



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 5 Tahun 2024 Page 8213-8223

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Harga, Lingkungan Fisik Pasar, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Pasar Induk Lau Cih Medan Tuntungan

Dat Ita Jilensiulina^{1✉}, Syafrida Hafni Sahir²

Universitas Medan Area

Email: datitajilen@gmail.com^{1✉}

Abstract

This study was conducted to determine the influence of price variables, market physical environment and location on customer loyalty in the Induk Lau Cih Medan Tuntungan market. This study used an associative method analyzed with SPSS version 26. Sampling with non-probability sampling method with purposive sampling approach as many as 90 respondents. Based on the results of the study, it was obtained that the price variable had a partial and significant effect on customer loyalty in the Induk Lau Cih Medan Tuntungan market, this was obtained from the results of the $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,187 > 1.987$) with a Sig. value of $0.00 < 0.05$. The variable of the physical environment of the market has a partial but not significant effect on customer loyalty in the Induk Lau Cih Medan Tuntungan market because the $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,418 > 1.987$) with a Sig. value of $0.018 > 0.05$. The Location variable has a partial and significant effect on customer loyalty in the Induk Lau Cih Medan Tuntungan market because the $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,070 > 1.987$) with a Sig. value of $0.003 < 0.05$. For the results of the F test, it is known that the variables of price, physical environment, market and location together have a significant effect on customer loyalty because the value of $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($47,462 > 2.71$) with a value of Sig. ($0.000 < 0.05$).

Keywords: *Price, Market Physical Environment, Location, Customer Loyalty*

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari variabel harga, lingkungan fisik pasar dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan di pasar Induk Lau Cih Medan Tuntungan. Penelitian ini menggunakan metode asosiatif yang dianalisis dengan SPSS versi 26. Pengambilan sampel dengan metode non probability sampling dengan pendekatan purposive sampling sebanyak 90 responden. Berdasarkan hasil penelitian maka diperoleh bahwa variabel harga berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di pasar Induk Lau Cih Medan Tuntungan, hal ini diperoleh dari hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.187 > 1,987$) dengan nilai Sig. yaitu $0,00 < 0,05$. Variabel lingkungan fisik pasar berpengaruh secara parsial tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan di pasar Induk Lau Cih Medan Tuntungan karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.418 > 1,987$) dengan nilai Sig. yaitu $0,018 > 0,05$. Variabel Lokasi berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di pasar Induk Lau Cih Medan Tuntungan karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.070 > 1,987$) dengan nilai Sig. yaitu $0,003 < 0,05$. Untuk hasil uji F diketahui bahwa variabel harga, lingkungan fisik pasar dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($47.462 > 2,71$) dengan nilai Sig. ($0,000 < 0,05$).

Kata Kunci : *Harga, Lingkungan Fisik Pasar, Lokasi, Loyalitas Pelanggan*

PENDAHULUAN

Dari zaman dahulu pasar tradisional merupakan sektor perekonomian yang penting bagi mayoritas penduduk di Indonesia, yang mana sebagian besar berprofesi sebagai petani dengan kekayaan agraris yang melimpah (Ayun et al., 2020). Pasar tradisional adalah tempat terbuka untuk transaksi jual beli secara langsung dengan proses tawar menawar, dan memiliki peranan penting bagi mayoritas penduduk dalam kegiatan perekonomian di Indonesia (Assa Aprillia et al., 2022). Pasar Induk Lau Cih Medan Tuntungan merupakan salah satu pasar tradisional terbesar yang ada di kota Medan, dengan transaksi yang lebih dominan untuk sayur, buah dan rempah dengan area yang luas (Tania depari, 2018). Namun beberapa bulan terakhir ini menunjukkan bahwa pengunjung pasar Induk Lau Cih Medan Tuntungan mengalami penurunan dan perubahan yang tidak stabil, hal tersebut terjadi karena beberapa faktor.

Untuk mempertahankan pelanggan, maka harus diperhatikan kepentingan jangka panjang berupa loyalitas pelanggan. Sebab hal itu diperlukan untuk mempertahankan pangsa pasar dan persaingan dalam bisnis. Dengan loyalitas yang tinggi dapat mempertahankan eksistensi pasar pada kalangan pelanggan. Harga produk di pasar Induk Lau Cih Medan Tuntungan tergolong lebih murah dibandingkan dengan pasar tradisional lain di sekitarnya.

Lingkungan fisik pasar meliputi tempat berjualan baik kios ataupun stand yang kondisinya lebih banyak yang kosong daripada yang berisi ditempati pedagang. Lokasi yang kurang strategis karena terletak di pinggir kota dan kurangnya transportasi umum menuju pasar tersebut.

METODE PENELITIAN

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif yang bermaksud untuk mengetahui adanya hubungan antara dua variabel atau lebih dalam sebuah penelitian ataupun hubungan antara variabel bebas (independent) dengan variabel terikat (dependent) (V, Wiratna 2018). Pada penelitian ini teknik sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*, sehingga dalam penentuan responden terdapat kriteria tertentu yang harus terpenuhi. Untuk Ukuran sampel ditentukan dengan rumus Hair. Sehingga baiknya sampel minimal sebesar 5-10 dikali variabel yang menjadi indikator atau yang dianalisa. Sehingga berdasarkan hal tersebut indikator dari penelitian ini berjumlah 18, maka hasil perhitungan sampelnya yaitu $5 \times 18 = 90$ responden.

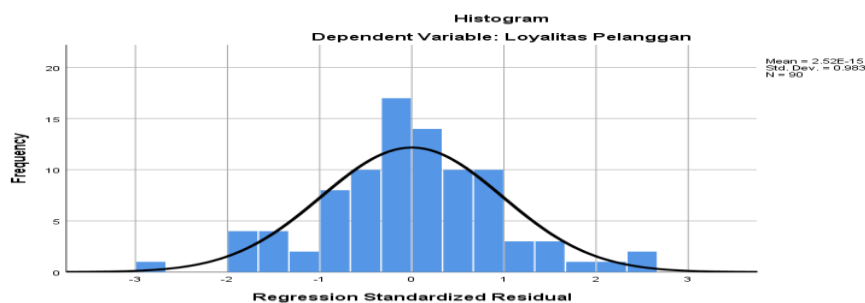
Untuk teknik analisa data dilakukan dengan tahap sebagai berikut : Uji Asumsi Klasik yang terdiri Uji Normalitas data, Uji Multikolinearitas dan Uji Heteroskedastisitas; Analisis Regresi Linear Berganda, dan Hipotesis yang terdiri Uji Parsial (Uji t), Uji Signifikansi Simultan (Uji F) dan Uji Determinan (R^2)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

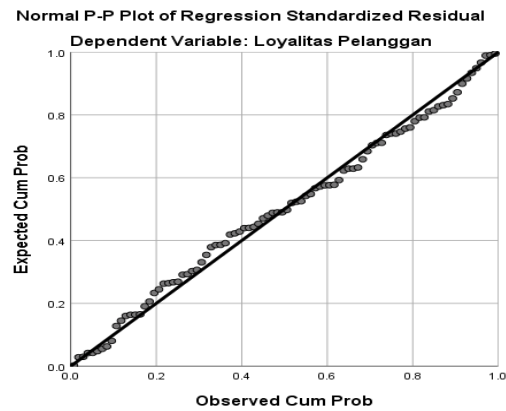
1. Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data



Gambar 2 Hasil Uji Normalitas Metode Grafik Histogram

Melalui gambar 2 menunjukkan bahwa garis yang terdapat pada model regresi tersebut membentuk garis melengkung atau menyerupai bentuk lonceng, sehingga dapat disimpulkan data pada penelitian ini berdistribusi secara normal dan memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 3 Hasil Uji Normalitas Metode Grafik P-Plot

Melalui gambar 3 menunjukkan bahwa titik-titik pada model regresi telah menyebar dan terletak tidak jauh di sekitar garis diagonal atau mengikuti diagonal grafik P-Plot, sehingga dapat disimpulkan data yang digunakan berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

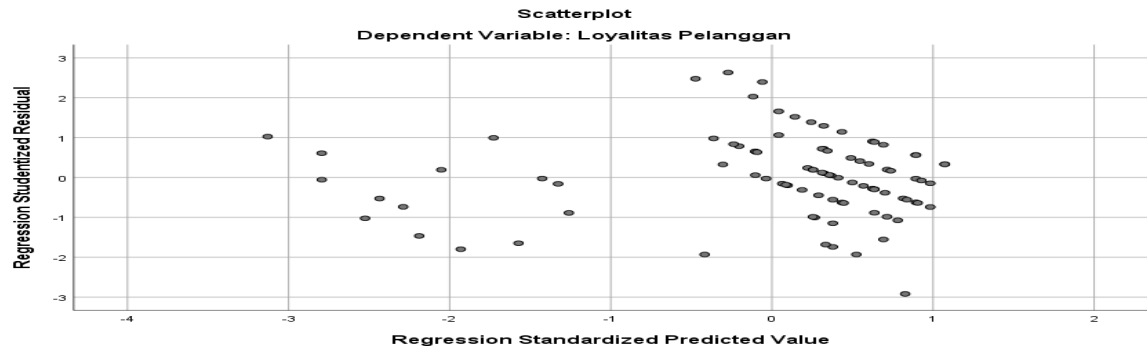
b. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas menurut Herrin & Mashariono, (2019) yaitu untuk mengukur atau menguji adanya ditemukan korelasi antar variabel bebas (independen). Tabel 1 di bawah menunjukkan bahwa variabel harga, lingkungan fisik pasar dan lokasi mempunyai nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10. Dengan demikian dapat disimpulkan pada model regresi tersebut tidak terjadi gejala multikolinearitas yang berarti bahwa tidak ada terjadi korelasi antara variabel independen.

Tabel 1 Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a	
		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Harga	.466	2.148
	Lingkungan Fisik Pasar	.563	1.776
	Lokasi	.512	1.953

c. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4 uji Heteroskedastisitas dengan grafik scatterplot

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas grafik *scatterplot* terlihat tidak ditemukan gelombang atau pola yang jelas dari titik-titik yang menyebar tidak teratur. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tersebut tidak terdapat gejala heteroskedastisitas

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 2 Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized		Standardized		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	2.980	2.713		1.098	.275
Harga	.363	.087	.406	4.187	.000
Lingkungan Fisik Pasar	.194	.080	.213	2.418	.018
Lokasi	.218	.071	.248	3.070	.003

Pada penelitian ini diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 2.980 + 0,363 X_1 + 0.194 X_2 + 0.218 X_3$$

Berdasarkan persamaan pada tabel 3 maka dapat dijabarkan sebagai berikut :

- Nilai (konstanta) sebesar 2.980 artinya jika Harga (X_1), Lingkungan Fisik Pasar (X_2) dan Lokasi (X_3) = 0 maka Loyalitas Pelanggan = 2.980.
- Koefisien variabel harga bernilai 0,363 yang berarti jika harga (X_1) meningkat satu persen dengan asumsi variabel lain tetap, maka akan menyebabkan nilai loyalitas pelanggan (Y) meningkat sebesar 36,3%.

- c. Koefisien variabel lingkungan fisik pasar bernilai 0,194 yang berarti jika lingkungan fisik pasar (X_2) meningkat satu persen dengan asumsi variabel lain tetap, maka akan menyebabkan nilai loyalitas pelanggan (Y) meningkat sebesar 19,4%.
- d. Koefisien variabel lokasi bernilai 0,218 yang berarti jika lokasi (X_3) meningkat satu persen dengan asumsi variabel lain tetap, maka akan menyebabkan nilai loyalitas pelanggan (Y) meningkat sebesar 21,8%.

3. Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Tabel 3 Hasil Uji t (Parsial)

	Coefficients ^a				Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	2.980	2.713		1.098	.275
Harga	.363	.087	.406	4.187	.000
Lingkungan Fisik Pasar	.194	.080	.213	2.418	.018
Lokasi	.218	.071	.284	3.070	.003

Berdasarkan hasil uji pada tabel 3 dijabarkan sebagai berikut :

- a. Harga berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di pasar Induk Tuntungan Medan karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.187 > 1,987$) dan nilai Sig. $< 0,05$ yaitu $0,00 < 0,05$ sehingga hipotesis H_1 diterima.
- b. Lingkungan fisik pasar berpengaruh secara parsial tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan di pasar Induk Tuntungan Medan karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.418 > 1,987$) dan nilai Sig. $> 0,05$ yaitu $0,018 > 0,05$ sehingga hipotesis H_2 diterima.
- c. Lokasi berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di pasar Induk Tuntungan Medan karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.070 > 1,987$) dan nilai Sig. $< 0,05$ yaitu $0,003 < 0,05$ sehingga hipotesis H_3 diterima.
- b. Uji Simultan (Uji F)

Berdasarkan tabel 4 diketahui bahwa variabel harga, lingkungan fisik pasar dan lokasi secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di pasar Induk Lau Cih Medan Tuntungan karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($47.462 > 2,71$) dan nilai Sig. $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$), sehingga berdasarkan hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_4 diterima.

Tabel 4 Hasil Uji F (Simultan)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Squares	F	Sig.
1	Regression	414.999	3	138.333	47.462	.000 ^b
	Residual	250.657	86	2.915		
	Total	665.656	89			

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.790 ^a	.623	.610	1.707

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) pada tabel 5 terlihat bahwa Adjusted R Square adalah 0,610 yang berarti bahwa 61,0% loyalitas pelanggan di pasar Induk Lau Cih Medan Tuntungan dapat dijelaskan oleh variabel harga, lingkungan fisik pasar dan lokasi. Sementara sisanya sebesar 39 % dijelaskan dan dipengaruhi oleh faktor dan variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Di Pasar Induk Lau Cih Medan Tuntungan

Berdasarkan pada hasil uji secara parsial (uji t) dinyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di pasar Induk Lau Cih Medan Tuntungan. Hal ini dapat dilihat pada hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.187 > 1,987$) dan nilai Sig. $< 0,05$ yaitu $0,00 < 0,05$. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian dari Utama, (2017). Hal ini berarti bahwa semakin baik penilaian pelanggan terhadap harga maka semakin tinggi juga loyalitas pelanggan. Penetapan harga yang murah dan terjangkau pada produk di pasar Induk Lau Cih Medan Tuntungan menjadi ciri khas bagi pasar tersebut dan menjadi daya tarik bagi pelanggan. Semakin mampu pedagang menciptakan kestabilan harga yang murah dan terjangkau, maka akan menciptakan loyalitas pelanggan yang semakin baik. Dimana hal ini berarti bahwa semakin baik penilaian pelanggan terhadap aspek harga maka semakin tinggi juga loyalitas pelanggan. Hasil penelitian dari (Ridha Maisaroh & Maulida Nurhidayati, 2021) menambahkan bahwa sebaiknya penetapan harga hendaknya sesuai dengan kualitas produk agar pelanggan tidak beralih dan tetap loyal, dan mengupayakan agar harga tetap kompetitif.

2. Pengaruh Lingkungan Fisik Pasar terhadap Loyalitas Pelanggan Di Pasar Induk Lau Cih Medan Tuntungan

Berdasarkan hasil uji secara parsial (uji t) dinyatakan bahwa lingkungan fisik pasar

berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan di pasar Induk Lau Cih Medan Tuntungan, hal tersebut dapat dilihat dari hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.418 > 1,987$) dan nilai Sig. $> 0,05$ yaitu $0,018 > 0,05$. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian dari Ludji Jublina et al., (2021). Pelanggan memaklumi citra yang ada pada pasar Induk Lau Cih Medan Tuntungan, sehingga tetap melanjutkan loyalitas pelanggan tanpa memberatkan aspek lingkungan fisik pasar. Dari pemakluman tersebutlah menghasilkan pengaruh yang tidak signifikan. Karena umumnya lingkungan fisik pasar pada pasar tradisional tergolong kurang terjaga dan kurang tertata rapi. Pada Ali et al., 2016 dalam Hermanto, (2019) menyatakan bahwa lingkungan fisik pasar yang baik mengundang pelanggan melakukan pembelian yang dapat menumbuhkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Tidak selalu lingkungan fisik pasar menjadi pertimbangan para pelanggan dalam melakukan pembelian, sehingga keadaan tertentu tersebut menjadi ciri khas dari pasar tradisional dibandingkan dengan tempat lain. Selama keadaan dari lingkungan fisik pasar tersebut tidak merugikan pihak pelanggan, maka mereka akan terus melanjutkan loyalitas mereka. Di pasar Induk Lau Cih Medan Tuntungan banyak aspek dari lingkungan fisik pasar yang perlu dibenahi agar semakin meningkatkan loyalitas pelanggan.

3. Pengaruh Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Di Pasar Induk Lau Cih Medan Tuntungan

Berdasarkan hasil uji secara parsial (uji t) dinyatakan bahwa lokasi berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di pasar Induk Lau Cih Medan Tuntungan. Hal ini dapat dilihat dari hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.070 > 1,987$) dan nilai Sig. $< 0,05$ yaitu $0,003 < 0,05$. Hasil tersebut selaras dengan penelitian dari Herrin & Mashariono, (2019). Jika semakin baik penilaian aspek lokasi usaha maka akan menguntungkan pengusaha ataupun pelanggan, disertai kondisi lalu lintas yang mendukung lokasi tersebut. Semakin mudah lokasi tersebut untuk dicapai, maka memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembelian berulang secara terus menerus yang akan menumbuhkan loyalitas pelanggan. Pendapat dari Hendra et al., (2021) menyatakan bahwa lokasi berhubungan dengan aktivitas perusahaan dalam menyediakan produk yang dibutuhkan oleh pangsa pasar dengan efisien dan transportasi yang mendukung untuk menjangkau lokasi tersebut. Hasil penelitian dari (Adam Anggela et al., 2020), juga menyatakan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, jika semakin mudah lokasi pasar dijangkau maka hal ini akan menumbuhkan loyalitas pelanggan secara perlahan. Di pasar Induk Lau Cih Medan Tuntungan setiap pelanggan tergolong memiliki kendaraan pribadi karena melakukan pembelian dengan skala besar. Jalan alternatif menuju pasar Induk Lau Cih Medan Tuntungan juga terdapat beberapa opsi sehingga walaupun ada beberapa

kendala di aspek lokasi, hal tersebut tidak mengurangi niat pelanggan untuk tetap loyal.

4. Pengaruh Harga, Lingkungan Fisik Pasar dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan di Pasar Induk Lau Cih Medan Tuntungan

Berdasarkan hasil uji f diketahui bahwa variabel harga, lingkungan fisik pasar dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di pasar Induk Tuntungan Medan, hal ini terlihat dari hasil nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($47.462 > 2,71$) dan nilai Sig. $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Melalui hal tersebut maka aspek harga, lingkungan fisik pasar dan lokasi harus benar-benar diperhatikan dan dibenahi karena mempengaruhi loyalitas pelanggan di pasar Induk Lau Cih Medan Tuntungan. Variabel harga, lingkungan fisik pasar dan lokasi memiliki peran yang penting dalam membentuk loyalitas pelanggan di pasar Induk Lau Cih Medan Tuntungan. Jika semakin baik penilaian terhadap harga, lingkungan fisik pasar dan lokasi maka semakin tinggi loyalitas yang terjadi pada pelanggan.

SIMPULAN

Berdasarkan pengujian statistik yang dilakukan berikut beberapa kesimpulan yang ditarik penulis untuk dipahami :

1. Variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di pasar Induk Lau Cih Medan Tuntungan.
2. Variabel lingkungan fisik pasar secara parsial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan di pasar Induk Lau Cih Medan Tuntungan.
3. Variabel lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di pasar Induk Lau Cih Medan Tuntungan.
4. Variabel harga, lingkungan fisik pasar dan lokasi secara simultan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di pasar Induk Lau Cih Medan Tuntungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam Anggela , Raming R. Precylia, T. D. P. (2020). Pengaruh Dimensi Citra Pasar Tradisional Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pasar Beriman Tomohon. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 7 (2).
- Adhari, L. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust* (Media Tim Qiara (Ed.); 1st Ed.). Cv. Qiara Media.
- Assa Aprillia, Sambiran Sarah, W. W. (2022). Peran Pemerintah Daerah Dalam Pengelolaan Pasar Tradisional Di Kecamatan Langowan Timur Kabupaten Minahasa. *Jurnal Governance*, 7(1), 1–8.
- Ayun, Q., Kurniawan, S., & Saputro, W. A. (2020). Perkembangan Konversi Lahan Pertanian Di Bagian Negara Agraris. *Vigor: Jurnal Ilmu Pertanian Tropika Dan Subtropika*, 5(2), 38–44. <https://doi.org/10.31002/Vigor.V5i2.3040>
- Hendra, P., Sumarsih, Sri, H., Dewi, S., Muhammad, H., Aditya, W., Astil, H. R., Nur, L. I. P., Lingiani, Hariyanto, R. D. D., Sri, M., & Endang, G. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep Dan Strategi Pada Era Digital)* (Hartini (Ed.)). Cv. Media Sains Indonesia.
- Hermanto. (2019). *Faktor Pelayanan, Kepuasan, Dan Loyalitas Pelanggan* (W. Dhiky & D. Bichiz (Eds.); 1st Ed.). Cv. Jakad Publishing Surabaya. https://www.researchgate.net/publication/342656731_Faktor_Pelayanan_Kepuasan_Dan_Loyalitas_Pelanggan
- Herrin, N. N. P., & Mashariono. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Apotek Nindya Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(8), 1–16.
- Ludji Jublina, S., Bano, M., & Nampa Wayan, I. (2021). Pengaruh Citra Pasar Tradisional Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Di Pasar Oesapa Kota Kupang). *Excellentia*, X(2), 167–177.
- Meithiana, I. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan* (P. Unitomo (Ed.); 1st Ed.). Unitomo Press. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Yonita, H. L. (2022). Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditunggal Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (Sem) - Partial Least. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah*

Ekonomi Dan Bisnis, 10, 391–402. <https://doi.org/10.37676/ekombis.V10is1.2018>

- Rahmad, H., Basri, M., & Sabri, H. (2019). Meningkatkan Motivasi Dan Loyalitas Pelanggan : Belajar Dari Unsur Spot Iklan Telkomsel. In Khaeruman (Ed.), *Suparyanto Dan Rosao (2015 (1st Ed.)*. Cv. Aa Rizky.
- Ridha Maisaroh, & Maulida Nurhidayati. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Toko Stars Madiun 2. *Niqosiya: Journal Of Economics And Business Research*, 1(2), 197–216. <https://doi.org/10.21154/Niqosiya.V1i2.282>
- Tania, D. (2018). Pasar Induk Lau Cih Medan, Pasar Terbesar Sayur Dan Buah Di Sumatera Utara. *Portal Berita Asarpua.Com*.
- Utama, M. A. Y. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Bengkel Mobil Toyota Setiajaya Parung. In *Uin Syarif Hidayatullah*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- V, W. S. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif* (Pustaka Baru Press & Paper Plane (Eds.)). Pustaka Baru Press.
- Widi, W., & Mulyadi. (2022). *Manajemen Pemasaran* (N. B. Retnani & A. Hasnah (Eds.); 1st Ed.). Cv. Pena Persada.