

**PENGARUH *RELATIONSHIP* MARKETING DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
WARUNG KOPI GENDIS DI SURABAYA**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH:

GALIH AYU INDAH TRIANI

NIM. 20161221068

**PROGRAM STUDI S1-MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2023

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
WARUNG KOPI GENDIS DI SURABAYA**

**Diajukan guna memenuhi
salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen**



Oleh :

GALIH AYU INDAH TRIANI

NIM : 20161221068

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

2023

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Galih Ayu Indah Triani

NIM : 20161221068

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini, benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil plagiasi, baik Sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 18 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Galih Ayu Indah Triani

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
WARUNG KOPI GENDIS DI SURABAYA**

Diajukan Oleh :

GALIH AYU INDAH TRIANI

NIM : 20161221068

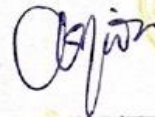
Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh :

Dosen Pembimbing,

Tandatangan

Tanggal

1. Asyidatur Rosmaniar, SE., M.Pd



21 Juli 2023

2. Nurullaili Mauliddah, S.Pd., M.SE



21 Juli 2023

Mengetahui,

Dekan,

**Ketua
Program Studi,**

Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., MM

Rina Mareasari, SM., M.SM.

PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

**PENGARUH *RELATIONSHIP* MARKETING DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
WARUNG KOPI GENDIS DI SURABAYA**

**Nama : GALIH AYU INDAH TRIANI
NIM : 20161221068**

**Program Studi : Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surabaya**

**Pada Hari/Tanggal : Senin / 24 Juli 2023
Pukul : 11.00 WIB sampai dengan 12.30 WIB**

Komisi Penguji terdiri dari

Ketua Penguji

Dr. Mohammad Anang Firmansyah, MM.

Anggota I



Asyidatur Rosmaniar, SE., M.Pd

Anggota II



Nurullaili Mauliddah, S.Pd., M.SE

Mengetahui,

Dekan,

Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., MM

**Ketua
Program Studi,**

Rina Maretasari, SM., M.SM.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT. Berkat rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kemudahan dan kesempatan kepada peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini. Dan tak lupa sholawat serta salam semoga tercurah limpahkan kepada junjungan kita yakni nabi besar Muhammad SAW. Penyusunan skripsi ini guna untuk melengkapi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Penulis menyadari terselesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis dengan kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada beberapa pihak:

1. Bapak Dr. dr. H. Sukadiono, M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Dr. Mochamad Mockhlas, S.Si., M.M selaku Dekan studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti program studi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Surabaya.
3. Rina Maretasari, SM, M.SM selaku Ketua Program studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti program studi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Surabaya.
4. Asyidatur Rosmaniar, SE., M.Pd., selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberi bimbingan dan arahan untuk pembuatan proposal skripsi ini.
5. Nurullaili Mauliddah, S.Pd., M.SE., selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberi bimbingan dan arahan untuk menyelesaikan skripsi ini kepada saya.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat, dan

seluruh staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.

7. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu memberikan do'a dan kasih sayang yang tulus, memberi modal baik berupa fisik maupun material serta semangat sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
8. Teman-teman angkatan 2016 temen kelas sahabat yang selalu memberi dukungan semangat sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang telah membantu menyelesaikan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat di harapkan. Namun merupakan harapan bagi penulis jika proposal skripsi ini dapat memberikan sumbangan pengetahuan dan menjadi suatu proposal skripsi yang bermanfaat.

Surabaya, Juli 2023

Penulis

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	iii
PERSETUJUAN UNTUK UJIAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori	9
1. Strategi Pemasaran.....	9
2. <i>Relationship Marketing</i>	10
a. Pengertian <i>Relationship Marketing</i>	10
b. Tujuan <i>Relationship Marketing</i>	12
c. Tugas <i>Relationship Marketing</i>	12
d. Indikator <i>Relationship Marketing</i>	13
3. <i>Word of mouth</i> (WOM).....	16
a. Pengertian <i>Word of mouth</i>	16
b. Manfaat <i>Word of mouth</i>	18
c. Indikator <i>Word of mouth</i>	19

4.	Loyalitas Pelanggan	19
a.	Pengertian Loyalitas	19
b.	Pengertian Loyalitas Pelanggan	20
c.	Tahapan Loyalitas	21
d.	Indikator Loyalitas Pelanggan	22
B.	Temuan Terdahulu	23
C.	Kerangka Konseptual dan Model Analisis	30
D.	Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN.....		34
A.	Pendekatan Penelitian	34
B.	Populasi dan Sampel.....	34
C.	Variabel Penelitian.....	35
D.	Definisi Operasional Variabel	38
E.	Metode Dan Pengumpulan Data	39
F.	Sumber Data	39
G.	Teknik Pengolahan Data.....	40
H.	Analisis Data.....	40
1.	Statistik Deskriptif	41
2.	Uji Instrumen	41
a.	Uji Validitas	41
b.	Uji Reliabilitas.....	42
3.	Uji Asumsi Klasik.....	42
a.	Uji Normalitas	42
b.	Uji Multikolinieritas	43
c.	Uji Heteroskedastisitas	44
4.	Uji Regresi Linear Berganda.....	45
a.	Uji Hipotesis.....	46
b.	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		48
A.	Kondisi Objektif Perusahaan	48

B. Deskripsi Data Hasil Penelitian	49
1. Karakteristik Responden	49
a. Jenis Kelamin Responden	50
b. Usia Responden	50
c. Pekerjaan Responden	51
d. Pendapatan Responden	52
2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	53
a. Gambaran <i>Relationship Marketing</i>	53
b. Gambaran <i>Word of Mouth</i>	55
c. Gambaran Loyalitas Pelanggan.....	57
C. Hasil Analisa.....	58
1. Uji Instrumen	58
a. Uji Validitas	58
b. Uji Reliabilitas.....	60
2. Uji Asumsi Klasik	60
a. Uji Normalitas	60
b. Uji Multikolinearitas	62
c. Uji Heteroskedastisitas	63
3. Analisis Regresi Linier Berganda	64
D. Pengujian Hipotesis	65
a. Uji Pengaruh Parsial (Uji t).....	65
b. Uji Simultan (Uji F)	67
E. Koefisien Determinasi (R^2).....	68
D. Pembahasan	69
1. Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	69
2. Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	69
3. <i>Relationship Marketing</i> dan <i>Word of Mouth</i> Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan	70
BAB V PENUTUP.....	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4.4 Kategori Rentang Skala Nilai	52
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	53
Tabel 4.6 Gambaran Relationship Marketing	54
Tabel 4.7 Gambaran <i>Word of Mouth</i>	55
Tabel 4.8 Gambaran Loyalitas Pelanggan	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	64
Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial (Uji t)	66
Tabel 4.15 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	67
Tabel 4.16 Koefisien Determinasi.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Fluktuasi Penjualan Tahun 2021-2022.....	2
Gambar 1.2 Fluktuasi Kunjungan Tahun 2021-2022.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	31
Gambar 2.2 Model Analisis	32
Gambar 4.1 Logo Warung Kopi Gendis	49
Gambar 4.2 Grafik PP Plot	62
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN KUESIONER	78
LAMPIRAN TABULASI DATA	83
LAMPIRAN DATA MENTAH	87
LAMPIRAN OLAH DATA	90
LAMPIRAN r Tabel.....	94
LAMPIRAN t Tabel.....	95
LAMPIRAN F Tabel.....	96
LAMPIRAN SURAT-SURAT.....	97
LAMPIRAN DOKUMENTASI.....	103

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmudin, & Ranto, D. W. (2023). Pengaruh Harga, Word of Mouth dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel di Yogyakarta. *Jurnal E-Bis*, 158-168. doi:<https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i1.1112>
- Ali, H. (2019). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Alma, B. (2015). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Vol. Cetakan Kesembelian). Bandung: Alfabeth.
- Amalika, N. (2019). Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan dalam Penggunaan e-filling bagi Wajib Pajak Pribadi. *Other thesis*. Retrieved from <http://repository.unika.ac.id/id/eprint/20244>
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Bandung: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Bandung: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Babin, B. (2015). Modelling Consumer Satisfaction and Word Of Mouth: Restaurant Patronage In Korea. *The Journal Of Service Marketing, Vol 19 No.3*, 133 – 139.
- Bulan, T. P., & Chandra, R. (2021). The Effect of Ewom, Digital Marketing, Customer Satisfaction on Customer Loyalty (Shopee Customer Survey in Pangkalan Brandan). *Jurnal Manajemen Motivasi 17*, 36-45. doi:<https://doi.org/10.29406/jmm.v17i1.3064>
- Chan, S. (2013). *Relationship Marketing: Inovasi Pemasaran yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut* (Vol. Cetakan Kedua). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Darsono, & Ashari. (2018). *Pedoman Praktis Memahami Laporan Keuangan*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Daryanto. (2018). *Penelitian Tindakan Kelas dan Penelitian Tindakan Sekolah*. Yogyakarta: Gava Media.
- Fatihudin. (2020). Metodologi Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi : Dari teori ke praktek. Sidoarjo: Zifatama Publishing. Retrieved from [http://repository.um-surabaya.ac.id/3364/1/4._METPEN_MERAH18BAB\(1\).pdf](http://repository.um-surabaya.ac.id/3364/1/4._METPEN_MERAH18BAB(1).pdf)

- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fatihudin, D., & Muhammad Anang, F. (2019). Product Packaging Analysis Using View Model On Consumer Purchasing Decision of Fruit Flavored Drinks Product in Surabaya. *SINERGI*, 9(1), 11-17.
- Firdaus, A. (2019). Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Melalui Word Of Mouth Pada Pengguna Layanan Kesehatan Klinik Pratama PKU Muhammadiyah Baturetno. *Skripsi*.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media.
- Firmansyah, M. A., & Fatihudin, D. (2017). *Globalisasi Pemasaran (Marketing Globalization)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, M. A., & Mahardhika, B. W. (2018). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, M. A., & Se, M. (2019). *Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran)*. Penerbit Qiara Media.
- Gabriella, I. S. (2017). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Bank Pembangunan Daerah Kalimantan Timur Kantor Cabang Sendawar Kutai Barat).
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2016). *Customer Loyalty: How To Learn It, How To Keep It*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Gujarati, D. (2019). *Ekonometrika Dasar*, . Jakarta: Erlangga.
- Hadi, R. S., & et al. (2016). Loyalitas Mahasiswa Universitas Islam Indonesia : Analisis Peran Mediasi. pp. 1–20.
- Hair, J. F., & et al. (2010). *Multivariate Data Analysis ((7th ed) ed.)*. Harlow England: Pearson Educational Limited.
- Hariato, M., Firmansyah, M. A., & Maretasari, R. (2018). Pengaruh Lingkungan kerja dan Kompensasi terhadap kinerja pada divisi laboratorium PT. WINGS SURYA. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 15(02).
- Hasan, A. (2019). *Marketing (Pemasaran)*. Yogyakarta: Media Utama.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga : Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Mardalis, A. (2005). Meraih Loyalitas Pelanggan. *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 111 – 119. Retrieved 03 15, 2023, from https://www.researchgate.net/publication/277853915_Meraih_Loyalitas_Pelanggan
- Maris, H. A. (2019). *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan di Kozi 1.0 Coffee Bandung*.
- Maris, H. A. (2019). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kozi 1.0 Coffee Bandung.
- Murhadi, W. R., & Reski, E. C. (2022). Pengaruh E-Service Quality, Kesadaran Merek, Kepercayaan, Word Of Mouth, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Tiktok Shop (Studi Pada Pelanggan Tiktok Shop). *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia, Volume 16*(Nomor 2), Halaman 229-240. doi:DOI: 10.32812/jibeka.v16i2.471; ISSN:0126-1258; ISSN-E:2620-875X
- Nisa', P. F., & Harti. (2022, 12 22). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Wom (Word Of Mouth) Melalui Kepuasan Konsumen Pada Jasa Bus Putra Mas Kelas Ekonomi. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1-17. Retrieved from <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/download/12047/11229/>
- Nur, L. Z., Prihartini, E., & Alviani, R. S. (2022). Pengaruh Customer Relationship Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Klinik Kecantikan dr. Amalia Di Sumedang). *Entrepreneur : Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan, Volume 3* (Nomor 1), Hal. 377-390. Retrieved from Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>
- Pratiwi, S. W., Suparwan, & Alfaridi, N. (2019). Pengaruh Integrated Marketing Dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan loyalitas pelanggan di Terminal Keberangkatan Bandar Udara Soekarno Hatta Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi dan Logistik (JMBTL)*, Vol. 5(No. 2), Hal. 207-212. Retrieved 06 20, 2023, from <http://library.itl.ac.id/jurnal>
- Rahayu, J. (2022). Pengaruh Trust, Brand Image Dan Wom Terhadap Loyalitas Pengguna Kartu AS Provider Telkomsel. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia, Vol. 08*(No. 01), Hal 12 - 22. Retrieved 06 20, 2023
- Ramadhani, M., Akhmad, I., & Sulistyandari. (2023). Pengaruh Word Of Mouth Dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen Di S3 Coffee & Cafe. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA, Vol.2*(No. 1), Hal. 1-12.

- Rani, N. (2019, 01 17). *5 Kiat Memulai Bisnis Coffee Shop bagi Pemula*. Retrieved 06 19, 2023, from 5 Kiat Memulai Bisnis Coffee Shop bagi Pemula: <https://moota.co/kiat-memulai-bisnis-coffee-shop-bagi-pemula/>
- Santoso, S. (2016). *Panduan Lengkap SPSS Versi 23*. Jakarta : Elekmedia Computindo.
- Saputra, & Ariningsih. (2014). Masa Depan Penerapan Strategi Relationship Marketing pada Industri Jasa Perbankan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis, Volume 10 No. 1*, Hal 1-15.
- Saputra, I. B., & Nurcahya, A. S. (2019). Pengaruh Relasi Konsumen Dan Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BPD Bali Cabang Badung.
- Sari, H. P. (2014, April). Pengaruh Elektronik Word Of Mouth dan Brand Image Terhadap Purchase Intention Pada Konsumen Smartphone Samsung Yang Berbasis Android. *Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 11, Nomor 2*.
- Semaranata, & Telagawathi. (2022). Pengaruh Relationship Marketing Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Simpati Di Kota Singaraja. *Bisma: Jurnal Manajemen, Vol. 8 (No. 1)*, Hal. 63-7.
- Siregar, S. (2015). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sivesan, S. (2012). Impact of Relationship Marketing on Customer Loyalty on Banking Sectors. *Journals of South Academic Research, Volume 2, Issue 3*, 179-191.
- Sufyandi, S., Firmansyah, M. A., & Rosmaniar, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Konsumen Serambi Dana Koperasi Di Surabaya. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal, 16(2)*, 178–185.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. W., & Endrayanto, P. (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Supomo, B., & Indriantoro, N. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BFEE UGM.

- Susanto, R. (2021). Keputusan Nasabah Ditinjau dari Kualitas Layanan dan Promosi Pada PT. Bank BPR Cincin Permata Andalas Cabang Padang. *Jurnal Pundi*, 245-246. doi:10.31575/jp.v5i2.361
- Sutisna, & Pawitra. (2017). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (Vol. Cetakan Ketiga). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F. (2019). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andy Offset.
- www.bps.go.id. (2023). Retrieved 06 26, 2023, from https://www.bps.go.id/istilah/index.html?Istilah_page=4
- Zuhriyah, D. A. (2019, 08 07). *Startup Kopi Menjamur, Persaingan Bisnis Kafe di Indonesia Memanas*. Retrieved 03 01, 2023, from <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190807/12/1133701/startup-kopi-menjamur-persaingan-bisnis-kafe-di-indonesia-memanas>