4)*, 44–51
- Ogestine, S., Pakpahan, E., & Rostina, C. F. (2023). The influence of product price and quality on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable at PT. Brother Group, Medan. *Journal of Economics and Business Letters*, 3(4), 29–37. <https://doi.org/10.55942/jebel.v3i4.231>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2010). *Consumer behavior: Perilaku konsumen & strategi pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Pramesti, A., & Chasanah, U. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *14(02)*, 281–287.
- Pratama, & Yulianthini. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Salon Agata*. *Jurnal Manajemen*, 8(1), 228–235.
- Rahmadani, Suardana, S. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada UD. Eva Group Mataram*. 83(SUPPL.), 19.
- Rusdarti. (2004). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank BPD Jawa Tengah Cabang Semarang*, *Jurnal Bisnis Strategi*, 13, 54-65.
- Sari, I. W., & Amalia, L. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen Kopi Kenangan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 2(3), 248-266.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen – Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Suntani, S. (2018). *Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan*. *Widya Cipta*, 2(2), 247–254. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Swastha, B. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua, Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty.
- Tanzeh, A. (2009). *Pengantar Metode penelitian*. Yogyakarta: Teras.
- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Jasa*. Andi Offset, Yogyakarta
- Tjiptono, F. (2014). *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta: Andi
- Yayuk, S., Karnadi, K., & Harisandi, Y. (2022). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Wisata Kk26 Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(2), 338-353
- Zeithaml, V. A., & Bitner. (2000). *Service Marketing: Integrating Customer Focus* (Edisi ke-2). New York: McGraw-Hill Inc.



PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KONSUMEN TOKO RESTU PASURUAN

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

11%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

11%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Queensland Academy for Creative Industries Student Paper	5%
2	eprints.umm.ac.id Internet Source	3%
3	Submitted to unars Student Paper	3%
4	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	2%
5	unars.ac.id Internet Source	2%
6	123dok.com Internet Source	2%

Exclude quotes

On

Exclude matches

< 2%