

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI UD. ANGGREK TELUK DALAM

Dita Susanti Duha  
Mahasiswa Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nias Raya  
[ditasusantiduha1305@gmail.com](mailto:ditasusantiduha1305@gmail.com)

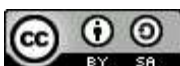
### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di UD. Anggrek Telukdalam Kabupaten Nias Selatan. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis kuantitatif, sumber data adalah konsumen, dengan populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli di UD. Anggrek Telukdalam. Teknik pengumpulan data adalah angket dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  6.136 >  $t_{tabel}$  2,024. Sehingga disimpulkan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di UD. Anggrek Telukdalam. Saran penelitian ini adalah (1) Untuk meningkatkan kualitas pelayanan guna membangun loyalitas konsumen di UD. Anggrek Telukdalam adalah dengan cara memberikan pelayanan yang cepat dan tepat waktu kepada konsumen, sehingga pelanggan akan melakukan pembelian secara teratur dan semakin puas dengan layanan yang diberikan. (2) Dalam upaya meningkatkan pelayanan, sebaiknya UD. Anggrek memberikan pelatihan dan pengarahan kepada karyawan agar bisa lebih sigap/ tanggap dalam bekerja terutama dalam memberikan bantuan kepada konsumen yang mengalami kendala saat berbelanja. (3) UD. Anggrek sebaiknya memberikan pelatihan kepada karyawan untuk menguasai jenis produk yang dijual agar karyawan bisa melayani permintaan konsumen dengan baik. (4) Dalam upaya meningkatkan loyalitas konsumen, UD. Anggrek perlu memperhatikan harga dan kualitas produk yang dijual kepada konsumen agar konsumen tidak melakukan pembelian di toko yang lain.

**Kata Kunci:** Kualitas; Pelayanan; Loyalitas Konsumen

### Abstract

*The aim of this research is to determine the effect of service quality on consumer loyalty at UD. Telukdalam Orchid, South Nias Regency. The type of research used is quantitative, the data source is consumers, with the population and sample in this research being all consumers who buy at UD. Telukdalam Orchid. Data collection techniques are questionnaires and documentation. The data analysis method used is simple linear regression analysis. The research results show that the  $t_{count}$  value is 6.136 >  $t_{table}$  2.024. So it is concluded that there is a positive and significant influence of service quality on consumer loyalty at UD. Telukdalam Orchid. The suggestion of this research is (1) To improve service quality to build customer loyalty at UD. Anggrek Telukdalam is by providing fast and timely service to consumers, so that customers will make purchases regularly and be more satisfied with the services provided. (2) In an effort to improve services, UD should improve. Anggrek provides training and direction to employees so that they can be more responsive at work, especially in providing assistance to consumers who drive when shopping. (3) UD.*



*Anggrek should provide training to employees to master the types of products sold so that employees can serve consumer demand well. (4) In an effort to increase customer loyalty, UD. Orchids need to pay attention to the price and quality of products sold to consumers so that consumers do not make purchases in other stores.*

**Keywords:** *Quality; Service; Consumer loyalty*

## A. Pendahuluan

Perkembangan dunia bisnis saat ini semakin berkembang dan mengalami persaingan yang signifikan sebagai akibat dari kemajuan zaman. Masyarakat sangat menyukai dunia bisnis saat ini. Meskipun dunia bisnis penuh dengan keuntungan, juga penuh dengan resiko kegagalan dan kebangkrutan. Dalam dunia bisnis, pasti ada barang atau jasa yang harus dijual untuk memperoleh keuntungan dari bisnis. Untuk meningkatkan penjualan, pemasaran produk harus meningkatkan kualitas pelayanan.

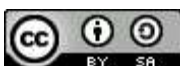
Semakin tingginya tingkat persaingan, akan menyebabkan konsumen menghadapi lebih banyak alternative produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga konsumen akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk. Peningkatan kualitas pelayanan merupakan salah satu strategi pemasaran yang ditekankan pada pemenuhan keinginan konsumen. Untuk memberikan loyalitas konsumen yang tinggi sebuah perusahaan harus mampu memberikan layanan yang bisa diterima atau dirasakan oleh konsumen sesuai atau bahkan melebihi apa yang diharapkan oleh konsumen. Jadi, semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi Kepuasan konsumen dan semakin tinggi juga loyalitas konsumen untuk melakukan pembelian ulang secara konsisten.

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai penyajian produk yang sesuai dengan standar perusahaan dan diupayakan untuk memberikan produk

dan jasa sama dengan apa yang diharapkan pelanggan atau melebihi harapannya. Setiap bisnis harus memiliki standar dalam memberikan layanan untuk menjual produknya kepada pelanggan. Layanan yang baik pasti akan memenuhi kebutuhan pelanggan untuk mendapatkan barang atau jasa yang mereka butuhkan. Permasalahan dalam sebuah peningkatan kualitas pelayanan dapat dilihat dari respon atau umpan balik dari konsumen setelah maupun pada saat melakukan pembelian. Memiliki respon yang baik dari konsumen menandai adanya pelayanan yang baik ditempat konsumen tersebut belanja.

Loyalitas konsumen merupakan keadaan terbaik yang paling diharapkan para pemasar dimana konsumen bersikap positif terhadap produk atau produsen (penyedia jasa) dan melakukan pembelian ulang secara teratur. Tingkat loyalitas konsumen dapat ditandai dengan adanya kepuasan konsumen atas kebutuhan dan keinginan yang terpenuhi dan dilayani dengan baik. Terciptanya tingkat loyalitas konsumen yang tinggi akan mendatangkan keuntungan yang besar bagi setiap pelaku usaha. Hal ini didasari pada fakta bahwa pelanggan yang sama sering membeli barang-barang tersebut dan dapat berfungsi sebagai cara untuk mempromosikan produk kepada pelanggan yang potensial. Keadaan ini yang melatar belakangi perlu setiap pelaku usaha untuk terus meningkatkan loyalitas konsumennya.

Loyalitas pelanggan sangat penting bagi sebuah perusahaan, dan



mempertahankannya berarti memperbaiki kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Pelanggan yang setia akan membantu perusahaan berkembang dengan memberikan saran atau ide untuk meningkatkan kualitas produknya. Mereka juga melindungi perusahaan dari serangan pesaing dari perusahaan sejenis, baik dalam hal produk maupun persepsi. Dalam pasar dengan tingkat persaingan yang tinggi, kualitas pelayanan saling berhubungan yang berarti bahwa jika perusahaan berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan, maka loyalitas konsumen juga akan meningkat dan sebaliknya. Dalam hal ini kualitas pelayanan menghasilkan loyalitas konsumen.

Salah satu bentuk usaha saat ini yang mudah ditemukan ditengah-tengah masyarakat yaitu usaha dagang. Usaha dagang adalah bentuk usaha yang kegiatan utamanya adalah membeli barang dan menjualnya kembali dengan tujuan memperoleh keuntungan tanpa merubah kondisi barang yang dijual. UD. Anggrek beroperasi setiap hari dan dikunjungi oleh beberapa pembeli yang mayoritas adalah Desa Nanowa dan sekitarnya. Memiliki lokasi yang strategis dan mudah untuk dijangkau oleh pembeli atau konsumen. Yang dimana UD. Anggrek memiliki upaya dalam mempertahankan pelanggannya agar tetap melakukan pembelian secara teratur.

Berdasarkan observasi yang dilakukan pada UD. Anggrek Telukdalam. Adapun informasi yang di dapat oleh peneliti ada beberapa kesenjangan, bahwa lambatnya pelayanan karyawan UD. Anggrek kepada konsumen, dimana

karyawan lama merespon pertanyaan atau permintaan pembeli yang mencari barang atau produk yang mereka butuhkan. Kurang kesiapan dalam memberikan bantuan terhadap konsumen yang berkendala saat berbelanja, dimana pemberian layanan tidak efektif karena tidak mendengarkan apa yang menjadi keinginan konsumen saat berbelanja, pengunjung atau konsumen ingin membeli produk sabun yang biasa konsumen beli tetapi karyawan bilang tidak ada ketersediaan produk tersebut padahal produk tersebut masih tersedia namun karyawan malas untuk mencarinya. Kurangnya penguasaan terhadap produk yang dijual, dimana pengunjung atau pelanggan susah dalam mendapatkan informasi tentang produk yang ada di UD. Anggrek, pembeli ingin mengetahui mengenai kelebihan produk yang mereka pakai tetapi karyawan tidak bisa menyampaikan mengenai kelebihan produk tersebut. Kurangnya tanggapan atau respon penjual terhadap pembeli yang berbelanja, dimana konsumen yang melakukan pembelian terkadang dibuat kecewa dikarenakan karyawan melakukan kesalahan, pembeli meminta tepung beras tetapi yang diambilnya bukanlah tepung beras tapi tepung terigu.

Selanjutnya, tingkat loyalitas konsumen masih rendah, dimana konsumen merasa bahwa harga yang penjual berikan terbilang mahal di bandingkan di toko lain. Kurangnya menawarkan produk dan jasa yang konsumen butuhkan, dimana pengunjung/konsumen tidak mengenal produk atau jasa yang tersedia sebab karyawan tidak dapat menyampaikan produk yang ada di UD tersebut sehingga

tidak ada terjadinya penjualan produk lain. Kurangnya merekomendasikan kepada orang lain, dimana konsumen masih kurang puas atas produk dan pelayanan yang mereka butuhkan karena tidak mendapatkan informasi yang jelas atas produk yang mereka butuhkan dan ruang berbelanja yang kurang nyaman. Kualitas produk yang kurang baik, dimana terkadang masih ada produk yang sudah expayet dan cacat atau rusak tetapi masih dijual sehingga konsumen melakukan pembelian ditoko yang lain atau yang ditawarkan oleh pesaing.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian mengenai **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada UD. Anggrek TelukDalam"**.

### Konsep Kualitas Pelayanan (X)

Dalam berbisnis kualitas pelayanan harus bisa diperhatikan, karena kualitas pelayanan merupakan cara mempertahankan konsumen. Dengan adanya kualitas, berarti perusahaan harus memenuhi harapan-harapan konsumen dan memuaskan kebutuhan mereka. Menurut (Indrasari, 2019:62) "kualitas pelayanan seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima." Selanjutnya menurut (Pertiwi, 2021:67) "kualitas pelayanan adalah landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen." Menurut (Zaid, 2021:108) "kualitas pelayanan merupakan persepsi pelanggan tentang komponen layanan produk." Menurut (Rahayu, 2019:22) "kualitas pelayanan adalah hasil proses evaluasi pelanggan dengan membandingkan antara harapan pelanggan dengan kinerja layanan yang pelanggan

terima dan pengalaman layanan masa lalu." Menurut (Mulyawan, 2016:48) "kualitas pelayanan adalah keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan." Menurut (Salim, 2019:2) "kualitas pelayanan adalah suatu penilaian dari pelanggan atau konsumen terkait pelayanan atas produk atau jasa yang mereka terima dengan tingkat pelayanan yang diinginkan atau diharapkan."

Sesuai dengan pengertian diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta pentingnya ketepatan dalam menyampaikan layanan untuk mengimbangi harapan dan kepuasan konsumen.

### Konsep Loyalitas Konsumen (Y)

Persepsi dan harapan tiap konsumen sangat bervariasi, dan selera mereka beraneka ragam. Ketika setiap pelanggan menerima pelayanan atau produk yang sesuai dengan keinginan mereka, ini akan berdampak positif pada tingkat kesetiaan pelanggan terhadap bisnis atau penyedia layanan yang mereka gunakan. Sedangkan (Saadah & Indriyani, 2021:96), menyatakan bahwa "loyalitas konsumen adalah komitmen yang kuat dari pelanggan untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk yang disukai secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menimbulkan perilaku untuk berpindah". Menurut (Estifaza & Yucha, 2023:5) "loyalitas konsumen merupakan kesetiaan konsumen terhadap penggunaan jasa atau produk dengan memberikan



pembelian berulang". Menurut (Ratih Hurryyati, 2018:129) "loyalitas konsumen adalah "komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi usaha-usaha pemasar mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku." Selanjutnya, menurut (Sudarsono, 2020:10) "loyalitas konsumen merupakan pembelian ulang, penolakan pesaing, tidak terpengaruh terhadap daya tarik barang lain, dan frekuensi rekomendasi kepada orang lain." Menurut (Fajri & Pradana, 2021) "loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan yang dipegang kuat untuk membeli kembali atau mempolakan ulang secara konsisten produk atau jasa yang digunakan di waktu yang akan datang meskipun terdapat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi situasi dan usaha pemasar yang dilakukan oleh pesaing yang berpotensi menyebabkan perubahan perilaku atau keputusan pelanggan." Menurut (ahli hasan dalam Warnadi & Triyono, 2019:33) loyalitas pelanggan adalah sebagai orang yang membeli, khususnya membeli secara teratur dan berulang-ulang.

Sesuai dengan pengertian diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa loyalitas merupakan suatu kesetiaan terhadap merek yang dibangun melalui kombinasi antara kepuasan pelanggan dan penanganan keluhan dengan baik oleh perusahaan. Kepuasan pelanggan dapat meningkatkan ketika perusahaan memberikan kinerja yang baik dan meminimalkan keluhan pelanggan. Hal ini dapat mendorong pelanggan untuk

melakukan pembelian jangka panjang dan mempertahankan kesetiaan mereka terhadap merek atau perusahaan tersebut.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen**

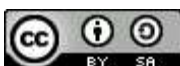
Menurut (Chasanah & sylvam, 2018) diketahui bahwa kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen sangat erat kaitannya, karena dengan memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi kepada konsumen akan menciptakan loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen faktor utama yang dipengaruhi kualitas pelayanan sehingga bisa meningkatkan penjualan dan akhirnya akan mendapatkan keuntungan sesuai dengan yang diharapkan.

Menurut (Raudatul, 2021) dikatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen, dimana jika kualitas pelayanan baik maka konsumen akan merasa senang dan akan kembali untuk membeli dan tidak akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing.

Menurut (Ratih Hurryyati, 2018:128) diketahui bahwa kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam mempertahankan loyalitas konsumen untuk meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan perusahaan.

Sesuai dengan pengertian diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa loyalitas pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang baik. Dengan kata lain ketika konsumen merasa puas dengan pengalaman bertransaksi dan menerima layanan yang baik, mereka cenderung lebih setia terhadap tempat usaha tersebut dan lebih mungkin untuk kembali atau merekomendasikan kepada orang lain.

### **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan (X)**



Menurut (Zaid, 2021:109) bahwa kualitas pelayanan dapat dipengaruhi oleh lima faktor utama yaitu:

- Reliability* (keandalan), ialah kemampuan untuk memberikan jasa yang handal dan akurat.
- Responsiveness* (daya tanggap), ialah kesadaran dan keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.
- Assurance* (kepastian), ialah memberikan sebuah kepastian dan keyakinan konsumen serta meningkatkan kepercayaan.
- Empatthy* (empati), ialah tingkat kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada konsumen.
- Tangible* (berwujud), ialah berbentuk pelayanan yang berwujud secara fisik dan layanan yang akan diberikan kepada konsumen.

Menurut (Rachman, 2021:69) untuk faktor-faktor kualitas pelayanan terdapat beberapa yaitu sebagai berikut:

- Efisiensi, yang artinya pelayanan yang diberikan oleh suatu organisasi hendaknya ada pembatasan terhadap persyaratan pada hal-hal yang dianggap penting saja.
- Ekonomis, yang artinya pembiayaan yang dibebankan kepada masyarakat umum dan peraturan perundangan yang berlaku.
- Keadilan menyangkut jangkauan pelayanan yang diberikan oleh suatu organisasi diharapkan dapat seluas mungkin dan merata. Artinya tidak ada wilayah yang dibedakan pelayanannya dilihat dari keadilan praktikal dan horizontal.

- Ketepatan waktu yang artinya bahwa pelaksanaan yang telah dijanjikan sesuai dengan standar yang diberikan, sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan.

### **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen (Y)**

Menurut (Saadah & Indriyani, 2021:97) bahwa loyalitas konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

- Kualitas produk, melalui kualitas produk yang tinggi akan meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk tersebut sehingga akan mengakibatkan konsumen yang selalu setia membeli atau menggunakan produk tersebut dan disebut loyalitas konsumen.
- Kualitas pelayanan, memiliki pelayanan yang baik tentunya akan menciptakan kenyamanan konsumen dalam belanja sehingga akan meningkatkan loyalitas konsumen dalam berbelanja.
- Emosional, merupakan keyakinan penjual akan ide-ide yang dapat meningkatkan usahannya.
- Harga, setiap konsumen menginginkan harga sebuah produk yang berkualitas dan memiliki harga yang terjangkau sehingga konsumen merasa puas dan akan terus-menerus membeli atau menggunakan produk tersebut dalam meningkatkan loyalitas konsumen.

### **Indikator Kualitas Pelayanan (X)**

Menurut (Tjiptono, 2014:75) ada lima indikator yang dapat mengukur kualitas pelayanan yaitu :

- Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

- b) Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
- c) Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya fisik, resiko atau keragu-raguan.
- d) Empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individu para pelanggan.
- e) Bukti fisik (*tangible*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi.

Selanjutnya, Menurut (Indrasari, 2019:65) indikator kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut:

- a) Keandalan (*Reability*)  
Kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan dengan tepat yang meliputi kesesuaian kinerja dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.
- b) Kesadaran (*Awareness*)  
Kesadaran pegawai dalam membantu konsumen yang membutuhkan bantuan.
- c) Perhatian (*attention*)  
Perhatian berupa informasi atau tindakan kepada konsumen agar membuat konsumen nyaman dalam pelayanan.
- d) Ketepatan (*Acuracy*)

Ketepatan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dengan baik.

#### Indikator Loyalitas Konsumen (Y)

Menurut (Jhptono,2012) dalam (Yuniarti, 2015:242) mengemukakan enam indikator yang dapat digunakan untuk mengukur loyalitas konsumen, yaitu sebagai berikut:

- a) Pembelian ulang  
adanya suatu dorongan yang membentuk perilaku membeli secara berulang-ulang yang menciptakan suatu loyalitas konsumen.
- b) Kebiasaan mengkonsumsi merek tersebut  
Kebiasaan mengkonsumsi untuk menggunakan suatu jenis merek tertentu untuk produk-produk sejenis.
- c) Selalu menyukai merek tersebut  
Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen selama menggunakan suatu produk dimana konsumen tidak pernah merasa kecewa dan selalu menyukai merek tersebut.
- d) Tetap memilih merek tersebut  
Sikap konsumen yang tidak berniat untuk mencoba produk dari perusahaan pesaing, sehingga konsumen akan tetap menggunakan produk perusahaan tanpa berkeinginan untuk mencoba produk dari pesaing.
- e) Yakin bahwa merek tersebut yang baik  
Keyakinan konsumen bahwa merek yang selama ini digunakan adalah merek terbaik sehingga konsumen merasa keputusan telah tepat.
- f) Merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain  
Ketersediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang digunakan kepada orang lain.

Selanjutnya, menurut (Griffin dalam Huriyati, 2018:130) bahwa indikator loyalitas konsumen terdiri dari:

- a) Melakukan pembelian ulang secara teratur (*Makes regular repeat purchases*), artinya konsumen melakukan pembelian secara continue pada suatu produk tertentu.
- b) Membeli diluar lini produk/jasa (*Purchases across product and service lines*), artinya konsumen tidak hanya membeli jasa dan produk utama tetapi konsumen juga membeli lini produk dan jasa dari perusahaan yang sama.
- c) Mereferensikan kepada orang lain (*Refers other*), artinya dimana konsumen melakukan komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) berkenaan dengan produk tersebut.
- d) Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing (*Demonstrates an immunity to the full of the competition*), artinya konsumen menolak untuk menggunakan produk atau jasa alternative yang ditawarkan oleh pesaing.

Selanjutnya, menurut (Tjiptono, 2014:482) indikator loyalitas pelanggan diantaranya sebagai berikut:

- a) Kepuasan pelanggan, yaitu puas terhadap produk dan layanan.
- b) Pembelian ulang, yaitu pelanggan akan melakukan pembelian ulang pada jasa dan produk di tempat yang sama.
- c) Kesetiaan pelanggan, yaitu pelanggan akan setia membeli jasa dan produk.
- d) Kepercayaan pelanggan, yaitu pelanggan tidak akan mudah terpengaruh meskipun ada kekurangan terhadap produk dan jasa.

- e) Rekomendasi pelanggan terhadap yang lain, yaitu sedia merekomendasikan produk dan jasa kepada orang lain.

## B. Metode Penelitian

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bersifat kausal, artinya melihat hubungan sebab akibat paling sedikit antara dua faktor.

### Uji Instrumen

1. Uji Validitas Data. Uji Validitas merupakan tingkat kemampuan suatu instrumen untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan dengan instrumen tersebut.
2. Uji Reliabilitas. Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk memastikan apakah suatu alat ukur dapat diandalkan dan tetap menjaga konsistensinya meskipun telah dilakukan pengukuran berulang kali. Pengujian jarak jauh seharusnya dapat dilakukan dengan cara *rest-testing*, *equivqlent*, dan perpaduan keduanya dan didalamnya kualitas instrumen yang tidak tergoyahkan dapat dicoba dengan membedah konsistensi hal-hal yang ada pada instrumen dengan prosedur tertentu.

### Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Data. Uji normalitas merupakan sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data, apakah sebaran data berdistribusi normal ataukah tidak.
2. Uji Heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah model relaps mengalami perubahan dan residu untuk seluruh persepsi pada model relaps.



Untuk melihat apakah terdapat heteroskedastisitas atau tidak, dapat diselesaikan dengan memperhatikan plot pencar dimana titik pusat menggambarkan nilai yang diantisipasi, sedangkan poros ke atas menggambarkan nilai kuadrat yang tersisa. Jika plot penyebaran memberikan contoh spesifik, hal ini menunjukkan adanya masalah heteroskedastisitas. Untuk menguji heteroskedastisitas ini digunakan alat SPSS 21.

### Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji  $t$ ). Menurut (Suliyanto, 2018:173) “uji  $t$  digunakan untuk menguji apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel tergantung atau tidak”.
2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat

### Metode Analisis Data

Strategi logis yang akan digunakan untuk menguji spekulasi yang digunakan dalam ulasan ini adalah pengujian secara langsung. Pengujian secara langsung digunakan untuk membedah hubungan sebab akibat antara satu variabel kualitas pelayanan dengan satu variabel loyalitas konsumen. Model yang digunakan untuk melakukan analisis regresi sederhana yaitu sebagai berikut Sugiyono (2018:261):

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

- Y = Nilai yang diramalkan  
a = Konstanta/*intrcept*  
b = Koefisien regresi/*slope*  
X = Variabel bebas

Berdasarkan hipotesisi yang diajukan maka hasil pengujian hipotesis secara parsial mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di UD. Anggrek Telukdalam.

### Uji $t$ (Uji parsial)

Untuk mengetahui variabel bebas (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel terikat (Loyalitas konsumen) dengan menggunakan uji parsial (Uji  $t$ ). Hasil uji  $t$  dapat di jelaskan pengaruh secara parsial variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel loyalitas konsumen (Y) yaitu diperoleh  $t_{hitung}$  untuk variabel kualitas pelayanan (X) sebesar 6,136 dan tingkat signifikan sebesar 0,000. Sedangkan nilai  $t_{tabel}$  pada  $\alpha = 0,05$ ,  $df = (n-k-1)$  (40-1-1) pada  $df$  numerator 1,  $df$  dominator 38 adalah sebesar 2,024. Karena nilai  $t_{hitung}$  6,136 >  $t_{tabel}$  2,024 dan tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka keputusan adalah  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang artinya bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

### Uji Koefisien Determinasi

Dari hasil pengolahan data diperoleh koefisien determinasi ( $R^2$ ) Sebesar 0,498 sehingga dapat ditunjukkan bahwa kualitas pelayanan mampu menjelaskan variabel loyalitas konsumen sebesar 49,8% sedangkan 50,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian.

### Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan analisis linear sederhana yang berfungsi untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel independen dan dependen, Berdasarkan hasil pengolahan data

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan



penelitian dapat model regresi sederhana sehingga dapat dilihat di bawah ini :

$$Y = 20,421 + 0,609X$$

Interprestasi hasil persamaan regresi linear sederhana sapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konstanta (a)=20,421 menunjukkan nilai tetap loyalitas konsumen ketika nilai kualitas pelayanan sama dengan nol
2. Koefisien regresi kualitas pelayana (X)=0,609 menunjukkan nilai kualitas pelayanan ketika naik 1 satuan maka akan meningkatkan loyalitas konsumen sebesar 0,609
3. Apabila nilai kualitas pelayanan kurang dari 1 (= -1) maka loyalitas konsumen menurun.

#### D. Penutup

##### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dan pembahasan yang telah diuraikan dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas consume di UD. Anggrek Telukdalam.

##### Saran

Peneliti menguraikan beberapa poin yang menjadi saran pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan guna membangun loyalitas konsumen di UD. Anggrek Telukdalam adalah dengan cara memberikan pelayanan yang cepat dan tepat waktu kepada konsumen, sehingga pelanggan akan melakukan pembelian secara teratur dan semakin puas dengan layanan yang diberikan.
2. Dalam upaya meningkatkan pelayanan, sebaiknya UD. Aggrek memberikan pelatihan dan pengarahan kepada karyawan agar bisa lebih sigap/ tanggap dalam bekerja terutama dalam

memberikan bantuan kepada konsumen yang yang berkendala saat berbelanja.

3. UD. Anggrek sebaiknya memberikan pelatihan kepada karyawan untuk menguasai jenis produk yang dijual agar karyawan bisa melayani permintaan konsumen dengan baik.
4. Dalam upaya meningkatkan loyalitas konsumen, UD. Anggrek perlu memperhatikan harga dan kualitas produk yang di jual kepada konsumen agar konsumen tidak melakukan pembelian ditoko yang lain.

#### F. Daftar Pustaka

- Agusmina Duha, & Harefa, D. (2024). *Pemahaman Kemampuan Koneksi Matematika Siswa SMP*. Sukabumi. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Anis Sumanti Manao. (2022). Pengaruh Kompensasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Motivasi Kerja Pegawai Pada Dinas Pekerjaan Umum Kabupaten Nias Selatan. Vol 5 Dian Kasih Bago (2022). No 1 (2022) Pengaruh Kompetensi Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Di Kantor Badan Pengelolaan Keuangan, Pendapatan, Dan Aset Daerah Kabupaten Nias Selatan: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aris Putra Laia. 2022. Makna Famesao Ono Nihalö Pada Acara Pernikahan Di Desa Simandraölö Kecamatan O'o'u *FAGURU: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Keguruan Universitas Nias Raya (UNIRAYA)*, 1 (1), 28-41
- Bohalima, A. Y. (2024). Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Camat Teluk Dalam. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias*



- Selatan*, 7(2), 254-264.  
<https://doi.org/10.57094/jim.v7i2.1382>
- Buulolo, R. (2024). Analisis Tata Cara Pemungutan Penyetoran Dan Pelaporan Pajak Penghasilan Pasal 22 Oleh Bendaharawan Pemerintah Studi Kasus Kabupaten Nias Barat. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 7(2), 265-276.  
<https://doi.org/10.57094/jim.v7i2.1384>
- Darmawan Harefa, Murnihati Sarumaha, Kaminudin Telaumbanua, Tatema Telaumbanua, Baziduhu Laia, F. H. (2023). Relationship Student Learning Interest To The Learning Outcomes Of Natural Sciences. *International Journal of Educational Research and Social Sciences (IJERSC)*, 4(2), 240–246.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.51601/ijersc.v4i2.614>
- Duha, A; Harefa, D. (2024). Pemahaman Kemampuan Koneksi Matematika Siswa SMP. CV Jejak (Jejak Publisher)
- Duha, R; Harefa, D. (2024). Kemampuan Pemecahan Masalah matematika. CV Jejak (Jejak Publisher)
- Estifaza, Yucha. (2023). *Loyalitas dan Kepuasan Konsumen Lembaga Kursus Berdasarkan Promosi, CRM dan Kepercayaan*. Bandung: CV. Intelektual Manifes Media
- Evi Susilawati; dkk. (2023). Model-model pembelajaran di era metaverse. Nuta Media
- Evi Susilawati; dkk. (2023). Project based learning dalam pembelajaran digital. Nuta Media
- Fandy Tjiptono, gregorius C. (2014). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Fau, A., Dkk. (2022). Budidaya Bibit Tanaman Rosela (*Hibiscus Sabdariffa*) Dengan Menggunakan Pupuk Organik Gebagro 77. *Tunas: Jurnal Pendidikan Biologi*, 3(2), 10–18.  
<https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/Tunas/article/view/545>
- Fau, A., Dkk. (2022). Kumpulan Berbagai Karya Ilmiah & Metode Penelitian Terbaik Dosen Di Perguruan Tinggi. CV. Mitra Cendekia Media.
- Fau, A., Dkk. (2022). Teori Belajar dan Pembelajaran. CV. Mitra Cendekia Media.
- Gaurifa, M., & Darmawan Harefa. (2023). Development Of A Cartesian Coordinate Module To The Influence Of Implementing The Round Club Learning Model On Mathematics Student Learning Outcomes. *Afore : Jurnal Pendidikan Matematika*, 2(2), 45-55.  
<https://doi.org/10.57094/afore.v2i2.1130>
- Gaurifa, M., & Darmawan Harefa. (2023). Development Of A Cartesian Coordinate Module To The Influence Of Implementing The Round Club Learning Model On Mathematics Student Learning Outcomes. *Afore : Jurnal Pendidikan Matematika*, 2(2), 45-55.  
<https://doi.org/10.57094/afore.v2i2.1130>
- Gaurifa, M., & Darmawan Harefa. (2024). Learning Mathematics In Telukdalam Market: Calculating Prices And Money In Local Trade. *Afore : Jurnal Pendidikan Matematika*, 3(2), 97-107.  
<https://doi.org/10.57094/afore.v3i2.2305>
- Gaurifa, R. H. (2024). Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Di Uptd Puskesmas

- Luahagundre Maniamolo Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 7(2), 228-240. <https://doi.org/10.57094/jim.v7i2.1355>
- Gozali, Imam. (2017). *Model Persamaan Struktur Konsep dan Aplikasi Program Amos 24*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Halawa, S., & Darmawan Harefa. (2024). The Influence Of Contextual Teaching And Learning Based Discovery Learning Models On Abilities Students' Mathematical Problem Solving. *Afore : Jurnal Pendidikan Matematika*, 3(1), 11-25. <https://doi.org/10.57094/afore.v3i1.1711>
- Harefa, D. (2022). Edukasi Pembuatan Bookcapther Pengalaman Observasi Di Smp Negeri 2 Toma. *HAGA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 69-73. Retrieved from <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/HAGA/article/view/324>
- Harefa, D. (2023). Efektivitas Model Pembelajaran Talking Chips Untuk. *Tunas: Jurnal Pendidikan Biologi*, 4(1).
- Harefa, D. (2023). Efektivitas Model Pembelajaran Talking Chips Untuk. *Tunas: Jurnal Pendidikan Biologi*, 4(1).
- Harefa, D. (2023). The Relationship Between Students' Interest In Learning And Mathematics Learning Outcomes. *Afore : Jurnal Pendidikan Matematika*, 2(2), 1-11. <https://doi.org/10.57094/afore.v2i2.1054>
- Harefa, D. (2023). The Relationship Between Students' Interest In Learning And Mathematics Learning Outcomes. *Afore : Jurnal Pendidikan Matematika*, 2(2), 1-11. <https://doi.org/10.57094/afore.v2i2.1054>
- Harefa, D. (2024). Exploring Local Wisdom Values Of South Nias For The Development Of A Conservation-Based Science Curriculum. *TUNAS : Jurnal Pendidikan Biologi*, 5(2), 1-10. <https://doi.org/10.57094/tunas.v5i2.2284>
- Harefa, D. (2024). Preservation Of Hombo Batu: Building Awareness Of Local Wisdom Among The Young Generation Of Nias. *HAGA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 1-10. <https://doi.org/10.57094/haga.v3i2.2334>
- Harefa, D. (2024). Strengthening Mathematics And Natural Sciences Education Based On The Local Wisdom Of South Nias: Integration Of Traditional Concepts In Modern Education. *HAGA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 63-79. <https://doi.org/10.57094/haga.v3i2.2347>
- Harefa, D. (2024). The Influence Of Local Wisdom On Soil Fertility In South Nias. *Jurnal Sapta Agrica*, 3(2), 18-28. <https://doi.org/10.57094/jsa.v3i2.2333>
- Harefa, D., & Fatolosa Hulu. (2024). Mathematics Learning Strategies That Support Pancasila Moral Education: Practical Approaches For Teachers. *Afore : Jurnal Pendidikan Matematika*, 3(2), 51-60. <https://doi.org/10.57094/afore.v3i2.2299>
- Harefa, D., & I Wayan Suastra. (2024). Mathematics Education Based On Local Wisdom: Learning Strategies Through Hombo Batu. *Afore : Jurnal*



- Pendidikan Matematika*, 3(2), 1-11.  
<https://doi.org/10.57094/afore.v3i2.2236>
- Harefa, D., (2017). Pengaruh Presepsi Siswa Mengenai Kompetensi Pedagogik Guru Dan Minatbelajar Siswa Terhadap Prestasi Belajar Ilmu Pengetahuan Alam (Survey pada SMK Swasta di Wilayah Jakarta Utara). *Horison Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Lingusitik*, 7(2), 49-73.
- Harefa, D., (2018). Efektifitas Metode Fisika Gasing Terhadap Hasil belajar Fisika Ditinjau dari Atensi Siswa (Eksperimen Pada Siswa Kelas VII SMP Gita Kirtti 2 Jakarta). *Faktor Jurnal Ilmiah Kependidikan* 5 (1), 35-48.
- Harefa, D., (2021). Monograf Penggunaan Model Pembelajaran Meaningful Instructional design dalam pembelajaran fisika. CV. Insan Cendekia Mandiri.  
[https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=RTogEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&ots=gMZ8djJHZu&sig=JKoLHfClIJF6V29EtTToJCrvmnI&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=RTogEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&ots=gMZ8djJHZu&sig=JKoLHfClIJF6V29EtTToJCrvmnI&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Harefa, D., (2022). Student Difficulties In Learning Mathematics. *Afore : Jurnal Pendidikan Matematika*, 1(2), 1-10.  
<https://doi.org/10.57094/afore.v1i2.431>
- Harefa, D., Budi Adnyana, P., Gede, I., Wesnawa, A., Putu, I., & Ariawan, W. (2024). Experiential Learning: Utilizing Local Wisdom Of Nias For Future Generations. *CIVIC SOCIETY RESEARCH And EDUCATION: Jurnal Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 5(2), 52-61.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.57094/jpkn.v5i2.2254>
- Harefa, D., D. (2022). Kewirausahaan. CV. Mitra Cendekia Media.
- Harefa, D., Dkk (2024). Bimbingan Belajar Matematika Tingkat SD. *HAGA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 30-38.  
<https://doi.org/10.57094/haga.v3i1.1933>
- Harefa, D., Dkk. (2022). Aplikasi Pembelajaran Matematika. CV. Mitra Cendekia Media
- Harefa, D., Dkk. (2023). Inventarisasi Tumbuhan Herbal Yang Di Gunakan Sebagai Tanaman Obat Keluarga. *Haga : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 11-21.  
<https://doi.org/10.57094/haga.v2i2.1251>
- Harefa, D., Dkk. (2023). Inventarisasi Tumbuhan Herbal Yang Di Gunakan Sebagai Tanaman Obat Keluarga. *HAGA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 11-21.  
<https://doi.org/10.57094/haga.v2i2.1251>
- Harefa, D., Dkk. (2023). Socialization Of Administrative Services In The Research And Community Service Institution At Nias Raya University. *HAGA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 93-99.  
<https://doi.org/10.57094/haga.v2i1.928>
- Harefa, D., Dkk. (2023). Teori Fisika. CV Jejak (Jejak Publisher)
- Harefa, D., Dkk. (2023). Teori Fisika. CV Jejak.  
<https://tokobukujejak.com/detail/teori-fisika-A1UFL.html>
- Harefa, D., Dkk. (2023). Teori perencanaan pembelajaran. CV Jejak.  
<https://tokobukujejak.com/detail/teori->



- perencanaan-pembelajaran-GO5ZY.html
- Harefa, D., Dkk. (2023). Teori Statistik Dasar. CV Jejak (Jejak Publisher)
- Harefa, D., Dkk. (2024). Lowalangi Dalam Konsep Tri Hita Karana Dalam Kearifan Lokal Nias. *NDRUMI: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Humaniora*, 7(2), 51.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.57094/ndrumi.v7i2.2226>
- Harefa, D., Dkk. (2024). Nilai Moral Tri Hita Karana Dalam Album “Keramat” Ciptaan H. Rhoma Irama. *Ndrumi : Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Humaniora*, 7(2), 1-15.  
<https://doi.org/10.57094/ndrumi.v7i2.2117>
- Harefa, D., Dkk. (2024). Perspektif Psikologi Pendidikan Kearifan Lokal Nusantara. Sukabumi. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Harefa, D., Sarumaha, M. ., Telaumbanua, K. ., Telaumbanua, T. ., Laia, B. ., & Hulu, F. . (2023). Relationship Student Learning Interest To The Learning Outcomes Of Natural Sciences .*International Journal of Educational Research & Social Sciences*, 4(2), 240–246.  
<https://doi.org/10.51601/ijersc.v4i2.614>
- Hondo, N. (2024). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Polisi Pamong Praja Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 7(2), 188-203.  
<https://doi.org/10.57094/jim.v7i2.1311>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya.
- Iswati, S. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Iyam Maryati, Yenny Suzana, Darmawan Harefa, I. T. M. (2022). Analisis Kemampuan Komunikasi Matematis dalam Materi Aljabar Linier. *PRISMA*, 11(1), 210–220.
- Jelita., Dkk. (2022). Bunga rampai konsep dasar IPA. Nuta Media
- Linda Darniati Zebua (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Di Toko Imelda Ponsel Telukdalam. Vol 5 No 1 (2022): *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*
- Manao, I. K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Di Ud. Anis Berkat Kecamatan Telukdalam. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 7(2), 204-215.  
<https://doi.org/10.57094/jim.v7i2.1338>
- Mendrofa, F. (2024). Pengaruh Semangat Kerja Terhadap Efektivitas Organisasi Badan Kepegawaian Daerah Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 7(2), 216-227.  
<https://doi.org/10.57094/jim.v7i2.1346>
- Molli Wahyuni., dkk. (2023). Statistik multivariat. Nuta Media
- Mulyawan, R. (2016). *Birokrasi dan Pelayanan Publik*. Jakarta: UNPAD
- Ndruru, P. (2024). Pengaruh Komunikasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Camat Hilisalawa’ahe. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 7(2), 241-253.  
<https://doi.org/10.57094/jim.v7i2.1373>
- Nehe., F., Z., Dkk (2024). *Model Pembelajaran Contextual Teaching and Learning (CTL) terhadap Kemampuan Pemahaman Konsep Matematis Siswa pada Materi Dimensi Tiga*. Sukabumi. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Nurhani Gowasa (2022). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap

- Kepuasan Kerja Pegawai Di Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (Samsat) Telukdalamvol 5 No 1 (2022): Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan
- Pertiwi Dewi. (2021). *Pemasaran Jasa Pariwisata di Lengkapi dengan Model Penelitian Pariwisata Gedung Hertage Bandung raya*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Rachman. (2021). *Manajemen Pelayanan Publik*. CV. Tahta Media Group.
- Rahayu, S. (2019). *Kepuasan & Loyalitas Pelanggan Terhadap Obyek Wisata*. Palembang: CV. Anugrah Jaya.
- Ratih Hurryyati. (2018). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta, cv.
- Rita Sari., Dkk. (2022). *Metode penelitian SD/MI*. Nuta Media
- Rustiani Duha, & Darmawan Harefa. (2024). *Kemampuan Pemecahan Masalah Matematika*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- sa'adah, Indriyani. (2021). *Penerapan Customer Relationship Management pada* CV. zam. Jombang: Universitas KH. wahab Hasbullah.
- Salim. (2019). *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian Konsep dan Teori*. Malang: Media Nusa Creative.
- Sarumaha, M, S., Dkk. (2023). *Model-model pembelajaran*. CV Jejak. <https://tokobukujejak.com/detail/model-model-pembelajaran-0BM3W.html>
- Sarumaha, M,S., Dkk. (2023). *Pendidikan karakter di era digital*. CV. Jejak. <https://tokobukujejak.com/detail/pendidikan-karakter-di-era-digital-X4HB2.html>
- Sarumaha, M., & Harefa, D. (2022). *Model Pembelajaran Inquiry Terbimbing Terhadap Hasil Belajar Ipa Terpadu Siswa*. NDRUMI: Jurnal Pendidikan Dan Humaniora, 5(1), 27–36. <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/NDRUMI>
- Sarumaha, M., Dkk. (2023). *Sosialisasi Tumbuhan Ciplukan (Physalis Angulata L.) Sebagai Obat Tradisional*. HAGA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(2), 22-35. <https://doi.org/10.57094/haga.v2i2.1994>
- Sarumaha, M., Dkk. (2024). *Pendidikan Berbasis Kearifan Lokal Nias Selatan: Membangun Identitas Budaya Pada Generasi Muda*. 12(3), 663. <https://doi.org/10.37081/ed.v12i3.6585>
- Simanulang, N.R., Dkk. (2022). *Kumpulan aplikasi materi pembelajaran terbaik sekolah menengah atas*. CV. Mitra Cendekia Media
- Sri Firmiaty., Dkk. (2023). *Pengembangan peternakan di Indonesia*. Nuta Media
- Srisusilawati. (2020). *Kualitas Pelayanan dan Strategi Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah*. Jawa Tengah: CV. Pena Persada.
- Sudarsono. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jawa Timur: CV. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2018). *Teknik Proyeksi Bisnis Teori dan Aplikasi dengan Microsoft*. Yogyakarta: Andi.
- Telaumbanua, K., & Harefa, D. (2024). *Efektivitas Layanan Penguasaan Konten Dalam Meningkatkan Kreativitas Belajar*. FAGURU: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Keguruan, 3(2), 16-29. <https://doi.org/10.57094/faguru.v3i2.1919>

- Toni Hidayat, Amaano Fau, & Darmawan Harefa. (2023). Pengaruh Model Pembelajaran Index Card Match Terhadap Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Ipa Terpadu. *TUNAS : Jurnal Pendidikan Biologi*, 4(1), 61 - 72. <https://doi.org/10.57094/tunas.v4i1.885>
- Tonius Gulo, D. H. (2023). Identifikasi Serangga ( Insekta ) yang merugikan Pada Tanaman Cabai Rawit di Desa Sisarahili Ekholo Kecamatan Lolowau Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Sapta Agrica*, 2(1), 50–61.
- Tonius Gulo, D. H. (2023). Identifikasi Serangga ( Insekta ) yang merugikan Pada Tanaman Cabai Rawit di Desa Sisarahili Ekholo Kecamatan Lolowau Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Sapta Agrica*, 2(1), 50–61.
- Umi Narsih, D. (2023). Bunga rampai “Kimia Analisis farmasi.” Nuha Medika. <https://www.numed.id/produk/bunga-rampai-kimia-analisis-farmasi-penulis-umi-narsih-faidliyah-nilna-minah-dwi-ana-anggorowati-rini-kartika-dewi-darmawan-harefa-jelita-wetri-febrina-a-tenriugi-daeng/>
- Vinna Sri Yuniarti. (2015). *Perilaku Konsumen*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Warnadi, Triyono. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Waruwu, A. I. (2024). Pengaruh Disiplin Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Aparatur Desa Di Kecamatan Huruna Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 7(2), 17-30. <https://doi.org/10.57094/jim.v7i2.1916>
- Wau, Christiana Surya W. 2022. students' Difficulties In Writing Definition Paragraph At The Third Semester Students Of English Language Education Study Program Of STKIP Nias Selatan. *FAGURU : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Keguruan Universitas Nias Raya (UNIRAYA)*, 1 (1), 1-9
- Werniawati Sarumaha .(2022). Vol 5 No 1 (2022) Pengaruh Budaya Organisasi Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Camat Telukdalam Kabupaten Nias Selatan: *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*
- Zaid. (2021). *Ekuitas Merek dan Advokasi Pelanggan*. Jawa Timur: Academi Publicasi.
- Zebua, N. R. (2024). Analisis Swot Pada Usaha Rumah Makan Nasional. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 7(2), 1-16. <https://doi.org/10.57094/jim.v7i2.1855>