

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS YANG DIMEDIASI KEPUASAN KONSUMEN AHASS TAWANGSARI MOTOR LAWANG

Ika Agustin Wijayanti¹, Bambang Budiantono², Tuti Hastuti³

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen, Universitas Widyagama Malang, ikaagustin202@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen, Universitas Widyagama Malang, bang.tono@gmail.com

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen, Universitas Widyagama Malang, tutihastutifewwg@gmail.com

Presenting Author: ikaagustin202@gmail.com

*Corresponding Author: ikaagustin202@gmail.com

Abstrak

Artikel ini menjelaskan sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi kepuasan konsumen. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah explanatory dengan menggunakan cara Accidental Sampling. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen AHASS TAWANGSARI MOTOR Lawang sejumlah 130 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket. Alat analisis yang digunakan adalah analisis jalur atau path analysis dengan software smart partial least square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen apabila dimediasi oleh kepuasan konsumen.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen.

Abstract

This article explains the extent of the effect of quality of service on consumer loyalty mediated by consumer satisfaction. The research approach used is explanatory by using accidental sampling. The population in this study was all consumers of AHASS TAWANGSARI MOTOR Lawang as many as 130 respondents. The data collection technique used is. The analysis tool used is path analysis or path analysis with smart partial least square (PLS) software. The results showed that the quality of service has a positive effect on consumer satisfaction, the quality of service has a positive and significant effect on consumer loyalty, consumer satisfaction has a positive and significant effect on consumer loyalty, and the quality of service has a positive and significant effect on consumer loyalty when mediated by consumer satisfaction.

Keywords: *Quality of Service, Customer Satisfaction, Consumer Loyalty.*

PENDAHULUAN

Perkembangan industri otomotif di Indonesia telah mengalami peningkatan yang cukup tinggi. Masing-masing pelaku otomotif saling bersaing untuk dapat menguasai pasar. Pelaku usaha industri harus bisa menyesuaikan perkembangan. Hal ini dilakukan agar pelaku industri bisa bertahan dalam persaingan yang sangat ketat. Untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, maka setiap pelaku usaha diuntut untuk dapat memuaskan konsumennya. Dari persaingan yang ada, setiap perusahaan memiliki keunggulan-keunggulan yang berbeda dalam meraih apa yang direncanakan. Keunggulan tersebut membantu perusahaan dalam memberikan apa yang dibutuhkan bagi konsumen misalnya dengan memberikan jasa atau khususnya service untuk masyarakat yang memiliki sepeda motor. Kualitas pelayanan lah yang menjadi poin utama dalam jasa pelayanan service sepeda ini, jika pelayanan diberikan secara maksimal tentu saja akan mempengaruhi loyalitas seorang konsumen. Loyalitas sebagai komitmen yang dipegang kuat untuk membeli atau berlangganan lagi produk atau jasa tertentu dimasa depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan perubahan perilaku. (Kotler dan Keller 2007).

Kepuasan konsumen juga merupakan aspek yang patut dipertimbangkan, semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan puas. Sebuah perusahaan harus memiliki strategi-strategi dalam memasarkan produk atau layanan, agar konsumen dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler 2007).

AHAS Honda adalah merupakan khusus gerai pemeliharaan dan gerai suku cadang Honda. Kemunculan AHASS TAWANGSARI MOTOR merupakan salah satu pilihan konsumen dalam menggunakan jasa bengkel diantara pesaing. Dalam meningkatkan kualitas layanan, layanan yang diberikan berupa service pergantian spare part sesuai standart, dan juga pengecekan sepeda motor bila ada kerusakan lebih lanjut. Tidak hanya itu AHASS HONDA juga menyediakan pergantian oli dengan jasa service yang sangat cepat hanya 30 menit. Dan juga menyediakan garansi, tidak hanya garansi, untuk meningkatkan kepuasan konsumen juga memberikan pelayanan gratis untuk ojek online yaitu menyediakan service gratis dalam hal pengecekan dan juga dalam mengganti oli.

Permasalahan yang harus diperhatikan oleh AHAS yaitu semakin banyaknya pesaing yang membuka service sepeda motor. maka diperlukan strategi yang harus dilakukan agar dapat menarik perhatian konsumen. Faktor lain yang menjadi pertimbangan adalah kualitas layanan, Alasan ini yang membuat pelaku usaha khususnya dibidang bisnis memperkuat keunggulan kualitas layanan mereka. Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2004). Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2008).

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2011) mendefinisikan kualitas pelayanan jasa sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Lupioyadi (2014) mendefinisikan “kualitas adalah perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan konsumen, konsumen yang menentukan dan menilai sampai berapa jauh sifat dan karakteristik

teersebut memenuhi kebutuhannya.” Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu penyajian produk atau jasa yang bersifat karakteristik yang sesuai dengan perusahaan dan diupayakan dalam penyampaian produk atau jasa sama dengan yang diharapkan konsumen atau melebihi harapannya. Berdasarkan informasi pemilik AHASS TAWANGSARI MOTOR Lawang, ukuran Kualitas Pelayanan sebagai berikut yaitu sesuai dengan teori menurut Kotler (2007) ada lima Indikator kualitas pelayanan yaitu sesuai dengan teori menurut Kotler (2007) ada lima Indikator kualitas pelayanan yaitu *Reliability* (Keandalan/kemampuan mewujudkan janji); *Responsiveness* (ketanggapan dalam memberikan pelayanan); *Assurance* (keyakinan atau kemampuan memberikan jaminan pelayanan); *Empathy* (memahami keinginan konsumen); dan *Tangibles* (tampilan fisik pelayanan)

Kepuasan Konsumen

Secara umum kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi maka konsumen tidak puas, jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, konsumen akan puas. Penilaian konsumen atas kinerja produk tergantung pada banyaknya faktor, terutama jenis hubungan loyalitas yang dimiliki pelanggan. Perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan konsumen secara teratur, karena salah satu kunci untuk mempertahankan konsumen adalah kepuasan konsumen (Kotler, 2009). Tjiptono (2011) mengemukakan, bahwa Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan konsumen Menurut Tjiptono (2014) beberapa macam metode dalam pengukuran kepuasan konsumen, yakni Sistem keluhan dan saran; *Ghost / Mystery Shopping*; *Lost customer analysis*; dan Survei Kepuasan Pelanggan

Loyalitas Konsumen

Loyalitas atau kesetiaan merupakan komitmen yang dipegang kuat untuk membeli atau berlangganan lagi produk/jasa tertentu di masa depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan perubahan perilaku, (Kotler dan Keller 2007). Menurut (Tjiptono 2000) loyalitas konsumen adalah komitmen konsumen terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Menurut Griffin (2005) loyalitas konsumen dapat ditentukan berdasarkan perilaku pembelian :

- a. Melakukan pembelian secara teratur (make regular repeat purchases)
- b. Membeli diluar lini produk/ jasa (purchases across product and service line)
- c. Mereferensikan produk kepada orang lain (refers other)
- d. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produsen sejenis dari pesaing (demonstrates an immunity of the competition)

METODE PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini digunakan untuk menguji dan menjelaskan pengaruh secara langsung maupun tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan konsumen pada AHASS TAWANGSARI MOTOR.

Berdasarkan tujuan yang hendak dicapai, maka jenis penelitian yang digunakan eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sekaran (2011) penelitian explanatory adalah suatu penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan penjelasan mengenai hubungan atau sebab akibat diantara variabel yang ada melalui pengujian hipotesis. Pendekatan kuantitatif banyak menggunakan angka dan dimulai dari pengumpulan data, penafsiran data, serta menampilkan hasilnya.

Obyek adalah variabel yang diteliti, variabel-variabel tersebut terdiri dari kualitas Pelayanan, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan. Subyek penelitian analisis atas unit analisis dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa servis di AHASS TAWANG SARI MOTOR. Penelitian ini dilakukan di AHASS TAWANGSARI MOTOR, yang terletak di jalan Dr. Soetomo 61 Krajan Timur, Turirejo, Lawang, Malang, Jawa Timur 65213.

Metode yang digunakan adalah accidental sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (sugiyono 2010). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer. Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama, misalnya individu (Umar,2002). Data ini diperoleh dan dikumpulkan langsung di lapangan oleh peneliti dalam melakukan penelitian. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari jawaban responden melalui kuesioner. Untuk selanjutnya data diolah atau diproses mempergunakan alat analisis berbasis komputer, yakni melalui *software* PLS. Jumlah responden yang digukana dalam penelitian ini yaitu 130 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Pengujian instrument ini menggunakan model pengukuran outer model untuk menentukan hubungan antar variabel dengan menggunakan pengujian convergent validity, discriminant validity dan composite reliability.

convergent validity

diketahui bahwa beberapa dari nilai faktor loading dari Kualitas Pelayanan (X), Kepuasan Konsumen (Z) Dan Loyalitas Konsumen (Y) yaitu bernilai loading faktor diantara 0,60 – 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa indikator – indikator tersebut dapat dikatakan valid.

discriminant validity

diketahui bahwa semua indikator yang menyusun masing-masing variabel dalam penelitian ini (nilai yang dicetak tebal) beberapa telah memenuhi discriminant validity karena memiliki nilai cross loading terbesar untuk variabel yang dibentuknya dan tidak pada variabel lain. Dengan demikian semua indikator di tiap variabel dalam penelitian ini telah memenuhi discriminant validity.

composite reliability

nilai composite reliability maupun cronbach alpha untuk konstruk kualitas Pelayanan (X), kepuasan konsumen (Z), loyalitas konsumen (Y). Yaitu diatas 0,07 sehingga dapat disimpulkan bahwa konstruk memiliki reabilitas yang baik.

Path-Analysis

nilai R^2 untuk variabel kepuasan konsumen sebesar 0,091 . nilai R^2 tersebut menunjukkan bahwa 9,1% Kepuasan Konsumen dipengaruhi kualitas pelayanan. sedangkan sisanya 90,9 % dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar model. Selanjutnya, hasil R^2 dari variabel Loyalitas Konsumen sebesar 0,483 menunjukkan bahwa variabel Loyalitas Konsumen (Y) dipengaruhi oleh Kepuasan konsumen dan Kualitas Pelayanan sebesar 48,3%. Sedangkan sisanya 51.7 % dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar model ini. Lebih lanjut, nilai Q-Square sebesar 0,531 maka model penelitian pada penelitian ini dikategorikan pada model kuat. Artinya 53,1% variasi variabel endogen dapat diprediksi oleh varian variabel eksogen dan sisanya 46.9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam model penelitian ini.

Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil ini menunjukkan nilai koefisien jalur hubungan kualitas pePelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,301 dengan t-stastitik yaitu sebesar $2,465 > t\text{-tabel (1960)}$ dengan nilai probability sebesar $0,014 < 0,05$. Maka hipotesis 1 menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini menunjukkan nilai koefisien jalur hubungan variabel kualitas pePelayanan terhadap loyalitas konsumen sebesar 0,454 dengan t-stastitik yaitu sebesar $5,476 > t\text{-tabel (1960)}$ dengan nilai probability sebesar $0,000 < 0,05$. Maka hipotesis 2 menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hasil ini menunjukkan nilai koefisien jalur hubungan variabel kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen sebesar 0,407 dengan t-stastitik yaitu sebesar $4,647 > t\text{-tabel (1960)}$ dengan nilai probability sebesar $0,000 < 0,05$. Maka hipotesis 3 menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hasil pengujian hipotesis 4 menunjukkan bahwa hubungan variable kualitas Pelayanan dengan loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen menunjukkan nilai koefisien jalur tidak langsung sebesar 0,123 dengan nilai t-statistik sebesar 2,136. Nilai tersebut lebih besar dari t-tabel (1,960). Yaitu $2,136 \geq 1,960$ kemudian nilai p ($0,033 < 0,5$) maka keputusan adalah menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen apabila dimediasi kepuasan konsumen diterima

PEMBAHASAN

Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif atau signifikan terhadap kepuasan konsumen pada AHASS TAWANGSARI MOTOR Lawang. Hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan AHASS TAWANGSARI MOTOR Lawang sudah baik. Kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen AHASS TAWANGSARI MOTOR LAWANG berdasarkan kunjungan yang dilakukan menunjukkan adanya kepuasan. Hal tersebut misalnya dapat dilihat dari kualitas layanan yang diberikan yaitu service kendaraan diselesaikan dengan teliti yang menjadikan konsumen puas. Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti bahwa dengan semakin kondusifnya kualitas pelayanan maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen AHASS TAWANGSARI MOTOR. Temuan ini mendukung hasil penelitian Putu Denny Prathama Ayub Ni Ketut Seminari (2014), Bahwa ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Konsumen

Tercapainya loyalitas konsumen pada AHASS TAWANGSARI MOTOR Lawang dapat dilihat bahwa konsumen merasa cukup dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh AHASS TAWANGSARI MOTOR Lawang. Yang ditunjukkan dengan konsumen rutin melakukan servis sepeda motor di bengkel AHASS TAWANGSARI MOTOR Lawang.hal tersebut yang membuat konsumen percaya atau loyal terhadap AHASS TAWANGSARI MOTOR Lawang.

Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini berarti bahwa dengan semakin kondusifnya kualitas pelayanan maka dapat meningkatkan loyalitas konsumen AHASS TAWANGSARI MOTOR. Temuan ini mendukung hasil penelitian A.A. Ayu Paramitha Wendha, I ketut Rahyuda, I Gst. A.Kt.G susana (2013). Muhammad Rizki Annor, Farid Yulanti, Hairul (2021) dimana menunjukkan bahwa hipotesis yang diacukan seluruhnya memperoleh dukungan yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.

Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.

Tercapainya loyalitas konsumen pada AHASS TAWANGSARI MOTOR dapat dilihat dari konsumen yang merasa puas. Dengan tercapainya kepuasan konsumen hal inilah yang menjadi pertimbangan dalam loyalitas konsumen. Yang menjadi faktor dalam loyalitas konsumen adalah melakukan servis secara rutin di bengkel AHASS TAWANGSARI MOTOR lawang. Dengan adanya servis tersebut membuktikan bahwa konsumen mempercayai AHASS TAWANGSARI MOTOR dan yang menjadi pertimbangan bahwa konsumen puas yaitu bengkel AHASS TAWANGSARI MOTOR lawang memberikan kesempatan bagi pelanggan dalam menyampaikan keluhan dan saran mengenai AHASS TAWANGSARI MOTOR lawang. Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini berarti bahwa dengan semakin kondusifnya kepuasan konsumen maka dapat meningkatkan loyalitas konsumen AHASS TAWANGSARI MOTOR. Temuan ini mendukung penelitian Floresius Pureklolong (2017) bahwa ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan pada kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Dimana dari hasil tersebut dapat diartikan dengan nilai kepuasan yang berpengaruh positif pada kualitas pelayanan maka akan meningkatkan loyalitas konsumen AHASS TAWANGSARI MOTOR lawang begitu sebaliknya jika semakin rendah nilai kepuasan konsumen sebagai mediasi maka hal tersebut tidak mempengaruhi nilai kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Temuan ini mendukung hasil penelitian Alsano Muhammad Asyraf (2020), dalam hasil penelitian menjelaskan bahwa hubungan tidak langsung antara variabel independen dan dependen yang dimediasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil Pembahasan, maka pada penelitian ini disimpulkan kualitas pelayanan yang semakin baik akan meningkatkan kepuasan konsumen dan meningkatkan loyalitas konsumen AHASS TAWANGSARI MOTOR LAWANG. Kepuasan konsumen yang semakin baik akan meningkatkan loyalitas dan mampu memediasi kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen AHASS TAWANGSARI MOTOR LAWANG

Dengan berbagai keterbatasan yang dimiliki dari penelitian ini, maka saran yang diberikan kepada penelitian selanjutnya adalah diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti variabel atau faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen salah satunya yaitu harga, promosi, tempat atau tempat yang menjadi bahan pertimbangan untuk mempengaruhi loyalitas konsumen. Bagi pemilik AHASS TAWANG SARI MOTOR LAWANG maka saran yang diberikan yakni agar meningkatkan kualitas pelayanan. Dengan meningkatkan kualitas layanan diharapkan konsumen mendapatkan kepuasan karena peningkatan kualitas layanan AHASS TAWANGSARI MOTOR serta akan mencapai loyalitas konsumen.

REFERENSI

- Asyraf, A. M., Wibowo, J., & Fianto, A. Y. A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia*, 1(2).
- Ayub, P. D. P., & Seminari, N. K. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan

- Konsumen pada Bengkel Maju Mandiri. *E-Journal Manajemen*, 3(9).
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan. Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga.
- Kotler, P, & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 1*. PT Indeks.
- Kotler, Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran. Edisi kedua belas. Jilid 1*. PT Indeks.
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 Edisi 13*. Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori Dan Praktik*. Salemba Empat.
- Rizkiannor, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Bengkel Las Rizky Jaya Banjarmasin. In *Thesis*. Universitas Islam Kalimantan MAB.
- Sekaran, U. (2011). *Research Methods for business, Edisi 1 and 2*. Salemba Empat.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2008). *Manajemen Jasa*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran., Edisi kedua, Cetakan pertama*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. ANDI.
- Tjiptono. (2000). *Komitmen pelanggan loyal terhadap suatu merek*. ANDI.
- Umar, H. (2002). *Metode Riset Bisnis*. PT Gramedia Pustaka.
- Wendha, A. A. A. A. P., Rahayu, I. K., & Suasana, I. G. A. K. G. (2013). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Garuda Indonesia di Denpasar. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis. Dan Kewirausahaan*, 7 (1), 19-28.