

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
DALAM MEMBELI SEPEDA MOTOR DI  
BUDI AGUNG MOTOR KARANGANYAR**



**ARTIKEL PUBLIKASI ILMIAH**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memenuhi Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

**Disusun Oleh:**

**EKO SUPRIYANTO**

**B100100106**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2015**

## PENGESAHAN

Yang bertandatangan dibawah ini telah membaca Naskah Publikasi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBELI SEPEDA MOTOR DI  
BUDI AGUNG MOTOR KARANGANYAR**

Yang ditulis oleh :

**EKO SUPRIYANTO**

**B 100100106**

Penandatanganan berpendapat bahwa usulan penelitian tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 27 Maret 2015

Pembimbing




( Zulfa Irawati, SE, M.si )

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



  
(Dr. Triyono, SE, M.si)

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBELI SEPEDA MOTOR  
DI BUDI AGUNG MOTOR KARANGANYAR**

**Disusun Oleh :**

**EKO SUPRIYANTO**

**B100100106**

**ABSTRAKSI**

Tujuan penelitian ini adalah : 1) Untuk menganalisis Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam pembelian sepeda motor di Budi Agung Motor Karanganyar. 2) Untuk menganalisis Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam pembelian sepeda motor di Budi Agung Motor Karanganyar. 3) Untuk menganalisis Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam pembelian sepeda motor di Budi Agung Motor Karanganyar. Penelitian ini menggunakan sampel 100 responden, metode pengumpulan data dengan kuesioner dan metode pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji kuesioner yang terdiri dari Uji Validitas dan Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Autokorelasi, dan Uji Regresi Linear Berganda (Uji t, Uji F, dan Koefisien Determinasi ( $R^2$ )). Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas seluruh item pertanyaan adalah valid dan reliabel. Hasil analisis menunjukkan data tersebar normal, atau tidak terjadi multikolinieritas yang serius, Uji Heteroskedastisitas tidak terjadi Heteroskedastisitas, tidak ada autokorelasi baik positif atau negatif. Uji t menunjukkan bahwa Kualitas Produk ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan sehingga parsial terhadap Kepuasan Pelanggan dan variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan sehingga parsial terhadap Kepuasan Pelanggan. Uji F menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,525 artinya Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) sebesar 52,5% sedangkan sisanya sebesar 47,5% dijelaskan oleh variabel lain diluar model. Penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Leksono (2009), Harjanto (2010), Manulang (2008), dan Adi (2012).

Kata kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

## **PENDAHULUAN**

Tingkat persaingan dunia usaha di Indonesia sangat ketat, karena setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Perusahaan harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangi persaingan, sehingga tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai. Pada dasarnya semakin banyak pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan harapannya. Sehingga konsekuensi dari perubahan tersebut adalah pelanggan menjadi lebih cermat dan pintar menghadapi setiap produk yang diluncurkan.

Dalam proses penyampaian produk kepada pelanggan dan untuk mencapai tujuan perusahaan yang berupa penjualan produk yang optimal, maka kegiatan pemasaran dijadikan tolak ukur oleh setiap perusahaan. Sebelum meluncurkan produknya perusahaan harus mampu melihat atau mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Jika seorang pemasar mampu mengidentifikasi kebutuhan konsumen dengan baik, mengembangkan produk berkualitas, menetapkan harga, serta mempromosikan produk secara efektif maka produk-produknya akan laris dipasaran (David W Cravens, 1996 dalam Novandri, 2010). Oleh karena itu jika segala kegiatan perusahaan harus selalu dicurahkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan kemudian konsumen akan memutuskan membeli produk tersebut, sehingga pada akhirnya tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba akan tercapai, merupakan hal yang sudah sewajarnya.

Perusahaan harus mampu mengenal apa yang menjadi kebutuhan dan harapan konsumen saat ini maupun yang akan datang. Konsumen sebagai individu dalam mendapatkan atau membeli barang telah melalui proses-proses atau tahapan-tahapan terlebih dahulu seperti mendapatkan informasi baik melalui iklan atau referensi dari orang lain kemudian membandingkan produk satu dengan produk lain sampai akhirnya pada keputusan membeli produk itu. Perilaku konsumen tersebut merupakan fenomena yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran perusahaan, yaitu perilaku konsumen dalam melakukan pembelian (Dharmesta dan Irawan, 2001). Demikian juga terjadi pada perusahaan otomotif di Indonesia, khususnya sepeda motor. Dengan banyaknya perusahaan otomotif yang ada di Indonesia, maka konsumen akan lebih selektif dalam

menentukan merek sepeda motor yang digunakan sebagai alat transportasi. Munculnya produsen sepeda motor dari cina semakin memperketat persaingan industri sepeda motor di Indonesia. Namun hingga saat ini sepeda motor jepang tetap menjadi pilihan utama bagi masyarakat Indonesia karena berbagai macam keunggulan yang dimilikinya. Keputusan konsumen dalam menentukan atau memilih sepeda motor tertentu bukanlah hal yang begitu saja terjadi. Banyak pertimbangan yang dilakukan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk misalnya, kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan iklan Engel (1994 dalam Novandri, 2010).

Berdasarkan pada latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul: “ ***ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBELI SEPEDA MOTOR DI BUDI AGUNG MOTOR KARANGANYAR*** ”.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **A. Pemasaran**

Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan pada usaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran menurut Dharmesta (1996, dalam Cahyono, 2005:17). Jadi pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang mana seseorang atau kelompok memperbolehkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai.

### **B. Kualitas Produk**

Menurut Kotler and Armstrong ( 2013: 283 dalam Saidani dan Arifin, 2012 ) arti dari kualitas produk adalah “ *the ability of a product to perform it functinons, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes* ” yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

### **C. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Menurut Tjiptono (1998 dalam Sari, 2013) mengemukakan bahwa pelayanan atau jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan sebagai pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan para pelanggan.

### **D. Kepuasan Pelanggan**

Menurut hal yang diungkapkan Zeithaml & Bitner (2008:110 dalam Saidani dan Arifin, 2012) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dan kinerja aktual jasa. Sementara menurut Dutka (1998 dalam Saidani dan Arifin, 2012) terdapat tiga dimensi dalam mengukur kepuasan pelanggan secara universal yaitu:

- a. *Attributes related to product* yaitu dimensi kepuasan yaitu berkaitan dengan atribut dari produk seperti penetapan nilai yang didapatkan dengan harga, kemampuan produk menentukan kepuasan, benefit dari produk tersebut.
- b. *Attributes related to service* yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari pelayanan misalnya dengan garansi yang dijanjikan, proses pemenuhan pelayanan atau pengiriman, dan proses penyelesaian masalah yang diberikan.
- c. *Attributes related to purchase* yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari keputusan untuk membeli atau tidaknya dari produsen seperti kemudahan mendapat informasi, kesopanan karyawan dan juga pengaruh reputasi perusahaan.

### **E. Sikap Konsumen Terhadap Produk**

#### **1. Perilaku Konsumen**

Menurut Dharmesta dan Handoko (1997 dalam Novandri, 2010) perilaku konsumen adalah kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempengaruhi barang dan jasa, termasuk didalam pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut.

## **2. Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian merupakan keputusan konsumen untuk membeli suatu produk setelah sebelumnya memikirkan tentang layak tidaknya membeli produk itu dengan mempertimbangkan informasi-informasi yang ia ketahui dengan realitas tentang produk itu setelah ia menyaksikannya.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan desain penelitian eksplanatori dimana jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif dan kausal. Menurut Maholtra (2009:100) desain kausal adalah penelitian yang meneliti adanya hubungan yang bersifat sebab akibat dari masing-masing variabel. Penelitian kausal dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta atau pengaruh dari masing-masing variabel. Sedangkan desain deskriptif menurut Maholtra (2009:93) adalah salah satu jenis penelitian konklusif yang bertujuan untuk mendapatkan bagaimana variabel independen yaitu variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan dan juga variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan.

### **B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel**

#### **1. Populasi**

Populasi adalah jumlah keseluruhan objek (satuan-satuan atau individu-individu) yang karakteristiknya hendak diduga (Djarwanto dan Subagyo, 2005). Populasi dalam penelitian ini adalah penduduk asli Karanganyar yang pernah membeli sepeda motor di Budi Agung Motor Karanganyar.

#### **2. Sampel**

Suatu penelitian terkadang memiliki jumlah populasi yang sangat banyak sehingga tidak memungkinkan untuk melakukan penelitian secara menyeluruh. Untuk itu diperlukan sebagian dari populasi tersebut yang dapat mewakili dari populasi yang ada.

### **3. Teknik Pengambilan Sampel**

Dalam penelitian peneliti menggunakan teknik *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu ( Sugiyono, 2004 ).

### **C. Data dan Sumber Data**

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### **1. Data Primer**

Data Primer merupakan data yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original (Kuncoro, 2003: 127). Dalam penelitian ini dengan melakukan survei konsumen tentang kualitas produk dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen di Budi Agung Motor Karanganyar sebanyak 100 responden.

#### **2. Data Sekunder**

Data Sekunder merupakan data yang dikumpulkan oleh lembaga pengumpul dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data (Kuncoro, 2003: 127). Data sekunder dalam penelitian ini berupa buku, jurnal-jurnal, dan dokumen lainnya yang ada hubungannya dengan materi kajian.

### **D. Metode Pengumpulan Data**

#### **1. Kuesioner**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan instrumen pengumpul data dengan metode kuesioner, metode kuesioner adalah metode pengumpul data dengan menggunakan daftar pertanyaan. Isi daftar pertanyaan berkenaan dengan fakta yang berhubungan dengan responden dan pendapat responden tentang variabel penelitian.

#### **2. Observasi**

Observasi merupakan metode penelitian dimana peneliti terjun langsung dan melakukan pengamatan secara langsung kepada objek penelitian.



### **3. Wawancara**

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara mewawancarai secara langsung dengan personalia atau karyawan Budi Agung Motor yang relevan dan berkepentingan dengan penelitian dan jenis data yang dibutuhkan.

## **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

### **A. Deskripsi Responden**

Data kuesioner yang telah disebarkan berhasil terkumpul sebanyak 100 buah sedangkan penyebarannya dilakukan dengan cara membagikan kuesioner tersebut secara langsung kepada responden, yaitu dengan melakukan survei konsumen tentang Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen di Budi Agung Motor Karanganyar sebanyak 100 responden dan memberikan penjelasan-penjelasan atas setiap item pertanyaan yang tertulis dalam kuesioner.

### **B. Pembuktian Hipotesis**

Pada bagian ini menjelaskan bahwa seberapa besar setiap masing-masing variabel pada Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji kuesioner yang terdiri dari Uji Validitas dan Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Autokorelasi, dan Uji Regresi Linear Berganda (Uji t, Uji F, dan Koefisien Determinasi ( $R^2$ )). Hasil analisis tersebut dilakukan dengan program *SPSS 17.00 for windows* dalam melakukan analisis penelitian ini.

### **C. Pembahasan**

1. Kualitas Produk ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada pembelian sepeda motor di Budi Agung Motor Karanganyar.

Berdasarkan hasil menunjukkan bahwa Kualitas Produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan atau karena  $t.sig (0,000)$

lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha$ ) maka secara signifikan Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan, hal ini karena pelanggan memahami dalam memutuskan atau melakukan pembelian karena daya tahan mesin sepeda motor Honda lebih tangguh daripada sepeda motor merek lain, memiliki umur ekonomis yang lama dari pada sepeda motor merek lain, model atau penampilan sepeda motor Honda lebih menarik dan mengesankan, sehingga dapat menambah percaya diri saat mengendarainya, suku cadang sepeda motor Honda mudah dicari dan harganya terjangkau, perawatan sangat mudah dan tidak terlalu ribet untuk urusan perawatan.

Berdasarkan hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Adi (2012) yang menyatakan bahwa Kualitas Produk mempunyai pengaruh Kepuasan Pelanggan.

2. Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada pembelian sepeda motor di Budi Agung Motor Karanganyar.

Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan atau karena  $t_{sig}$  (0,000) lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha$ ) maka secara signifikan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan, hal ini dikarenakan *showroom* sepeda motor di Budi Agung Motor Karanganyar sangat bersih, sangat lengkap, konsumen tidak menunggu lama untuk dilayani oleh karyawan, karyawan selalu merespon / menanggapi keluhan dan menjalin hubungan komunikasi yang baik kepada pelanggan.

Berdasarkan hasil tersebut sesuai dengan penelitian Leksono (2009), Harjanto (2010), Manulang (2008), Adi (2012) yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

3. Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada pembelian sepeda motor di Budi Agung Motor Karanganyar.

Berdasarkan hasil analisis uji Fhitung  $>$  Ftabel ( $53,509 > 4,00$ ), maka  $H_0$  ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) atau karena  $F_{sig}$  (0,000) lebih kecil dari dari 0,05 ( $\alpha$ ) maka Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan

Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) di Budi Agung Motor Karanganyar.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Leksono (2009), Harjanto (2010), Manulang (2008), dan Adi (2012) yang menyatakan bahwa Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ).

Hasil analisis data yang menggunakan bantuan komputer program SPSS for windows maka dapat diperoleh *R square* ( $R^2$ ) sebesar 0,525, hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 52,5%. Sedangkan sisanya ( $100\% - 52,5\% = 47,5\%$ ) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel yang diteliti.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis tentang pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Budi Agung Motor Karanganyar pada BAB IV penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis uji  $t$  diperoleh Kualitas Produk ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) atau karena  $t.sig$  (0,000) lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha$ ) maka secara signifikan Kualitas Produk ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ). Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) atau karena  $t.sig$  (0,000) lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha$ ) maka secara signifikan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) (Hipotesis 1 dan 2 terbukti).
2. Hasil analisis uji  $F$  diperoleh  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $53,509 > 4,00$ ), maka  $H_0$  ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) atau karena  $F.sig$  (0,000) lebih kecil dari dari 0,05 ( $\alpha$ ) maka Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Kualitas

Pelayanan ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) (Hipotesis 3 terbukti).

3. Hasil analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) diperoleh *R square* ( $R^2$ ) sebesar 0,525, hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) sebesar 52,5%. Sedangkan sisanya ( $100\% - 52,5\% = 47,5\%$ ) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel yang diteliti.

## **B. Saran**

Adanya berbagai temuan serta keterbatasan yang ada pada penelitian ini, maka penulis akan memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi *Showroom* Sepeda Motor di Budi Agung Motor Karanganyar diharapkan terus meningkatkan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan yang ada agar pelanggan tertarik karena adanya pelayanan diberikan pihak *Showroom* sepeda motor di Budi Agung Motor Karanganyar, dengan memberikan pelatihan kepada karyawan dan mendengar saran serta menjalankan saran yang diberikan oleh pelanggan sehingga pelanggan merasa pendapatnya didengar dan merasa bahwa ia menjadi bagian dari *Showroom* di Budi Agung Motor Karanganyar
2. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan agar lebih memperluas jangkauan penelitian dengan menambahkan sampel dan/atau mencari faktor-faktor lain yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Achmad, Nur Dan Kuswati, Rini. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta.
- Adi Albertus F.R. 2012. "*Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Warung Spesial Sambal Cabang Lamperasari)*". Semarang: ———
- Arifin, Adyatma. 2012. "Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pasta Gigi Pepsodent Di Kota Makassar". *Skripsi*. (Tidak Di Terbitkan). Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Cahyono, Dwi. 2005. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Minuman Air Mineral Aqua (Studi Kasus Mahasiswa Universitas

- Sebelas Maret Surakarta)”. *Skripsi*. (Tidak Di terbitkan). Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Dharmesta, Basu. S. 2005. *Manajemen Penjualan*. BPFE. Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- Dharmesta, Basu. S Dan Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta.
- Djarwanto , Subagyo. 2005. *Statistik Induktif*. Edisi Keempat. Cetakan Keempat. BPFE. Yogyakarta.
- Ferdinand, Agusty Tae. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi II. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gendro, Wiyono. 2011. *Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0 : Percetakan STIM YKPM*. Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analysis Multivariate Dengan Program SPSS*. UNDIP. Semarang.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analysis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Griffin, Jill. 2003. “Customer Loyalty *Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*”. Erlangga. Jakarta.
- Handoko, T. Hani. 2000. *Manajemen Perilaku Konsumen*. Liberty. Yogyakarta.
- Harjanto, Ryan. N. 2010. “Analisis Pengaruh Harga, Produk, Kebersihan, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Restoran Mamamia Cabang Mrican Semarang)”. *Skripsi*. (Tidak Di Terbitkan). Universitas Diponegoro. Semarang
- Hidayat, Rachmad. 2009. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*. VOL II. NO 1: \_\_\_\_\_
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Kedelapan. Penerbit Erlangga. Alih Bahasa Damos Sihombing, M.B.A. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2003. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Jilid 1. Indeks Gramedia. Alih Bahasa Alexander Sandoro. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid II. Edisi Kesebelas. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Alih Bahasa Drs. Benyamin Molan. Jakarta.
- Kotler, Philip Dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua belas. Penerbit Erlangga. Alih Bahasa Bob Sobran, M.M. Erlangga. Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajat. 2003. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi, Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis?*, Erlangga: Jakarta.
- Kusumanegara, Erlangga. T. 2012. “Analisis Pengaruh Harga, Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Di Baskin Robbins Ice Cream Mal Ciputra Semarang”. *Skripsi*. (Tidak Di Terbitkan). Universitas Diponegoro. Semarang.
- Leksono, Bagus. T. 2009. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Jateng Cabang Utama Semarang)”. Semarang: \_\_\_\_\_
- Lupiyodadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Ketiga. Salemba Empat. Jakarta.

- Malhotra, Naresh. K. 2006. *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan*. Edisi Keempat. Jilid 2. Edisi Bahasa Indonesia Terjemahan Oleh Maryam. Indeks. Jakarta.
- Manulang, Ida. 2008. “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan*”. Medan: \_\_\_\_\_
- Nugraha, Riandi. C. 2011. “Analisis Pengaruh Harga, Produk, Kebersihan, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Jepang Nagoya Fushion Solo”. *Skripsi*. Tidak di Terbitkan. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.
- Novandri, Made. 2010. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Harpindo Jaya Cabang Ngaliyan”. *Skripsi*. (Tidak Di Terbitkan). Universitas Diponegoro. Semarang.
- Priyatno, Dwi. 2013. *Analisis Korelasi, Regresi Dan Multivariate Dengan SPSS*. Gava Media: Yogyakarta.
- Saidani, Basrah Dan Arifin, Samsul. 2012. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ranch Market: *Jurnal Riset Pemasaran Sains Indonesia (JRMSI)*. VOL 3. No 1.
- Santoso, Singgih Dan Tjiptono, Fandy. 2001. *Riset Pemasaran Konsep Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Penerbit PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Sari, Kiki, M.D. 2013. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Spesial Sambal Di Pabelan”. *Skripsi*. (Tidak Di terbitkan). Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.
- Sinaga, Pratua. P.H. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Warnet Chamber Semarang*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Sugiyono. 2001. *Perilaku Pembelian Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Rosda: Bandung.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2007. *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Subagyo, Pangestu Dan Djarwanto. 2005. *Statistika Induktif*. BPFE: Yogyakarta.
- Supriyanto. 2009. *Metodologi Riset Bisnis*. PT. Indeks: Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fendy. 2008. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima* . Penerbit Andi. Yogyakarta.