

PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI MEDIASI DAN *LOCATION* SEBAGAI MODERASI PADA RAYZ UMM HOTEL MALANG

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh :

Mia Supiyana
201910160311058

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2023**

SKRIPSI

**PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN
CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI MEDIASI DAN
LOCATION SEBAGAI MODERASI PADA RAYZ UMM HOTEL MALANG**

Oleh :

Mia Supiyana
201910160311058

Diterima dan disetujui
pada tanggal 23 September 2023

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.



Dr. Yulist Rima Fiandari, S.P., M.M.

Dekan-Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,



Dr. Idah Zuhroh, M.M.



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI MEDIASI DAN LOCATION SEBAGAI MODERASI PADA RAYZ UMM HOTEL MALANG

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Mia Supiyana

NIM : 201910160311058

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 23 September 2023 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 : Iqbal Ramadhani Fuadiputra, S.E., M.SM.

Penguji III : Dr. Yulist Rima Fiandari, S.P., M.M.

Penguji IV : Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,



Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Mia Supiyana
NIM : 201910160311058
Program Studi : Manajemen
Surel : miasupiyana@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 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, 9 Agustus 2023
Yang membuat pernyataan,



Mia Supiyana

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alam, dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkat dan nikmat kepada hamba-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas skripsi dengan judul “Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Customer Loyalty* Dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Mediasi dan *Location* Sebagai Moderasi Pada Rayz UMM Hotel Malang” dengan sebaik-baiknya. Skripsi ini adalah salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang. Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari peranan pembimbing dan bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kemudahan, dan kelancaran kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi ini.
2. Orang Tua yang saya cintai bapak Supardji dan Almh. Ibunda tercinta Maryati yang menjadi kekuatan terbesar bagi penulis, terima kasih telah memberikan segenap cinta dan kasih sayang yang telah diberikan, juga doa yang tak pernah putus, memotivasi, memberi dukungan penuh hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dan terima kasih pula untuk kakakku, Cahyo Ari Sandy yang selalu memberikan doa dan semangat.
3. Dr. Fauzan M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.

4. Dr. Idah Zuhroh, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Dr. Nurul Asfiah M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang.
6. Dr. Marsudi, MM., selaku dosen wali kelas Manajemen B angkatan 2019.
7. Dr. Drs. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M. selaku dosen pembimbing I dan Dr. Yulist Rima Fiandari, S.P, M.M. selaku dosen pembimbing II saya yang telah membimbing saya dengan sangat baik dalam melakukan penelitian ini.
8. Teman-teman seperjuangan Ayu Safitri, Ratih Haristiyanti, M. Baroq Gilang Romadhon, Duvan Kensa Aditama dan Elok Erlyna Syafitri yang telah banyak memberikan bantuan, berjuang bersama, saling memberi semangat dan saling mendoakan demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
9. Seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Saipul Arifin, S.P., M.P. Terimakasih telah ikut berkontribusi dalam penulisan karya tulis ini, senantiasa memberi dukungan dan menemani peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
10. Sahabatku Luci Lauza Sahira yang sudah memberikan semangat, doa dan motivasi kepada penulis.
11. Seluruh pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, dan kepada seluruh pihak yang mendoakan peneliti demi kelancaran penyusunan skripsi ini baik secara terang-terangan maupun secara diam-

diam. Semoga Allah subhaanahu wa ta'aala selalu menjaga kalian dimanapun kalian berada.

Penulis tidak dapat membalas jasa yang telah diberikan, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan. Akhir kata, penulis memohon maaf atas kekurangan dan ketidaksempurnaan dalam penulisan skripsi serta penulis dapat menerima kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dalam bidang Manajemen bagi penulis maupun pembaca.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Malang, 9 Agustus 2023

Mia Supiyana



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN NASKAH PUBLIKASI.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Penelitian Terdahulu.....	11
B. Landasan Teori	15
1. <i>Customer Loyalty</i>	16
2. <i>Customer Satisfaction</i>	20
3. <i>Location</i>	24
4. <i>Service Quality</i>	26
C. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
A. Lokasi Penelitian	36
B. Jenis Penelitian	36
C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	37
D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	38
E. Jenis dan Sumber Data	42
F. Teknik Pengumpulan Data.....	42
G. Teknik Pengukuran Data	43

1. Uji Validitas.....	43
2. Uji Reliabilitas.....	43
H. Teknik Analisis Data.....	44
1. Rentang Skala.....	45
2. Uji Asumsi Klasik	46
3. <i>Mediation Regression Analysis</i>	47
4. <i>Moderation Regression Analysis</i>	50
5. Uji Hipotesis.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
A. Gambaran Umum Rayz Hotel UMM	53
B. Analisis Deskriptif.....	53
C. Uji Validitas	54
D. Uji Reliabilitas.....	56
E. Rentang Skala.....	57
1. <i>Customer Loyalty</i>	57
2. <i>Service Quality</i>	59
3. <i>Customer Satisfaction</i>	60
4. <i>Location</i>	61
F. Uji Asumsi Klasik.....	62
1. Uji Normalitas	62
2. Uji Multikolinieritas	63
3. Uji Heteroskedastisitas	64
G. Analisis Regresi Mediasi.....	65
H. Uji Hipotesis Mediasi	68
I. Analisis Regresi Moderasi.....	69
J. Uji Hipotesis Moderasi.....	71
K. Pembahasan Hasil Penelitian.....	73
BAB V PENUTUP	90
A. Kesimpulan.....	90
B. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN.....	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 4.1 Histogram Normalitas	62
Gambar 4.2 <i>Scatter Plot</i> Heteroskedastisitas	65
Gambar 4.3 Hasil Uji Sobel Test.....	67



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3.1 Variabel Pengukuran.....	39
Tabel 3.2 Tingkat Penilaian.....	43
Tabel 3.3 Penskalaan.....	46
Tabel 4.1 Analisis Deskriptif.....	54
Tabel 4.2 Uji Validitas.....	55
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Customer Loyalty</i> ...	57
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Service Quality</i>	59
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	60
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Location</i>	61
Tabel 4.8 Uji Normalitas	63
Tabel 4.9 Uji Multikolinieritas	64
Tabel 4.10 Model 1 Hasil Uji Regresi Mediasi.....	65
Tabel 4.11 Model 2 Hasil Uji Regresi Mediasi.....	66
Tabel 4.12 Hasil Uji Hipotesis Mediasi	68
Tabel 4.13 Model 1 & 2 Hasil Uji Regresi Moderasi	70
Tabel 4.14 Uji Hipotesis Regresi Moderasi	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner	102
Lampiran 2. Hasil Tabulasi Data 244 Responden	107
Lampiran 3. Lampiran Uji Validitas.....	129
Lampiran 4. Hasil Uji Asumsi Klasik	133
Lampiran 5. Hasil <i>Mediation Regression Analysis</i> dan Uji t	135
Lampiran 6. Hasil Uji Sobel.....	136
Lampiran 7. Hasil <i>Moderation Regression Analysis</i> dan Uji t.....	136



DAFTAR PUSTAKA

- Adamson, K. A. & Prion, S. (2013). *Reliability : measuring internal consistency using cronbach's a*. *Clinical Simulation in Nursing*, 9.
- Angga, Sugiarsa I Putu Gede. (2019). Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variable Mediasi (Studi Pada Hotel The Breezes Bali). *Journal of Applied Management Studies*, 6(1), 140–149.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Edisi Revisi*. PT. Rineka Cipta.
- Atmanegara, S. Y., Cahyono, D., Qomariah, N., & Sanosra, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ijen View Bondowoso. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 78–89. www.budpar.go.id
- Azam, R. (2023). *Perilaku Konsumtif Mahasiswi Terhadap Trend Fashion Masa Kini Menurut Ekonomi Islam (Studi Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2020-2021)*. Uin Fatmawati Sukarno Bengkulu.
- Chasanah, U. (2019). *Pengaruh kualitas produk, pelayanan dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada cafe waroeng pisa purwokerto, banyumas skripsi*.
- Damaryanti, F., Thalib, S., & Miranda, A. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating: The Influence Of Brand Image And Service Quality On Repurchase Decisions With Customer Satisfaction As Moderating Variables. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 50–62.
- Danurdara, A. B. (2020). *A Study of Service Quality on Customer Satisfaction and its Impact on Customer Loyalty : The Case of Food and Beverage Industry in Bandung. 2018*, 9106–9112.
- Darwin, Lie, Sudirman Acai, Efendi, B. M. (n.d.). Analysis of Mediation Effect Of Consumer Satisfaction On The Effect Of Service Quality , Price and Consumer Trust ... Analysis of Mediation Effect Of Consumer Satisfaction On The Effect Of Service Quality , Price and Consumer Trust On Consumer Loyalty. *International Journal of Scientific & Technology*.
- Edison E, Anwar Y, K. L. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Alfabeta.
- El-Adly, M. I. (2019). Modelling the relationship between hotel perceived value, customer satisfaction, and customer loyalty. *Journal of Retailing and*

Consumer Services, 50(July 2018), 322–332.

- Elitan, L. (1999). *Membangun loyalitas melalui Consumer Satisfaction dan Customer Oriented*, kompak. Kompak.
- Fahmi, M., Prayogi, M. A., & Jufrizen. (2018). AQLI Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Jurnal Riset Sains Manajemen. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 121–130.
- Farida, I., Tarmizi, A., & November, Y. (2016). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7p Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online*. 1(1), 31–40.
- Flores, A. F., Saldanha, E. D. S., & Vong, M. F. (2020). *The Effect of Customer Satisfaction Mediation for the Relationship Between Service Quality and Customer Loyalty*. 2(1), 56–65.
- Fraenkel, J. L., Wallen, N. E., & Hyun, H., & H. (2012). *How to design and evaluate research in education eighth edition*. Mc Graw Hill.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan Dedek. *MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 273–282.
- Harfika, J., & Abdullah, N. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya. *Balance*, XIV(1), 44–56.
- Hariono, R., & Marlina, M. A. E. (2021). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediator Pada Star Motor Carwash. *Performa*, 6(1), 1–10.
- Helaluddin, W. (2019). *Analisis Data Kualitatif Sebuah Tinjauan Teori dan Praktik*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Irawan, H. (2012). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*. PT.Salemba Empat Patria.
- Ismail, T. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 413–423.
- Izogo, E. E., Jayawardhena, C., & Kalu, A. (2018). *Examining customers ' experience with the Nigerian Bank Verification Number (BVN) policy from the perspective of a dual-lens theory*. June.
- Kamboj, S., Sarmah, B., Gupta, S., & Dwivedi, Y. (2018). Examining branding co-creation in brand communities on social media: Applying the paradigm of

- Stimulus-Organism-Response. *International Journal of Information Management*, 39(December 2017), 169–185.
- Kasinem, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329.
- Kotler, P & Keller, K. L. (2012). *Marketing Manajemen. Edisi 14*. Global Edision Pearson. Prentice.
- Kotler, P. & G. A. (2008). *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 2*. Erlangga.
- Kristianto, A. D., & Wahyudi, T. A. (2019). Pengaruh citra merek, persepsi kualitas produk dan persepsi harga pada kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 2(2), 117–126.
- Kumar, A. (2018). *Effect of service quality on customer loyalty and the mediating role of customer satisfaction : an empirical investigation for the telecom service industry* *Effect of service quality on customer loyalty and the mediating role of customer satisfaction : an . January*.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Edisi Pertama. Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Salemba Empat.
- Ming, J., Jianqiu, Z., Bilal, M., Akram, U., & Fan, M. (2021). How social presence influences impulse buying behavior in live streaming commerce? The role of S-O-R theory. *International Journal of Web Information Systems*, 17(4), 300–320.
- Naing, M. Y., Khalifa, G. S. A., & Thin, T. (2019). *The Impact of Service Quality on Customer Loyalty of Myanmar Hospitality Industry : The Mediating Role of Customer Satisfaction*. 3(3), 1–11.
- Narotama, A. (2019). *The Effect of Service Quality on Customer Loyalty with Brand Images and Customer Satisfaction as Mediation*. 86–93.
- Komainy, Nurdiawan Ayatulloh. (2020). Pengaruh Service Quality Dan Brand Image Terhadap Customer Loyalty Pengguna Traveloka Di Surabaya Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas*, 8(75), 147–154.
- Oliver, R. L. (1999). *Whence Consumer Loyalty ?* 33–44.
- Paolinus, Hulu, R. E. (n.d.). Influence Of Product Quality, Promotion, Brand Image, Consumer Trust Towards Purchase Intention (Study Case On Pocari Sweat Isotonic Drink In Indonesia). *Jurnal Universitas Esa Unggul*, 1–13.

- Peter, J. P. dan J. C. O. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Buku 2. Edisi 9*. Salemba Empat.
- Priamanda Hanzal Firman. (2019). Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction sebagai Mediasi Hanwash Premium Shoe Treatment. In *Universitas Airlangga Fakultas Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 8, Issue 5).
- Purba Sherly Septian Diana, Kusnadi Edy, F. R. (2022). *Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Cafe Titik Kumpul Capore Situbondo Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. 1(4), 744–758.
- Puriwat, W., & Tripopsakul, S. (2017). Wpływ jakości e-usług na satysfakcję i lojalność klienta w korzystaniu z bankowości mobilnej: Studium przypadku Tajlandii. *Polish Journal of Management Studies*, 15(2), 183–193.
- Rahmadani Fitri, Suardana I Made, S. H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Ud. Eva Group Mataram. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*.
- Rahmah, N., Kara, M. H., Bakry, M., & Muin, R. (2021). *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding Effect of Service Quality on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervening Variable in Shariah Hotel (Study at Pesonna Hotel in Makassar , South Sulawesi)*. 224–232.
- Rahmawati, Masitoh Martina, Wibowo Hermansyah Andi, I. K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kepuasan Pelanggan , dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Mobile Shopee. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(1), 101–119.
- Raja, Sitinjak Tumpal Janji. (2020). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi Dan Manajemen*, 2(2), 198–217.
- Rantesalu Agustina, Mus Abdul Rahman, Mapparenta, A. Z. (2018). The Effect Of Organizational Culture On Employee Performance: The Mediating Role Of Organizational Commitment. *Journal of Research in Management*, 1(3), 8–14.
- Reuben, Baron, M, K. D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variabel Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*.

- Risnawati, H., Sumarga, H. E., & Purwanto, S. (2019). *The Effect of Service Quality Prices and Location of Companies to Customer Satisfaction Implications on Customer Loyalty*. 9(6), 38–43.
- Safitri Koko. (2017). Analisis Pengaruh Customer Experience dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang di Storia Caffe MMXVI. *Jurnal Terapan Manajemen Dan Bisnis*.
- Saputra, A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Koperasi Syariah Bmt Masyarakat Madani. *JMB (Jurnal Manajemen Dan Bisnis)*, 146.
- Shah, A. M., Yan, X., Shah, S. A. A., & Ali, M. (2021). Customers' perceived value and dining choice through mobile apps in Indonesia. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 33(1), 1–28.
- Sigit, K. N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 21(1), 157–168.
- Soliha, E., Aquinia, A., Hayuningtias, K. A., & Ramadhan, K. R. (2021). *The Influence of Experiential Marketing and Location on Customer Loyalty*. 8(3), 1327–1338.
- Sucihati, Nana R., Usman, & Arma Yunita, F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada UD. Nealma Food Sumbawa Besar). *SAMALEWA (Jurnal Riset Dan Kajian Manajemen)*, 2(1), 40–49.
- Sudjianto, E. Y., & Japarianto, E. (2017). Pengaruh Perceived Service Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variable Intervening Di Hotel Kartika Graha Malang. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(2), 54–60.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Evaluasi (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. CV Andi Offset.
- Surahman, I. G. N., Ngurah, P., Yasa, S., & Wahyuni, N. M. (2020). *The Effect of Service Quality on Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction in Tourism Villages in Badung Regency*. 7, 46–52.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. C.V Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. C.V Andi Offset.

- Ulfa, M., & Mayliza, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pdam Kota Padang. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi*, 1–16.
- Utama, I. D. A. G. A., & Kusuma, A. A. G. A. A. (2019). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6468.
- Victor, Sower, Duffy JoAnn, Kilbourne William, Kohers Gerald, and J. P. (2001). The Dimensions of Service Quality for Hospitals: Development and Use of the KQCAH Scale. *Health Care Management Review/Spring*.
- Woen, N. G. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan , Kualitas Produk , Promosi , dan Harga Normal terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *10(2)*, 146–163.
- Wu, Y. L., & Li, E. Y. (2018). Marketing mix, customer value, and customer loyalty in social commerce: A stimulus-organism-response perspective. *Internet Research*, 28(1), 74–104.
- Zikmun, William G, Raymon McLeo, J., & Gibert, & F. W. (2007). *Customer Relationship Management : Intergrating Marketing Strategy and Information Technology*. John Wiley & Sons Inc.



PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI MEDIASI DAN LOCATION SEBAGAI MODERASI PADA RAYZ UMM HOTEL MALANG

ORIGINALITY REPORT

5%	6%	5%	0%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	jurnal.stietribhakti.ac.id Internet Source	3%
2	journal.uc.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%