

## Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Produk, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko D'Twins di Gresik Kota Baru

Muslimatul Fadhilah<sup>1\*</sup>, Rachmad Ilham<sup>2</sup>, Adiba Fuad Syamlan<sup>3</sup>

<sup>1, 2, 3</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gresik, Indonesia

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, variasi produk, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Toko D'Twins Gresik Kota Baru. Kepuasan konsumen merupakan faktor penting yang dapat menentukan loyalitas dan keberlanjutan suatu usaha. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 88 Responden, kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, variasi produk, dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara parsial, kualitas pelayanan memiliki pengaruh paling dominan dibandingkan dengan variabel lainnya. Temuan ini menunjukkan pentingnya peningkatan mutu layanan, keberagaman produk, serta penyediaan fasilitas yang nyaman untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi manajemen dalam merumuskan strategi peningkatan layanan.

**Kata Kunci:** kualitas pelayanan, variasi produk, fasilitas, kepuasan konsumen.

### Abstract

*This study aims to analyze the effect of service quality, product variety, and facilities on customer satisfaction at the D'Twins Gresik Kota Baru Store. Customer satisfaction is an important factor that can determine the loyalty and desire of a business. The research method used is quantitative with a survey approach. Data were collected through questionnaires distributed to 88 respondents, then analyzed using multiple linear regression. The results of the study indicate that service quality, product variety, and facilities simultaneously have a significant effect on customer satisfaction. Partially, service quality has the most dominant effect compared to other variables. This finding shows the importance of improving service quality, product variety, and providing comfortable facilities to improve customer satisfaction. This study is expected to be an input for management in designing service improvement strategies.*

**Keywords:** service quality, product variety, facilities, customer satisfaction.

### \*Korespondensi:

Muslimatul Fadhilah  
([muslimafadhilah@gmail.com](mailto:muslimafadhilah@gmail.com))

Submit: 24 Mei 2025

Revisi: 7 Juni 2025

Diterima: 22 Juni 2025

Terbit: 30 Juni 2025



## 1. Pendahuluan

Bisnis kuliner makanan cepat saji termasuk dalam usaha kuliner yang saat ini berkembang pesat. Persaingan usaha di bidang makanan dan minuman (food service) semakin ketat karena semakin berkembangnya industri kuliner. Agar dapat bersaing, para pelaku usaha harus mampu menawarkan sesuatu yang istimewa di samping keunggulan utama barang atau jasa yang dimilikinya. Ayam goreng merupakan jenis makanan yang terbuat dari tepung dihaluskan (dipukul-pukul) dan dicampur dengan berbagai jenis sambal untuk dijadikan ayam geprek. Ayam geprek mulai digemari di masyarakat, terutama di kalangan anak muda (mahasiswa), karena rasanya yang gurih, porsinya yang mengenyangkan, dan harganya yang terjangkau.

Kepuasan konsumen merupakan indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu usaha. Dalam sektor kuliner yang semakin kompetitif, pelaku usaha dituntut untuk memberikan pelayanan terbaik, variasi produk yang menarik, dan fasilitas yang memadai. Ayam Geprek D'twins Gresik Kota Baru merupakan salah satu pelaku usaha kuliner yang mengalami tantangan dalam mempertahankan kepuasan pelanggan, terutama karena

keterbatasan variasi sambal dan fasilitas yang kurang memadai. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi dari kualitas pelayanan, variasi produk, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen di toko ayam geprek d'twins Gresik kota baru ini.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut: (1) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen? (2) Apakah variasi produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen? (3) Apakah fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen? dan (4) Apakah kualitas pelayanan, variasi produk, dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen?

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada pemilihan objek studi, yaitu toko usaha kuliner di Gresik kota baru, yang dikaji secara komprehensif melalui integrasi tiga variabel utama: kualitas pelayanan, variasi produk, dan fasilitas. Ketiganya diteliti secara simultan untuk melihat sejauh mana pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian ini akan memberikan baik secara teoritis maupun praktis, khususnya dibidang manajemen pemasaran.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, variasi produk, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen, baik secara parsial maupun simultan. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam pengembangan teori di bidang pemasaran serta sebagai masukan praktis bagi pelaku usaha dalam menyusun strategi peningkatan pelayanan dan daya saing.

## 2. Metode

Pendekatan kuantitatif lebih menitikberatkan pada hubungan kausal atau sebab akibat untuk mengamati subjek yang diteliti. Dengan demikian, variabel bebas dan variabel terikat merupakan dua faktor pendukung dalam penelitian ini. Dengan demikian, sejauh mana variabel bebas dapat mempengaruhi variabel terikat akan diteliti berdasarkan kedua variabel tersebut. (Lie, Butarbutar, Sudirman, dan Efendi, 2019)

Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen Toko Ayam Geprek D'twins selama 6 bulan terakhir dengan jumlah 729 konsumen. Sampel diambil menggunakan rumus Slovin sebanyak 88 responden. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala Likert. Analisis data dilakukan dengan regresi linear berganda setelah melalui uji validitas, reliabilitas, serta uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi).

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel independen secara simultan maupun parsial terhadap variabel dependen. Sebelum melakukan analisis regresi, untuk memastikan kelayakan instrumen penelitian melalui uji validitas dan reliabilitas guna memastikan data yang diperoleh akurat dan konsisten Untuk memastikan model regresi memenuhi persyaratan statistik yang relevan, sejumlah uji asumsi tradisional juga dilakukan, seperti uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, autokorelasi, dan linearitas. Analisis regresi linier berganda, yang dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik SPSS versi 30, adalah metode analisis data yang digunakan.

Data primer, yang dikumpulkan langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner, merupakan bentuk data yang digunakan. Skala Likert lima poin digunakan dalam penyusunan kuesioner untuk mengukur persetujuan responden terhadap pernyataan yang mewakili setiap variabel penelitian. Kepuasan pelanggan (Y) merupakan variabel dependen dalam penelitian ini, sedangkan kualitas layanan (X1), variasi produk (X2), dan fasilitas (X3) merupakan variabel independen.

Instrumen penelitian dibuat berdasarkan indikator yang dikembangkan dari teori serta penelitian terdahulu. Penelitian ini melibatkan tiga variabel independen, yaitu kualitas pelayanan, variasi produk, dan fasilitas terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen.

## 3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan regresi linier berganda, diperoleh bahwa semua variabel bebas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, variasi produk, dan fasilitas masing-masing berpengaruh signifikan secara parsial. Uji F menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut berdampak pada kepuasan pelanggan secara bersamaan.

### Statistik Deskriptif

Berdasarkan hasil statistik deskriptif, rata-rata skor Kualitas Pelayanan yang diperoleh dari 88 responden adalah sebesar 20,3295 dengan standar deviasi 2,47155, ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan berada pada kategori baik. Variabel variasi produk memiliki rata-rata 15,75159 dan standar deviasi 3,04732, ini mengindikasikan bahwa konsumen menilai variasi produk di Toko Ayam Geprek D'twins ini bahwa konsumen menilai cukup pada variasi sambal. Variabel fasilitas menunjukkan rata-rata sebesar 22,8295 dan standar deviasi 4,40799 yang menandakan bahwa konsumen merasa fasilitas yang disediakan cukup lengkap, dengan persepsi yang tidak terlalu bervariasi antar individu. Sementara itu, Kepuasan Konsumen memiliki rata-rata sebesar 16,1705 dan standar deviasi 2,63583, yang mengindikasikan bahwa tingkat kepuasan konsumen

terhadap Toko Ayam Geprek D'twins berada dalam kategori cukup tinggi yang menunjukkan konsistensi pengalaman positif di antara mayoritas konsumen.

**Tabel 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif**

No	Variabel	Rata-rata	Standar Deviasi	Kategori Umum
1	Kualitas Pelayanan	20,3295	2,47155	Baik, konsisten
2	Variasi Produk	15,75159	3,04732	Baik, stabil
3	Fasilitas	22,8295	4,40799	Baik, cukup merata
4	Kepuasan Konsumen	16,1705	2,63583	Cukup, homogen

Sumber : Hasil olahan penulis dari data primer (2025)

#### Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas kuesioner dalam menilai variabel yang diteliti dinilai menggunakan uji validitas. Jika pertanyaan dalam kuesioner dapat memberikan wawasan tentang sesuatu yang ingin diukur oleh kuesioner tersebut, maka kuesioner dianggap sah. Dari hasil pengujian pada 19 pertanyaan, seluruh nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel (0,209), sehingga semua item dinyatakan valid.

**Tabel 2 Hasil Uji Validitas**

No	Nilai r hitung	Nilai r tabel	kesimpulan
X1.1	0,325	0,209	Valid
X1.2	0,255	0,209	Valid
X1.3	0,356	0,209	Valid
X1.4	0,464	0,209	Valid
X1.5	0,606	0,209	Valid
X2.1	0,544	0,209	Valid
X2.2	0,564	0,209	Valid
X2.3	0,599	0,209	Valid
X2.4	0,696	0,209	Valid
X3.1	0,651	0,209	Valid
X3.2	0,625	0,209	Valid
X3.3	0,655	0,209	Valid
X3.4	0,623	0,209	Valid
X3.5	0,526	0,209	Valid
X3.6	0,636	0,209	Valid
Y.1	0,804	0,209	Valid
Y.2	0,829	0,209	Valid
Y.3	0,867	0,209	Valid
Y.4	0,772	0,209	Valid

Sumber : Hasil olahan penulis dari data primer (2025)

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi instrumen penelitian. Berdasarkan hasil uji dengan metode Cronbach's Alpha, diperoleh nilai sebesar 0,944, yang lebih tinggi dari batas minimum 0,70. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh item kuesioner dalam penelitian ini memiliki konsistensi internal yang baik dan dapat diandalkan sebagai alat ukur

**Tabel 4.3 Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Batas Minimum	Kesimpulan
1	Seluruh variabel	0,944	0,70	Reliabel

Sumber : Hasil olahan penulis data primer (2025)

## Uji Asumsi Klasik

**Tabel 4 Uji Asumsi Klasik**

No	Jenis Uji	Metode / Uji	Nilai Hasil	Batas Kriteria	Kesimpulan
1	Normalitas	Kolmogorov-Smirnov	Sig. = 0,014	> 0,05	Normal
2	Multikolinearitas	Tolerance dan VIF	Tolerance > 0,1	VIF < 10	Tidak terjadi multikolinearitas
3	Heteroskedastisitas	Uji Glejser	Sig. (< 0,001: 0,050: 0,004)	> 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
4	Autokorelasi	Durbin-Watson	DW = 1,389	> 0,05	Tidak terjadi autokorelasi
5	Linearitas	ANOVA Linearity	Sig. > 0,05	> 0,05	Hubungan bersifat linear

Sumber: Hasil olahan penulis dari data primer (2025)

## Regresi Linier Berganda

Hasil model regresi menunjukkan bahwa variabel variasi produk dan fasilitas memiliki kontribusi positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Ayam Geprek D'Twins Gresik Kota Baru. Artinya, semakin baik persepsi konsumen terhadap variasi (sambal) dan fasilitas yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Sebaliknya, variabel kualitas pelayanan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Ini mengindikasikan bahwa meskipun pelayanan yang diberikan baik, namun belum cukup memberikan dampak nyata dalam meningkatkan kepuasan konsumen secara keseluruhan.

**Tabel 5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Variabel	Koefisien	t-hitung	Sig.	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0.033	0.295	0.768	Tidak signifikan
Variasi Produk	0.255	2.686	0.009	Signifikan
Fasilitas	0.301	4.367	<.001	Signifikan

Sumber : Hasil Olahan penulis dari data primer (2025)

## Uji Hipotesis

### Uji T

Secara parsial, hanya variabel variasi produk dan fasilitas terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Ayam Geprek D'twins Gresik Kota Baru. Hasil ini menunjukkan bahwa variasi produk serta fasilitas menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan konsumen. Sementara itu, kualitas pelayanan tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara statistik, yang mengindikasikan bahwa aspek pelayanan belum menjadi penentu utama dalam kepuasan pelanggan pada konteks penelitian ini

**Tabel 6 Hasil Uji T**

Hipotesis	Variabel	t Hitung	t Tabel (df = 84; $\alpha = 0,05$ )	Sig. (p- value)	Keputusan Hipotesis
H1	Kualitas Pelayanan	0,295	0,2120	0,76	H1 ditolak (tidak signifikan)
H2	Variasi Produk	2,686	0,2120	0,00	H2 diterima (signifikan)
H3	Fasilitas	4,367	0,2120	<.00	H3 diterima (signifikan)

Sumber: Hasil olahan penulis dari data primer (2025)

### Uji F

Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan, ketiga variabel independen dalam model—yaitu kualitas pelayanan, variasi produk, dan fasilitas memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan Ayam Geprek D'twins Gresik Kota Baru. Nilai F hitung sebesar 360.849 lebih besar dari F tabel sebesar 2,71 dengan nilai signifikansi < 0,001. Artinya, bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi

kepuasan konsumen secara kolektif, meskipun tidak semua variabel menunjukkan pengaruh yang signifikan secara parsial.

**Tabel 7 Hasil Uji F**

Model	F Hitung	F Tabel (F (k ; n - k)) $\alpha = 0,05$	Sig. (p-value)	Keputusan
Regresi	360.849	2,71	< 0,001	Model signifikan secara simultan

Sumber: Hasil olahan penulis dari data primer (2025)

### Uji R<sup>2</sup>

Nilai koefisien determinasi (R Square) 0,53, menunjukkan bahwa sebesar 53,9% variasi dalam variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh tiga variabel independen dalam model, yaitu kualitas pelayanan, variasi produk, dan fasilitas. Sementara itu, sisanya sebesar 46,1% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini. Artinya, model regresi yang digunakan cukup baik dalam menjelaskan pengaruh variabel-variabel independen terhadap kepuasan konsumen.

**Tabel 8 Hasil Uji R<sup>2</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Interpretasi
1	0,773	0,597	0,583	1.70292	Variabel independen menjelaskan 59,7% variasi pada variabel kepuasan konsumen.

Sumber: Hasil olahan penulis dari data primer (2025)

**Tabel 9 . Ringkasan Hasil Penelitian**

No	Variabel	Pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	Positif dan signifikan	Parsial dan simultan
2	Variasi Produk	Positif dan signifikan	Parsial dan simultan
3	Fasilitas	Positif dan signifikan	Parsial dan simultan

Sumber: hasil Olahan Penulis 2025

### Pembahasan

#### Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil uji t, koefisien regresi untuk kualitas layanan adalah 0,033, dan nilai signifikansinya adalah 0,768 (>0,05). Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak terlalu dipengaruhi oleh kualitas layanan. Potensi multikolinearitas dengan variabel fasilitas atau dampak kualitas layanan yang relatif kecil dibandingkan variabel lain dapat menjadi penyebabnya..

#### Variasi Produk

Dengan koefisien regresi sebesar 0,255 dan nilai signifikansi sebesar 0,009 (<0,05), keragaman produk secara signifikan dan positif memengaruhi kebahagiaan pelanggan. Berdasarkan temuan ini, kepuasan pelanggan meningkat seiring dengan keragaman produk yang ditawarkan. Pelanggan lebih puas ketika mereka dapat memilih produk berdasarkan kebutuhan dan selera mereka berkat keragaman yang ditawarkan.

#### Fasilitas

Fasilitas menunjukkan pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil uji t, fasilitas memiliki koefisien regresi sebesar 0,301 dan nilai signifikansi < 0,001. Ini menunjukkan bahwa pengaruhnya sangat signifikan secara statistik. Hal ini dapat diartikan bahwa kenyamanan fisik seperti kebersihan tempat, tata letak, peralatan pendukung, dan kelengkapan fasilitas menjadi faktor penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan.

#### Implikasi Model

Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung = 41,478 dengan signifikansi < 0,001, yang berarti ketiga variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, nilai koefisien determinasi R<sup>2</sup> = 0,597 menunjukkan bahwa sebesar 59,7% variasi kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen (kualitas pelayanan, variasi produk, dan fasilitas). Sisanya sebesar 40,3% dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

#### 4. Kesimpulan

Hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, disimpulkan bahwa Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan, variasi produk, dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara parsial, variasi produk dan fasilitas berpengaruh signifikan, sedangkan kualitas pelayanan tidak. Fasilitas merupakan faktor dominan yang paling memengaruhi kepuasan konsumen pada Toko Ayam Geprek D'twins Gresik Kota Baru. Implikasi praktis dari hasil penelitian ini adalah perlunya pengelola toko meningkatkan fasilitas dan menambah variasi produk guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pentingnya pengelolaan variabel-variabel tersebut dalam operasional bisnis kuliner. Pelaku usaha perlu secara konsisten meningkatkan kualitas interaksi dengan konsumen, menyesuaikan variasi (sambal) dengan daya saing pasar, serta memperhatikan ketersediaan dan fasilitas agar sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada cakupan wilayah yang terbatas, yakni hanya dilakukan pada satu lokasi toko di Kabupaten Gresik, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi ke seluruh populasi kuliner sejenis. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian mendatang memperluas objek studi dengan mencakup lebih dari satu lokasi dan mempertimbangkan variabel tambahan seperti promosi, dan pengalaman belanja digital guna mendapatkan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen di sektor kuliner.

#### Daftar Pustaka

- Anggraini, N. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen PT Hawaii Holiday Hotel Pekanbaru. *Jurnal Inovasi Penelitian*. 1(9) : 1923-1930.
- Dimas Dwi Kurniawan, Euis Soliha. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada My Kopi O Semarang. *YUME : Journal of Management*, 5(1), 348 – 358.
- Dr. Meithiana Indrasari. (2019g). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. In Pemasaran (p. 32). Dr. Meithiana Indrasari.
- Fadhli, Khotim dkk, 2021, Pengaruh Pelayanan Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Cv. Afco Group Jombang, *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol 2 No 3: Agustus 2021 <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/735>.
- Indrasari, D. M. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan (1 ed.). unitomo press. Fandy Tjiptono, (Manajemen Jasa Edisi Pertama, Yogyakarta: Andi
- Indrasari, M., 2019. Pemasaran & Kepuasan Pelanggan, Pertama. ed. Unitomo Press, Surabaya. Offset, 2014), hlm 68
- Rahmandika, Y.F., Listyowati, P., dan Purwanto, H. (2020). Analisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen survei pada konsumen biro pariwisata kencana tour di simo boyolali. *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akutansi*, 8(1), 65–74
- Sanusi,Fauzi dkk, 2017, Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah, *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa (Jrbmt)*, Vol. 1 (2):hh.167-178(Nopember 2017) ISSN (Online)2599-0837, <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRBM/article/download/3152/2395>
- Setyono, H. (2019). "Kualitas Pelayanan sebagai Determinan Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi GrabBike di Yogyakarta". *Jurnal Fokus*, 9(2), 191-205.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian, Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syahfitri, M. N., & Kusnanto, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Loyal. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(2), 216–237. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i1.567>
- Syahfitri, M. N., & Kusnanto, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Loyal. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(2), 216–237. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i1.567>