

SKRIPSI
PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN, KUALITAS
LAYANAN, DAN KUALITAS MAKANAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN RESTORAN HAIDILAO
DI MALL TAMAN ANGGREK DENGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN



DIAJUKAN OLEH :

NAMA : JESICA

NIM : 115180035

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA

2022

SKRIPSI
PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN, KUALITAS
LAYANAN, DAN KUALITAS MAKANAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN RESTORAN HAIDILAO
DI MALL TAMAN ANGGREK DENGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN



DIAJUKAN OLEH :

NAMA : JESICA

NIM : 115180035

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA

2022

SURAT PERNYATAAN



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Jesica
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115180035
Program Studi : S1 Manajemen
Alamat : Jl. Dr susilo 2A No.16, Grogol Petamburan, Jakarta
Barat
Telp. _____
HP. 083801217261

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 17 Januari 2022



Jesica

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : JESICA
NIM : **115180035**
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN,
KUALITAS LAYANAN, DAN KUALITAS
MAKANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN RESTORAN HAIDILAO DI
MALL TAMAN ANGGREK, JAKARTA
BARAT DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Jakarta, 13 Januari 2022
Pembimbing,



(Yenny Lego S.E., M.M)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Jesica
NIM : **115180035**
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN,
KUALITAS LAYANAN, DAN KUALITAS
MAKANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN RESTORAN HAIDILAO DI
MALL TAMAN ANGGREK DENGAN
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 25 Januari 2022 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas :

1. Ketua Penguji : Prof. Dr. Carunia Mulya Firdausy, A.P.U
2. Anggota Penguji : Yenny Lego S.E., M.M
Dra. Khairina Natsir, M.M

Jakarta, 4 Februari 2022

Pembimbing,



(Yenny Lego S.E., M.M)

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

- (A) JESICA
- (B) PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN, KUALITAS LAYANAN, DAN KUALITAS MAKANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN RESTORAN Haidilao di Mall Taman Anggrek, Jakarta Barat dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi
- (C) xv + 90 halaman, 25 tabel, 8 gambar, 11 lampiran
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengalaman pelanggan, kualitas layanan, dan kualitas makanan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dengan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Sebanyak 111 responden berhasil dikumpulkan melalui *online* kuisisioner. Sampel diambil menggunakan metode *non-probability sampling* dan *purposive sampling*. Dalam penelitian ini menggunakan PLS-SEM untuk menganalisis data, dengan bantuan program *SmartPLS 3.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan dan kualitas layanan berpengaruh signifikan dalam memprediksi kepuasan pelanggan, kualitas makanan tidak berpengaruh signifikan dalam memprediksi kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan dalam memprediksi loyalitas pelanggan, pengalaman pelanggan dan kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan dalam memprediksi loyalitas pelanggan, kualitas makanan berpengaruh signifikan dalam memprediksi loyalitas pelanggan, pengalaman pelanggan dan kualitas makanan tidak berpengaruh signifikan dalam memprediksi loyalitas pelanggan dengan melalui kepuasan pelanggan, kualitas layanan berpengaruh signifikan dalam memprediksi loyalitas pelanggan dengan melalui kepuasan pelanggan.
- (F) Daftar Pustaka (1985-2021)
- (G) Yenny Lego, S.E., M.M.

ABSTRACT

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA

- (A) JESICA
- (B) *THE EFFECT OF CUSTOMER EXPERIENCE, SERVICE QUALITY, AND FOOD QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY AT HAIDILAO RESTAURANT AT MALL TAMAN ANGGREK, JAKARTA BARAT WITH CUSTOMER SATISFACTION AS A MEDIATION VARIABLE*
- (C) xv + 90 pages, 25 tables, 8 pictures, 11 appendix
- (D) *MARKETING MANAGEMENT*
- (E) *This study aims to determine whether customer experience, service quality, and food quality can predict customer loyalty through customer satisfaction as a mediating variable. A total of 111 respondents were successfully collected through online questionnaires. Samples were taken using non-probability sampling and purposive sampling methods. In this study, PLS-SEM used to analyze the data, with the help of the SmartPLS 3.0 program. The results showed that customer experience and service quality had a significant effect on predicting customer satisfaction, food quality had no significant effect on predicting customer satisfaction, customer satisfaction had a significant effect on predicting customer loyalty, customer experience and service quality had no significant effect on predicting customer loyalty, food quality significant effect in predicting customer loyalty, customer experience and food quality has no significant effect in predicting customer loyalty through customer satisfaction, service quality has a significant effect in predicting customer loyalty through customer satisfaction.*
- (F) *Reference List (1985-2021)*
- (G) Yenny Lego, S.E., M.M.

HALAMAN MOTTO

The harder you tried, the luckier you'll be

-Lay Zhang-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya sederhana yang dikerjakan dengan penuh perjuangan ini, saya persembahkan untuk:

Diri saya sendiri,

Papa dan Mama yang tercinta,

Seluruh keluarga dan saudara saya,

Para sahabat dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan,

Seluruh dosen pengajar dan dosen pembimbing yang terhormat.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik guna memenuhi syarat akhir untuk meraih gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari adanya berbagai kesulitan yang harus dihadapi dan juga perjuangan untuk menyelesaikannya. Melalui panduan penyusunan skripsi, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah berjasa dan memberikan bantuannya guna menyelesaikan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Ibu Yenny Lego, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran di tengah kesibukan yang ada, serta sangat sabar dalam membimbing penulis dalam proses penyusunan skripsi dari awal hingga akhir.
2. Bapak Dr. Sawidiji Widoatmodjo, S.E, MM., MBA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Dr. Keni S.E, MM., Kepala Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah bersedia memberikan waktu dan pengarahan yang membantu dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak Franky Slamet, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen.
5. Segenap dosen dan staff pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah berjasa membimbing dan mendidik penulis selama perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
6. Kedua orang tua saya yaitu papa (Isman) dan mama (Mariyam) serta kedua adik saya yaitu Andrew dan Jennifer, yang selalu memberikan dukungan dan juga doa serta kasih sayang dari awal hingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Sahabat terdekat penulis di daerah yaitu Yana Sherly, Sofy, Suvi, Vita, Suneli dan Monita yang selalu ada untuk penulis.

8. Sahabat penulis yaitu Hania, Clara, Icha, Becca, Yoha, Dio, Vario dan Victor yang selalu memotivasi, menemani, menghibur dan meluangkan waktunya kapanpun penulis membutuhkan.
9. Teman-teman terdekat penulis selama masa perkuliahan yaitu Meiliajapiana, Feby, Romeyna, Vincy, Vanessa Ellen, Kelly, Viny, Lusi, Vellisa, Falen, Nessa, Caca, Felisia, Zefa, Ekha, Vero, Rachel, Atalia, Grecia, Julia, Icil, Ardi, Steven Lou, Evan, Richie, Yoka, Jojo, Joen, Stepanus, Agus dan masih banyak lagi.
10. Keluarga Donut's. dan seluruh teman-teman penulis di Dharmmayana.
11. Temen kosan penulis yaitu Erick, Josellin, dan Hendri.
12. Teman-teman satu bimbingan penulis yaitu Andrean, Charles, Elza, dan Sherin.
13. Ko Nicholas Wilson yang sudah banyak membantu dan memberikan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Temen ngerjain skripsi bareng yaitu Shella, Jonathan, dan Yoseph.
15. Mantan penulis Anton Sugianto yang selalu menemani dan memberikan semangat kepada penulis.
16. Gebetan dan teman-teman penulis lainnya yang selalu memberikan semangat dan menghibur penulis.
17. Seluruh pihak atau teman-teman yang telah membantu dalam pengisian kuisisioner yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tentunya masih jauh dari kata sempurna karena masih memiliki banyak kekurangan, mengingat kemampuan penulis yang terbatas. Akhir kata, penulis bersedia menerima kritik dan saran, serta penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pembaca.

Jakarta, 13 Januari 2022

Jesica

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Permasalahan.....	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Identifikasi Masalah.....	4
3. Batasan Masalah.....	5
4. Rumusan Masalah.....	5
B. Tujuan dan Manfaat.....	6
1. Tujuan.....	6
2. Manfaat.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
A. Gambaran Umum Teori.....	9
B. Definisi Konseptual Variabel.....	11
C. Kaitan Antar Variabel.....	14
D. Penelitian yang Relevan.....	17
E. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	25

A. Desain Penelitian.....	25
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel.....	26
C. Operasional Variabel dan Instrumen.....	27
D. Analisis Validitas dan Reliabilitas.....	31
E. Model Pengujian Indikator Formatif.....	36
F. Analisis Data.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
A. Deskripsi Subjek Penelitian.....	41
B. Deskripsi Objek Penelitian.....	44
C. Hasil Analisis Data.....	50
D. Pembahasan.....	59
BAB V PENUTUP.....	67
A. KESIMPULAN.....	67
B. KETERBATASAN DAN SARAN.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN.....	74
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	89
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN.....	90

DAFTAR PUSTAKA

- Alloza, A. (2008). Brand Engagement and Brand Experience at BBVA, the transformation of a 150 years old company. *Corporate Reputation Review*, 11(4), 371-379. <https://doi.org/10.1057/crr.2008.31>.
- Erkmen, E., & Hancer, M. (2019). Building brand relationship for restaurants. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(3), 1469-1487. <https://doi.org/10.1108/ijchm-08-2017-0516>.
- Gronroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44. <https://doi.org/10.1108/eum0000000004784>.
- Haidilao. (2011, October 21). Wikipedia, the free encyclopedia. <https://en.wikipedia.org/wiki/Haidilao>.
- Hair, J., Hult, G. T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.
- Hanaysha, J. (2016). Testing the effects of food quality, price fairness, and physical environment on customer satisfaction in fast food restaurant industry. *Journal of Asian Business Strategy*, 6(2), 31-40. <https://doi.org/10.18488/journal.1006/2016.6.2/1006.2.31.40>.
- Hariyanto, K. (2017). Analisa pengaruh service quality, food quality dan perceived value terhadap customer loyalty konsumen restaurant boncafe manyar kertoarjo surabaya dengan customer satisfaction sebagai variable intervening. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*.
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. (2003). Customer repurchase intention. *European Journal of Marketing*, 37(12), 1762-1800. <https://doi.org/10.1108/03090560310495456>.
- Hendra, T. (2017). Pengaruh nilai, kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan terhadap kepuasan Dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(2). <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i2.1694>.
- Homburg, C., & Giering, A. (2001). Personal characteristics as moderators of the relationship between customer satisfaction and loyalty?an empirical analysis. *Psychology and Marketing*, 18 (1), 43-66.
- Hot pot. (2005, January 10). Wikipedia, the free encyclopedia. https://en.wikipedia.org/wiki/Hot_pot.

- Hur, W., Park, J., & Kim, M. (2010). The role of commitment on the customer benefits–loyalty relationship in mobile service industry. *The Service Industries Journal*, 30(14), 2293-2309. <https://doi.org/10.1080/02642060802629877>.
- Ing, P. G., Lin, N., Xu, M., & Thurasamy, R. (2019). Customer loyalty in Sabah full service restaurant. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32(7), 1407-1429. <https://doi.org/10.1108/apjml-07-2019-0437>.
- Pour, M., Rafiei, K., Khani, M., & Sabrirazm, A. (2021). Gamification and customer experience: The mediating role of brand engagement in online grocery retailing. *Nankai Business Review International*, 12(3), 340-357. <https://doi.org/10.1108/nbri-07-2020-0041>.
- Hoare, R., & Butcher, K. (2008). Do Chinese cultural values affect customer satisfaction/loyalty? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20(2), 156-171. <https://doi.org/10.1108/09596110810852140>.
- Juliana, J., & Keni, K. (2020). Prediksi Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan: Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(1), 110. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i1.7451>.
- Keni, K., & Sandra, K. K. (2021). Prediksi customer experience dan service quality terhadap customer loyalty: Customer satisfaction sebagai variabel mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 191. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i1.11196>.
- Kompas Cyber Media. (2021, August 11). *Sektor Kuliner Penyumbang Terbesar PDB Ekonomi Kreatif Indonesia*. <https://www.kompas.com/food/read/2021/08/11/210300375/ sektor-kuliner-penyumbang-terbesar-pdb-ekonomi-kreatif-indonesia?page=all>.
- Listiono, F. I., & Sugiarto, S. (2015). Pengaruh store atmosphere terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening di libreria eatery surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* 1(5), 1-9.
- Logahan, J. M., & Bernarto, I. (2016). The Effect Of Customer Experience Management To Customer Loyalty In Alfamart.
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing research: An applied orientation*. New Jersey Prentice Hall International Edition.

- Meyer, C., dan Andre S. (2007). Understanding Customer Experience. *Harvard Business Review*.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty?. *Journal of Marketing*, 63(33). <https://doi.org/10.2307/1252099>.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41. <https://doi.org/10.2307/1251430>.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., and Berry, L.L. (1988). SERVQUAL-a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of Service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Peri, C. (2006). The universe of food quality. *Food Quality and Preference*, 17(1-2), 3-8. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2005.03.002>.
- Sajadi, R., & Rizzuto, D. (2013). The antecedents of consumer satisfaction and loyalty in fast food industry. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 30(7), 780-798. <https://doi.org/10.1108/ijqrm-may-2012-0069>.
- Kumar S., & Bhatnagar, S. K. (2017). Effect of food and service quality on customer satisfaction a study of 3 star hotels in Punjab region. *International Journal of Sales & Marketing Management Research and Development*, 7(4), 35-48. <https://doi.org/10.24247/ijssmrdaug20175>.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons.
- Shaw, C., & Ivens, J. (2002). Building great customer experiences. <https://doi.org/10.1057/9780230554719>.
- Slack, N., Singh, G., & Sharma, S. (2020). The effect of supermarket service quality dimensions and customer satisfaction on customer loyalty and disloyalty dimensions. *International Journal of Quality and Service Sciences*. 12(3), 297-318. <https://doi.org/10.1108/ijqss-10-2019-0114>.
- Suhartanto, D., Helmi Ali, M., Tan, K. H., Sjahroeddin, F., & Kusdibyoy, L. (2018). Loyalty toward online food delivery service: The role of E-Service quality and food quality. *Journal of Foodservice Business Research*, 22(1), 81-97. <https://doi.org/10.1080/15378020.2018.1546076>.

- Thakur, R. (2016). Understanding customer engagement and loyalty: A case of mobile devices for shopping. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 32, 151-163. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.06.004>.
- Wereda, W., & Grzybowska, M. (2016). Customer Experience – Does It Matter? *Modern Management Review*. <https://doi.org/10.7862/Rz.2016.Mmr.35>.
- Gao, Z., & Schroeder, C. (2007). Effect of additional quality attributes on consumer willingness-to-pay for food labels. *American Journal of Agricultural Economics*.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Jesica
Tempat, Tanggal Lahir : Tanjung Pinang, 16 Agustus 1999
Alamat : Jl. Dr.Susilo 2A No.16
Jenis Kelamin : Wanita
Agama : Buddha
Kewarganegaraan : Indonesia
Telepon : 0838-0121-7261
Email : jj3060895@gmail.com

PENDIDIKAN FORMAL

2018 – Sekarang : S1 Manajemen, Universitas Tarumanagara
2015 – 2018 : SMA Negeri 1, Bintan Utara
2012 – 2015 : SMP Negeri 11, Bintan Utara
2005 – 2012 : SD 002, Bintan Utara

HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN

1/18/22, 6:10 PM

Turnitin

Turnitin Originality Report

Processed on: 18-Jan-2022 18:03 WIB

ID: 1743461000

Word Count: 13724

Submitted: 1


(Lerbin R. Aritonang R.)
Manajemen Litbang FE UNTAR

Similarity Index

12%

Similarity by Source

Internet Sources:	12%
Publications:	10%
Student Papers:	N/A

PENGARUH PENGALAMAN
PELANGGAN, KUALITAS
LAYANAN, DAN KUALITAS

MAKANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN RESTORAN

HADILAO DI MALL TAMAN
ANGGREK, JAKARTA BARAT

1% match (Internet from 17-Jan-2022)

DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL MED By Sm
Jesica Jesica

https://repository.usd.ac.id/40950/2/172214120_full.pdf

1% match (Internet from 12-Oct-2020)

http://repository.usd.ac.id/36840/2/162114106_full.pdf

1% match (Internet from 04-Jan-2021)

<http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/15024/BAB%20II.pdf?se=>

1% match ()

[Hendra, Timotius. "PENGARUH NILAI, KUALITAS PELAYANAN, PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN", 'Universitas Merdeka Malang'. 2017](#)

1% match (Internet from 17-Jan-2021)

<https://media.neliti.com/media/publications/133801-ID-analisa-pengaruh-service-quality-food-qu.pdf>