

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN  
KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA RUMAH  
MAKAN SPESIAL SAMBAL DI SURAKARTA**



**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:**

**RIYADI**

**B100100105**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2015**

## PENGESAHAN

Yang bertandatangan dibawah ini telah membaca Naskah Publikasi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN  
KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA RUMAH  
MAKAN SPESIAL SAMBAL DI SURAKARTA**

Yang ditulis oleh :

**RIYADI**

**B 100100105**

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

Surakarta, April 2015

Pembimbing



( Zulfa Irawati, SE, M.Si )

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



  
(Dr. Triyono, SE, M.Si)

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN  
KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA RUMAH  
MAKAN SPESIAL SAMBAL DI SURAKARTA**

**Disusun Oleh :**

**RIYADI**

**B100100105**

**ABSTRAKSI**

Tujuan penelitian ini adalah : 1) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Spesial Sambal di Surakarta. 2) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Spesial Sambal di Surakarta. 3) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Spesial Sambal di Surakarta. Penelitian ini mengambil sampel 100 responden, metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan metode pengambilan sampel menggunakan *Non Probability 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 Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas dan Uji Autokorelasi, Uji hipotesis yang terdiri dari Analisis Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, dan Koefisien Determinasi ( $R^2$ ). Hasil penelitian Uji Validitas dan Uji Reliabilitas menunjukkan seluruh item pertanyaan Valid dan Reliabel. Uji Normalitas menunjukkan data tersebar normal, Uji Multikolinearitas menunjukkan variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen bebas Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas menunjukkan tidak terjadi Heteroskedastisitas, Uji Autokorelasi menunjukkan tidak ada Autokorelasi baik positif atau negatif. Uji t menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Selain itu Variabel Kepuasan Konsumen ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Uji F menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kepuasan Konsumen ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,539 artinya Loyalitas Pelanggan (Y) dipengaruhi oleh variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kepuasan Konsumen ( $X_2$ ) sebesar 53,9%. Sedangkan sisanya sebesar 46,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar model. Penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Putriandari (2011), Prasetyo (2013), dan Sinaga (2012).

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Pelanggan.

## PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha saat ini menuntut orang untuk selalu dinamis, dalam arti selalu mengikuti perubahan yang terjadi. Hal ini memicu semakin tajamnya persaingan antar industri maupun antar perusahaan. Dalam industri, yang berpenghasilan barang maupun jasa. Kondisi persaingan yang ketat membuat konsumen sangat rentan untuk berubah-ubah, sehingga setiap perusahaan dituntut untuk mengikuti perubahan keinginan konsumen secara terus menerus. Pada persaingan seperti ini, setiap perusahaan dituntut untuk mengoptimalkan sumber daya ekonominya guna meningkatkan daya saing produknya di pasaran. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Kotler dan Armstrong, 2008).

Hal tersebut diiringi dengan tuntutan konsumen yang semakin meningkat akan layanan yang baik dan produk yang bermutu. Menghadapi pasar yang seperti ini perusahaan harus meningkatkan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) yang dimiliki kalau mau tetap bertahan dalam persaingan industri. Kualitas Pelayanan menjadi salah kunci utama keberhasilan. Hal tersebut sependapat dengan pendapat Kualitas Pelayanan menurut Tjiptono (2005) dimana Kualitas Pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan adanya Kualitas Pelayanan yang baik tentunya juga akan mempengaruhi rasa kepercayaan konsumen. Menurut Morgan dan Hunt (2004 dalam Sari, 2013) mendefinisikan kepercayaan adalah rasa percaya, kepada mitra dimana seseorang berhubungan. Dengan kualitas yang baik akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan baik dengan perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan meminimalkan pengalaman yang tidak menyenangkan dari konsumen. Kepuasan Konsumen dapat menciptakan kesetiaan dan Loyalitas Pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan (Tjiptono, 2005:54).

Berdasarkan uraian dari permasalahan diatas, maka Saya tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, “***ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN SPESIAL SAMBAL DI SURAKARTA***”.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **A. Pemasaran**

Menurut Kotler (2005 dalam Adisaputro, 2010:5) mendefinisikan pemasaran adalah proses sosial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan (*needs*) dan inginkan (*wants*) melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran secara bebas dari barang dan jasa yang bernilai dengan pihak lain.

### **B. Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono (2005 dalam Wiguno, 2014:12) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

### **C. Perilaku Konsumen**

Menurut Sumarwan (2011:5 dalam Kosasih dan Fadilah, 2013) mendefinisikan bahwa perilaku konsumen merupakan semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal diatas atau kegiatan mengevaluasi.

### **D. Kepuasan Konsumen**

Menurut Kotler (2007 dalam Wiguno, 2014:14) mendefinisikan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

## **E. Loyalitas Pelanggan**

Loyalitas pelanggan adalah kunci utama dari perusahaan untuk menang dalam persaingan, baik dalam perusahaan jasa maupun perusahaan barang (Tjiptono, 2005:24).

## **METODA PENELITIAN**

### **A. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Sampel**

Populasi adalah jumlah keseluruhan objek (satuan-satuan atau individu-individu) yang karakteristiknya hendak diduga (Djarwanto dan Subagyo, 2005). Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan Rumah Makan Spesial Sambal di kota Surakarta yang pernah berkunjung ke Rumah Makan Sepesial Sambal di Manahan.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi dan jumlahnya lebih sedikit dari populasi (Djarwanto dan Subagyo, 2005:108). Pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu masyarakat di kota Surakarta sebagai pembeli ke Rumah Makan Spesial Sambal di Manahan dengan menggunakan metode *Non Probability Sampling*, dimana elemen-elemen populasi tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel (Indriantoro dan Supomo, 2002:130).

### **B. Sumber Data**

Sumber data dan jenis 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). Penyebaran kuesioner kepada konsumen di Rumah Makan Spesial Sambal di Manahan ditujukan untuk memperoleh data tentang kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, dan loyalitas pelanggan.

#### **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.

### **C. Teknik 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. Wawancara Langsung**

Wawancara langsung adalah teknik pengumpulan data dengan cara mewawancarai responden atau objek penelitian dengan tatap muka, melalui telepon atau melalui panduan kuesioner yaitu berupa pertanyaan yang sudah disiapkan dan akan diisi oleh responden (Sinaga, 2010).

#### **3. Observasi**

Observasi adalah metode dengan melakukan pengamatan secara langsung kepada objek yang dituju (Sinaga, 2010). Pengamatan ini dilakukan secara langsung terhadap keadaan atau lokasi dengan suasana yang ada dan pelayanan yang dirasa oleh konsumen.

## **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 Pelayanan dan Kepuasan Konsumen mempengaruhi Loyalitas Pelanggan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen pada Rumah Makan Spesial Sambal di Surakarta 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 Pelayanan dan Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap variabel Loyalitas Pelanggan. 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 Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas dan Uji Autokorelasi, Uji hipotesis yang terdiri dari Analisis Regresi Linier 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 Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Spesial Sambal di Surakarta**

Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Spesial Sambal di Surakarta, hal ini dikarenakan fasilitas yang ada pada rumah makan spesial sambal memberikan kenyamanan bagi pelanggan, informasi yang diberikan karyawan atau staf sangat membantu pelanggan, karyawan tanggap dalam membantu memberikan pelayanan kepada pelanggan, pelayanan yang telah diberikan karyawan cukup membantu kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa besar nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 0,126 yang artinya apabila variabel Kualitas Pelayanan meningkat sebesar satu-satuan maka Loyalitas Pelanggan meningkat sebesar 0,126 dan sebaliknya. Hal ini berarti bahwa setiap terjadi peningkatan Kualitas Pelayanan, maka Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Spesial Sambal di Surakarta

semakin mengalami peningkatan dan sebaliknya. Hasil pengolahan data untuk variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $5,539 > 2,000$ ) maka hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan atau karena  $t_{sig}$  ( $0,000$ ) lebih kecil dari  $0,05$  ( $\alpha$ ) maka secara signifikan Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Spesial Sambal di Surakarta.

Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo (2013), dan Sinaga (2012) yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

## **2. Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Spesial Sambal di Surakarta**

Kepuasan Konsumen ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Spesial Sambal di Surakarta, hal ini dikarenakan pelayanan yang telah diberikan memberikan rasa puas terhadap pelanggan, memperhatikan pelanggan yang merasa memiliki keluhan pada pelayanan maupun fasilitas yang tersedia pada Rumah Makan Spesial Sambal, kualitas sarana dan prasarana menunjang kenyamanan para pelanggan, pelanggan merasa puas dengan rasa dari produk makanan yang ditawarkan pada Rumah Makan Spesial Sambal di Surakarta.

Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa besar nilai koefisien regresi variabel Kepuasan Konsumen ( $X_2$ ) sebesar  $0,381$  yang artinya apabila variabel Kepuasan Konsumen meningkat sebesar satu-satuan maka Loyalitas Pelanggan meningkat sebesar  $0,381$ . Hal ini berarti bahwa setiap terjadi peningkatan Kepuasan Konsumen, maka Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Spesial Sambal di Surakarta semakin mengalami peningkatan dan sebaliknya. Hasil pengolahan data untuk variabel Kepuasan Konsumen ( $X_2$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari

$t_{\text{tabel}} (7,644 > 2,000)$  maka hal ini menunjukkan bahwa Kepuasan Konsumen ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan atau karena  $t_{\text{sig}} (0,000)$  lebih kecil dari  $0,05 (\alpha)$  maka secara signifikan Kepuasan Konsumen ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Spesial Sambal di Surakarta.

Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Putriandari (2011), Prasetyo (2013), dan Sinaga (2012) yang menyatakan bahwa Kepuasan Konsumen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

### **3. Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Spesial Sambal di Surakarta**

Berdasarkan hasil analisis uji  $F_{\text{hitung}}$  lebih besar  $F_{\text{tabel}}$  ( $56,786 > 4,00$ ), maka hal ini berarti variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kepuasan Konsumen ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan ( $Y$ ) pada Rumah Makan Spesial Sambal di Surakarta.

Hasil perhitungan analisis data yang menggunakan bantuan komputer program SPSS *for windows* maka dapat diperoleh  $R^2$  sebesar 0,539, berarti variasi perubahan variabel Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Spesial Sambal di Surakarta dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kepuasan Konsumen ( $X_2$ ) dimana kedua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 53,9%. Sedangkan sisanya sebesar 46,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Putriandari (2011) yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis tentang pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Spesial Sambal di Surakarta pada bab IV penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil analisis regresi linier berganda  $Y = 0,126 + 0,381 X_1 + 0,587 X_2 + e$ , dengan koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan 0,381 dan variabel Kepuasan Konsumen 0,587.
2. Hasil analisis uji t diketahui :
  - a. Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini didukung  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $5,539 > 2,000$ ) dan nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha$ ) (Hipotesis 1 terbukti).
  - b. Kepuasan Konsumen ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini didukung  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $7,644 > 2,000$ ) dan nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha$ ) (Hipotesis 2 terbukti).
3. Hasil analisis uji F diketahui  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $56,786 > 4,00$ ), maka  $H_0$  ditolak, berarti secara bersama-sama variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kepuasan Konsumen ( $X_2$ ) secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) sehingga model yang digunakan adalah fit (Hipotesis 3 terbukti).
4. Hasil analisis uji Koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh  $R^2$  sebesar 0,539, berarti variasi perubahan variabel Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Spesial Sambal di Surakarta dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kepuasan Konsumen ( $X_2$ ) dimana kedua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 53,9%. Sedangkan sisanya sebesar 46,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

## B. Saran

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

1. Bagi Rumah Makan Spesial Sambal di Surakarta sebaiknya tetap meningkatkan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen sehingga Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Spesial Sambal di Surakarta semakin mengalami peningkatan.
2. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan agar lebih memperluas jangkauan penelitian dengan menambahkan sampel atau menggunakan (memakai) variabel lain yang dapat berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan antara lain Kualitas Jasa, Kepercayaan, dan Lokasi untuk membuktikan kembali Hipotesis dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi pertama. Yogyakarta : Cetakan pertama. STIM YKPN.
- Djarwanto dan Pangestu, Subagyo. 2005. *Statistik Induktif*. Edisi keempat. Yogyakarta : Cetakan Keempat. BPFE.
- Elistia dan Rizan, Muhammad. 2014. Pengaruh Citra Toko, Private Brand, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Supermarket. *Jurnal Aktualita Manajemen, Vol. 5 No. 1, Hal : 1-14*. Jakarta : Universitas Esa Unggul.
- Gendro, Wiyono. 2011. *Merancang penelitian bisnis dengan alat analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0*. Yogyakarta : Percetakan STIM YKPN Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2011. *Ekonometrika*. Cetakan Kedua. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang : UNDIP.
- Griffin, Jill. 2003. "Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan". Jakarta : Erlangga.
- Gujarati, Damodar .N. 2004. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Penerbit Erlangga. Alih Bahasa Dr. Sumarno Zain, SE, Ak, M. B. A. Jakarta : Erlangga.
- Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis*. BPFE Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid II. Edisi Kesebelas. PT. INDEKS Kelompok Gramedia. Alih Bahasa Drs. Benyamin Molan. Jakarta: Indeks.

- Kotler, Philip and Armstrong, Garry. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Penerbit Erlangga. Alih Bahasa Bob Sabran, M. M. Jakarta : Erlangga.
- Kosasih, Fadili dan Fadillah, Nurul. 2013. “Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Dealer Arista Johar”. *Jurnal Manajemen, Vol. 10, No. 3, Hal : 11-36*. Johar: —
- Kuncoro, Mudrajat. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi, Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis?*, Jakarta : Erlangga.
- 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). Semarang:UNDIP
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Ketiga. Jakarta : Salemba empat.
- Prastyo, Widiyanto. B. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Swalayan Luwes Purwodadi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Purwodadi: —
- Priyatno, Duwi. 2013. *Analisis korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta : Gava Media.
- Putriandari, Aulia.S. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Telkom Speedy Di Semarang. Semarang: UNDIP.
- Sari, Kiki. M. D . 2013. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Spesial Sambal Di Pabelan. *Skripsi*. (Tidak Diterbitkan). Surakarta: UMS.
- Siagian, Dergibson dan Sugiarto. 2004. *Metode statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta:PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Sinaga, Pratua. P. H. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Dan Lokasi Tehadap Loyalitas Pelanggan Pada Warnet Chamber Semarang. Semarang : UNDIP.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*.Cetakan ke-16. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, Dr. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit ALFABETA.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Strategi Pemasaran*.Edisi Kedua. Yogyakarta : Penerbit Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management : Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta : Penerbit Andi Offset.
- Wiguno, Sulistyoyo. H. 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mini Market Indomaret. *Skripsi* (Tidak Diterbitkan). Surakarta: UMS.