

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP PENGGUNAAN KARTU TRI DI KOTA SAMARINDA

Trijaya Siregar¹, Catur Kumala Dewi, Mita Sonaria³
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda
Email : trijayasiregar4@gmail.com

Keywords:

*Service quality, product
quality, consumer loyalty*

ABSTRACTION

Trijaya Siregar: *Faculty of Economics and Business
University 17 August 1945 Samarinda, East Kalimantan. "Analysis
of factors that influence consumer loyalty towards the use of TRI
cards in the city of Samarinda". Under the guidance of Mrs. Catur
Kumala Dewi as supervisor I and Mrs. Mita Sonaria as supervisor
II.*

*The purpose of this research is to determine the analytical
factors that influence consumer loyalty towards the use of TRI
cards in the city of Samarinda. The basis of this theory is marketing
management, marketing concept, service quality, service quality
indicators, product quality, product quality indicators, consumer
loyalty and consumer loyalty indicators.*

*This research was conducted in the city of Samarinda. The
sample taken was 96 respondents. The sampling technique used in
this research is. Simple random sampling (Simple random
sampling), with this method all populations have the same
opportunity to be selected as a sample. The analytical tool in this
research uses multiple linear regression analysis using the IMB
SPSS statistics program tool.*

*The results of this research show that: (1) service quality
variables have a positive and significant effect on consumer
loyalty. This means that the better the service provided, the more it
will influence consumer loyalty of TRI card users in Samarinda. (2)
product quality variables have a positive and significant effect on
consumer loyalty. Apart from providing peace of mind, consumer
loyalty is another advantage for consumers to get a guarantee of
the best quality products. (3) the service quality and product quality
variables partially have a positive and significant effect. This
means that service quality and product quality influence consumer
loyalty of TRI card users in Samarinda.*

PENDAHULUAN

Teknologi informasi merupakan bagian dari perkembangan era informasi dan teknologi yang telah memudahkan pelaksanaan kegiatan-kegiatan bisnis di dunia dewasa ini. Teknologi komunikasi yang semakin handal, efektif, dan ekonomis sudah menjadi kebutuhan yang mendasar karena sangat menunjang aktifitas.

Indonesia merupakan salah satu negara yang industri komunikasinya berkembang pesat dengan jumlah operator sebanyak 6 operator komunikasi tercatat sebagai pemain aktif.

Berikut ini jenis-jenis operator GSM yang ada Indonesia yakni TRI, Indosat, *Exelcomindo Pratama* (XL), Telkomsel, Axis dan lain sebagainya. Banyaknya kartu GSM yang di pasaran berarti memberikan keleluasaan bagi konsumen. Sehingga banyak dari konsumen yang sering berganti operator ataupun memiliki beberapa layanan dari beberapa operator tersebut, dengan tujuan agar mendapatkan kemudahan dalam berkomunikasi, mendapatkan tarif yang murah dan layanan yang ditawarkan karena setiap operator tentunya memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing.

Beberapa provider telekomunikasi menawarkan paket hemat layanan internet dengan harga murah dan kuota yang cukup akan tetapi dengan kualitas layanan yang kurang maksimal diantaranya adalah sinyal internet yang kurang bagus sehingga menyebabkan akses data menjadi lambat. Menyikapi fenomena yang ada di masyarakat tersebut maka hadir layanan internet dari TRI dengan kualitas 4G dengan berbagai keunggulan.

Kualitas produk menurut, Kotler dan Armstrong (2014:273): “Semakin baik kualitas produk tersebut maka akan semakin meningkat minat konsumen yang ingin membeli produk tersebut”.

Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen. Produk yang ditawarkan haruslah suatu produk yang benar-benar teruji dengan baik mengenai kualitasnya. Karena bagi konsumen yang diutamakan adalah kualitas dari produk itu sendiri. Menentukan harapan konsumen diperlukan unsur-unsur kualitas produk yang bersifat awet, mudah digunakan, jika salah satu unsur tersebut tidak terdapat dalam suatu produk, maka dapat dikatakan bahwa produk tersebut memiliki indikasi kualitas yang rendah dan perlu untuk dilakukan perbaikan agar kualitas pelayanan dapat meningkat.

Kualitas Pelayanan menurut, Kotler dan Keller (2016:143): “Bahwa kualitas pelayanan adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan”.

Kualitas berarti wujud, bentuk, atau kenyataan yang diberikan dari suatu konsep yang diinginkan. Dengan demikian, kualitas pelayanan juga dapat diartikan sebagai perwujudan atau pelayanan yang diberikan. Perwujudan ini berarti memerlukan fitur dan keadaan spesifik yang harus dipenuhi guna mampu memuaskan kebutuhan konsumen.

Loyalitas konsumen, menurut Kotler dan Keller (2016:138): “Komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang di sukai di masa depan, meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih”.

METODE

1. Populasi dan Sempel

Populasi, menurut Eddy Soegiarto (2018:42): “populasi adalah seluruh individu objek yang akan diteliti; atau populasi adalah kumpulan objek mengenai sesuatu persoalan secara keseluruhan”. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh masyarakat kota Samarinda Ulu Kelurahan Air Putih.

Sempel, menurut Eddy Soegiarto (2018:42): “*Sampling* adalah suatu proses pengambilan sampel (contoh) atau bagian dari populasi yang dapat mewakili karakteristik populasi tersebut”.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dari penelitian ini adalah. Pengambilan sampel acak sederhana (*Simple randem sampling*), dengan metode ini semua populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Dalam penelitian ini jumlah

sampel yang diambil dihitung dengan rumus sampel Wibisono. Hal ini dikarenakan jumlah populasi relative besar dan tidak teridentifikasi dengan pasti, sehingga tidak mungkin seluruh elemen diteliti karena keterbatasan waktu penelitian, biaya, dan sumber daya manusia. Adapun rumus sampel Lemeshow (2013:66): Sebagai berikut:

$$n = Z^2 \times P \times Q / L^2$$

$$n = (1.96)^2 \times (0.5) \times (0.5) / (0.1)^2$$

$$n = 96.04$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat kepercayaan 95%, Z = 1.96)

P = 50%)

Q = Komplementer

L = Ketelitian atau *margin of error* yang diizinkan (misalnya, 10%)

Berdasarkan rumus di atas sampel yang diambil sebanyak 96,04 orang untuk memudahkan perhitungan maka dibulatkan menjadi 96 orang.

2. Jangkauan Penelitian

Penelitian ini memerlukan batasan-batasan untuk menghindari meluasnya pembahasan masalah dengan tujuan untuk lebih memudahkan dan memperjelas pembahasan hasil penelitian. Penelitian ini membatasi lingkup penelitian hanya pada masyarakat kota Samarinda, variabel yang dipakai pada penelitian ini dibatasi berjumlah tiga variabel.

- 1) Variabel yang dipakai pada penelitian ini dibatasi berjumlah tiga variabel yaitu dua variabel *independen* dan satu variabel *dependen*.
- 2) Objek penelitian ini difokuskan kepada masyarakat Samarinda, penelitian berlangsung pada bulan November 2023 sampai Januari 2024.

3. Alat Analisis

1) Uji Instrumen

Validitas, menurut Ghazali (2021:60): “validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terdapat sesungguhnya pada objek dengan data sesungguhnya yang dikumpulkan peneliti”.

Validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan. Pengujiannya dilakukan secara statistik bantuan paket komputer SPSS. Uji validitas digunakan untuk mengukur instrumen penelitian apakah valid atau tidak. Valid berarti instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang hendak diukur. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} .

- a) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan signifikansi $\alpha = 0,05$ maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan signifikansi $\alpha = 0,05$ maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

2) Uji reliabilitas

Uji reliabilitas, menurut Ghazali (2021:61): Alat suatu untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.

Reliabilitas menunjukkan apakah instrumen tersebut secara konsisten memberikan hasil ukuran yang sama tentang sesuatu yang diukur pada waktu yang berlainan. Pengujian

reliabilitas instrumen dengan menggunakan *Alpha Cronbach* (α), karena instrumen penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat. Suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *cronbach alpha* (α) > 0,6 maka kuesioner atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten. Sementara bila nilai *cronbach alpha* (α) < 0,6 maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

3) Uji Regresi Linear Berganda

Menurut, Misbahuddin (2014:159) Uji statistik regresi linear berganda digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan dua variabel melalui koefisien regresinya.

Analisis *regresi linier* berganda adalah hubungan secara *linier* antara dua atau lebih variabel *independen* (X) dengan dengan variabel *dependen* (Y). Regression dengan rumus :

$$y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + e$$

Keterangan :

y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

β_1 = Koefisien Regresi

X_1 = Harga

β_2 = Koefisien Regresi

X_2 = Labelisasi halal

e = Standar *error*

4) Uji t (Uji parsial)

Menurut, Ghozali (2021:178): Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel *independen* terhadap variabel *dependen*. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan *kriteria* sebagai berikut :

- a. Jika uji $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima atau nilai signifikan < 0,05
- b. Jika uji $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak atau nilai signifikan > 0,05

5) Uji F (Uji serentak)

Menurut Ghozali (2021:178) Uji *statistik* F digunakan untuk mengetahui semua variabel *independen* atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel *dependen* atau variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$), dengan *kriteria* sebagai berikut :

- a. Jika uji $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau signifikan di atas 0,05 maka H_a ditolak.
- b. Jika uji $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau signifikan di bawah 0,05 maka H_a diterima.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kesamaan antara data yang dikumpulkan dengan data sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti, sehingga dapat diperoleh hasil yang valid. Dari analisis diperoleh hasil seperti pada tabel sebagai berikut :

Tabel.1.: Uji Validitas Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Loyalitas Konsumen

Variabel	Item	r Hitung	r table	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	X _{1.1}	0,907	0,199	Valid
	X _{1.2}	0,872	0,199	Valid
Kualitas Produk (X ₂)	X _{2.1}	0,867	0,199	Valid
	X _{2.2}	0,763	0,199	Valid
	X _{2.3}	0,631	0,199	Valid
Loyalitas Konsumen (Y)	Y 1	0,814	0,199	Valid
	Y 2	0,788	0,199	Valid
	Y3	0,863	0,199	Valid

(Sumber: Data diolah Peneliti, 2024)

Hasil uji validitas memperlihatkan bahwa nilai r_{hitung} setiap indikator lebih besar dibandingkan dengan nilai dari r_{tabel} . Dalam penelitian ini Jumlah responden 96 sehingga $df=96-2= 94$ nilai r_{tabel} untuk $df= 94$ yaitu sebesar 0.200. Artinya semua item pertanyaan tersebut sudah valid. Hal tersebut menunjukkan indikator dari variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan Loyalitas Konsumen dinyatakan valid sebagai alat ukur variabel penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reabilitas untuk mengukur sejauh mana suatu alat pengukuran dapat memberikan hasil yang reliable bila dilakukan waktu yang berbeda pada objek yang sama.

Tabel.2.: Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X ₁)	0,738	Reliabel
2	Kualitas Produk (X ₂)	0,617	Reliabel
3	Loyalitas Konsumen (Y)	0,748	Reliabel

(Sumber : Data diolah Peneliti, 2024)

Nilai *crobach's alpha* yang diperoleh variabel (X₁) sebanyak 0.738, variabel (X₂) sebanyak 0.617 dan variabel (Y) sebanyak 0.748, hal tersebut menunjukkan bahwa variabel tersebut reliabel atau *konsisten*.

3. Alat Regresi Linear Berganda

Setelah melalui semua tahapan pengujian analisis normalitas dan pengujian asumsi klasik, maka model regresi ini dianggap layak sebagai dasar pengambilan keputusan pengujian hipotesis dalam penelitian ini.

Tabel.3.: Persamaan Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standard ized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Kualitas pelayanan	.202	.088	.223	2.307	.023
Kualitas Produk	.324	.102	.348	3.166	.002

(Sumber : Data diolah Peneliti, 2024)

Persamaan regresi yang dapat dibuat dari hasil analisis ini adalah sebagai berikut :

$$Y = 0.223X_1 + 0.348X_2 + e$$

$X_1 = 0.223$ Artinya apabila kualitas pelayanan (X_1) meningkat atau ditingkatkan satu satuan, maka loyalitas konsumen (Y) akan meningkat sebesar 22,3% satuan.

$X_2 = 0.348$ Artinya apabila kualitas produk (X_2) meningkat atau ditingkatkan satu satuan, maka loyalitas konsumen (Y) akan meningkat sebesar 34,8% satuan.

4. Uji t (Parsial)

Uji t dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen (harga dan labelisasi halal), secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Kepuasan pembelian), kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi (α)=0.05 ditentukan sebagai berikut:

- Apabila nilai signifikansi > 0.05 maka variabel *independen* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependen* .
- Apabila nilai signifikansi < 0.05 maka variabel *independen* berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependen*.

Hasil pengelolaan data dengan menggunakan IMB SPSS *Statistics* dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel.4.: Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standard ized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Kualitas pelayanan	.202	.088	.223	2.307	.023
Kualitas Produk	.324	.102	.348	3.166	.002

(Sumber : Data diolah Peneliti, 2024)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebagai berikut :

Uji parsial yang meliputi variabel kualitas pelayanan X_1 dan kualitas produk X_2 . Jumlah observasi/responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 responden. Pengujian hipotesis dengan $df=n-k-1 = 96-3-1 = 92$, maka dapatlah $t_{\text{tabel}} = 1,985$

a) Variabel harga X_1

Memiliki nilai signifikansi sebesar $0.023 < 0.05$ dan memperoleh nilai t hitung sebesar $2,307 > t_{\text{tabel}}$ sebesar $1,985$. Hasil tersebut dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan X_1 berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima. Sehingga dapat disimpulkan harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas konsumen.

b) Variabel label halal X_2

Memiliki nilai signifikansi sebesar $0.002 < 0.05$ dan memperoleh nilai t hitung sebesar $3,166 > t_{\text{tabel}}$ sebesar $1,985$. Hasil tersebut dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk X_2 berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Y . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua diterima. Sehingga dapat disimpulkan kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas konsumen.

5. Uji Signifikasi Simultan F

Uji signifikasi simultan F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel *independen* harga (X_1) dan labelisasi halal (X_2) terhadap variabel *dependen* keputusan pembelian (Y).

Tabel.5.: Uji Signifikasi Simultan F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	204.708	3	68.236	18.048	.000b
Residual	351.622	93	3.781		
Total	556.330	96			

(Sumber : Data diolah Peneliti, 2024)

Uji *simultan* yang meliputi variabel kualitas pelayanan X_1 , kualitas produk X_2 . dan loyalitas konsumen Y , Jumlah *observasi/responden* yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 responden. Pengujian hipotesis dengan $\alpha = 5\%$ sedangkan derajat bebas pengujiannya adalah $df_2 = n-k-1 = 96-3-1 = 92$, maka dapatlah $F_{\text{tabel}} = 2,47$.

Hasil uji annova atau uji F di atas didapatkan nilai signifikansi untuk pengaruh (X_1) dan (X_2) secara simultan terhadap (Y) adalah sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai $F_{\text{hitung}} 18.048 > F_{\text{tabel}} 2,47$ maka dapat dikatakan bahwa variabel *independen* kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) secara *simultan* atau bersama sama berpengaruh terhadap variabel *dependen* loyalitas konsumen (Y).

PEMBAHASAN

1. Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen

Variabel kualitas pelayanan (X_1) memperoleh nilai $t_{\text{hitung}} 2,307 > t_{\text{tabel}} 1,985$ kemudian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.023 lebih besar dari signifikansi $\alpha = 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen kartu TRI di Samarinda. Hal ini yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan menjadi salah satu yang mempengaruhi loyalitas konsumen dalam melakukan pemakaian kartu TRI di kota Samarinda.

Hasil penelitian ini memperkuat penelitian Wulandari (2018), dengan judul: “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan kartu simpati”. Dimana

hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dan hasil penelitian tersebut sejalan dengan yang peneliti lakukan karena pada variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

2. Pengaruh variabel kualitas produk terhadap loyalitas konsumen

Variabel kualitas produk (X_2) memperoleh nilai $t_{hitung} 3,166 > t_{tabel} 1,985$ kemudian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.002 lebih besar dari signifikansi $\alpha = 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk

berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen kartu TRI di Samarinda. Hal ini yang berarti bahwa variabel kualitas produk menjadi salah satu yang mempengaruhi loyalitas konsumen dalam melakukan pemakaian kartu TRI di kota Samarinda.

Hasil penelitian ini sependapat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Amanda (2022) dalam judul : “Pengaruh kualitas produk, harga, citra merek dan kepuasan konsumen kartu telkomsel terhadap loyalitas pada mahasiswa”. Dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dan hasil penelitian tersebut sejalan dengan yang peneliti lakukan karena pada variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

3. Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan hipotesis diterima dikarenakan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara bersama sama terhadap loyalitas konsumen kartu TRI di Samarinda. Berdasarkan penelitian kualitas pelayanan dan kualitas produk diketahui bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor penting bagi loyalitas konsumen kartu TRI karena kualitas pelayanan memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi konsumen. Begitu juga dengan kualitas produk bertujuan untuk memberikan rasa aman dan nyaman kepada konsumen bahwa produk yang mampu memenuhi setiap kebutuhan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan dan pembahasan tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen kartu TRI di Samarinda, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen kartu TRI di Samarinda, sehingga hipotesis diterima artinya kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan hubungan jangka panjang antara perusahaan kartu TRI dan pelanggan yang dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan bahkan perusahaan memungkinkan mendapatkan rekomendasi dari pelanggan kartu TRI di Samarinda.
- 2) Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Samarinda, sehingga hipotesis di terima artinya kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen yang berarti bahwa semakin baik kualitas produk maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen pengguna kartu TRI di

- Samarinda,
- 3) Variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen pengguna kartu TRI di Samarinda. Sehingga hipotesis di terima artinya kualitas pelayanan dan kualitas produk bersama sama mempengaruhi loyalitas konsumen kartu TRI di Samarinda.

2. Saran

Sehubung dengan hasil penelitian dan simpulan di atas maka dikemukakan beberapa saran sebagai berikut :

- 1) Bagi perusahaan

kualitas pelayanan dan kualitas produk sangat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, oleh karena itu diharapkan dapat menjamin kualitas pelayanan dan kualitas produk karena berpengaruh penting untuk loyalitas konsumen pengguna kartu TRI di Samarinda.

- 2) Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melengkapi kekurangan yang ada dalam penelitian agar dapat memperluas jangkauan penelitian dengan menambah variabel lainnya yang dapat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pengguna kartu TRI di Samarinda

REFERENCES

Amstrong, K. 2018. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Dua Belas. Jakarta: Erlangga.
Eddy Soegiarto. 2018. *Metodologi Penelitian dan Penulisan Ilmiah*. Jakarta: Indocamp.

- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 23*. Universitas Diponegoro.
- Kotler, K. 2016. *Marketing Manajemen*. Pearson Education Inc.
- Kotler, P. dan G. A. 2014. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Erlangga. Priyatno. Duwi. 2014.
- Lemeshow, 2013. *Sampling of Populations*. John Wiley and Sons. Univ Tarumanagara.
- Misbahuddin, 2014. *Analisis Data Penelitian Dengan Setatistik*. Edisi Dua. Jakarta: Bumi Askara.
- Tjiptono, F. 2014. *Strategi Pemasaran Modern*. Andi Yogyakarta. Andi. Kotler, Keler. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kelimabelas. Jakarta: Indeks