

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN
DAN KEPUASAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN ROTI GANECA
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI WIROSARI**



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh :

**FITRIANA WULANSARI
B 100 130 035**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH KUÀLITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN
DAN KEPUASAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN ROTI GANECA
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI WIROSARI**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh :

FITRIANA WULANSARI

B 100 130 035

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oeh :

Dosen

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, consisting of several vertical strokes and a long horizontal stroke at the bottom, positioned above the name of the supervisor.

Drs. M Nasir, MM

NIK.561

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN
ROTI GANECA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI
WIROSARI**

OLEH :

FITRIANA WULANSARI

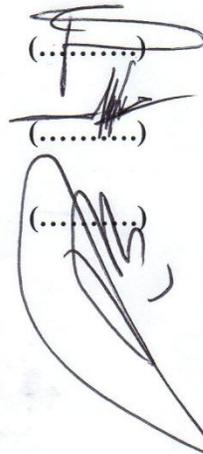
B 100 130 035

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Senin, 30 Januari 2017
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Dewan Penguji :

- 1. Kusdiyanto, SE, MSi
(Ketua Dewan Penguji)**
- 2. Drs. M. Nasir, MM
(Sekretaris Dewan Penguji)**
- 3. Imron Rosyadi, SE, MSi
(Anggota Dewan Penguji)**

(.....)
(.....)
(.....)



**Dekan Fakultas EkonomidanBisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Dr. Triyono, SE, M.Si

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidak benaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 20 Maret 2017

Penulis



FITRIANA WULANSARI
B 100 130 035

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN ROTI GANECA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI WIROSARI

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dalam pembelian roti ganeca terhadap loyalitas konsumen di Wirosari. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang membeli produk dari Roti Ganeca di wilayah Wirosari dengan jumlah sampel 40 responden. Penelitian ini menggunakan uji validitas dengan metode korelasi bivariate pearson, uji reliabilitas dengan kategori koefisien reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis (uji t, uji f, dan koefisien determinan R^2). Berdasarkan hasil analisis mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen roti ganeca di Wirosari, variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Variabel kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of service quality product quality and customer satisfaction in the purchase of bread ganeca on consumer loyalty in Wirosari. The method used in this study is quantitative research and primary data. Population in this study is the consumers who buy products from bread ganeca in territory Wirosari amount up 40 respondents. Research used validity test with method correlation bivariate pearson, reliability test with category coefficient reliability, assumption test classic (normality test, multikolinearitas test, heteroskedastisitas test). Analytical regressive linier multiple, and hypothesis test (test t, test f, and coefficient determinan R^2). Based on the analysis about of the effect product quality service quality and customers satisfaction to loyalty customers of bread ganeca in Wirosari. Variable product quality effect significant to customers loyalty. Variable service quality effect significant to customers loyalty. Variable customers satisfaction effect significant to customers loyalty.

Keywords : product quality, service quality, satisfaction and customers loyalty

1. PENDAHULUAN

Semakin berjalannya waktu persaingan antara perusahaan kecil sampai perusahaan besar terus meningkat. Banyak perusahaan kecil yang sekarang ini memproduksi makanan khas dari daerah nya sendiri, yang dapat di jadikan buah tangan atau oleh-oleh khas dari daerah tersebut. Banyak pengusaha kuliner baik dari pengusaha catering, restoran, maupun roti sangat bersaing ketat. Peluang bisnis makanan atau kuliner sekarang ini sangat menjanjikan dimana kebutuhan pangan merupakan kebutuhan dasar manusia. Menurut Philip Kotler (2009) banyak orang menganggap produk adalah suatu penawaran nyata, tetapi produk bisa lebih dari itu. Secara luas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, property, organisasi, informasi, dan ide.

Kualitas produk adalah keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik yang memungkinkan produk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun tidak di nyatakan Kotler dan Keller (2007). Kualitas produk diartikan pula sebagai keseluruhan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa, produksi, dan pemeliharaan yang membuat produk tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen menurut Wijaya (2011). Oleh sebab itu, perusahaan harus memiliki kualitas produk yang baik agar dapat memberikan kepuasan kepada konsumen

Loyalitas dapat diartikan kesetiaan. Loyalitas konsumen sangat berperan penting dalam kehidupan suatu perusahaan untuk meningkatkan keuntungan bagi suatu perusahaan. Loyalitas pelanggan menurut Dick dan Basu (dalam Fandi, 2000) didefinisikan sebagai komitmen pelanggan terhadap suatu merek dan pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian

ulang yang konsisten. Definisi ini mencakup dua hal penting, yaitu loyalitas sebagai perilaku dan loyalitas sebagai sikap Husein Umar (2003).

Menurut Gunawan Adisaputro (2010) kepuasan adalah perasaan seseorang untuk menjadi senang atau kecewa sebagai hasil dari perbandingan antara kinerja produk yang dipersepsikan (hasil atau outcome) yang dihubungkan dengan harapannya. Sedangkan menurut Handi Irawan (2003) kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa.

Perusahaan juga harus memperhatikan pelayanan yang baik dan sopan kepada konsumen. Pelayanan sangat berarti dalam memberikan kepuasan pada pelanggan sehingga menjadi suatu hal yang sangat penting dalam usaha guna memberikan kepuasan kepada para pelanggannya. Perusahaan harus siap memperkenalkan produk baru atau produk sama namun dengan motif baru yang di sesuaikan dengan keinginan konsumen agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli makanan yang ditawarkan. Perusahaan juga bukan hanya berkonsentrasi dalam pembuatan produk baru, namun perusahaan juga berpikir agar inovasi produk dalam perusahaan tersebut dapat diterima dan dapat menarik minat konsumen.

Peran dari kualitas produk yang di hasilkan dan pelayanan dari perusahaan terhadap konsumen juga dapat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup suatu perusahaan. Perusahaan yang ingin berkembang dan ingin lebih maju harus dapat memberikan kualitas produk yang dapat memberikan rasa puas terhadap konsumennya. Perusahaan harus bisa mempertahankan pelanggan yang tetap setia terhadap produknya. Konsumen merupakan bagian yang sangat penting bagi perusahaan agar perusahaan berjalan dengan baik dan maju. Selain itu banyak perusahaan yang bersaing agar dapat menciptakan produk yang baik dan dapat memberikan rasa puas terhadap konsumennya.

Salah satu usaha kecil yang memproduksi makanan khas dari daerah nya sendiri yaitu roti ganesa. Pakrik ini mengolah roti kering yang berbentuk seperti

semprong yang kemudian banyak orang lebih mengenal roti tersebut sebagai roti semprong. Roti ganesa sudah sangat terkenal di daerah Jawa Tengah yang sekarang sudah di pasarkan ke Kudus, Semarang dan daerah lainnya sekitar Jawa Tengah. Semakin maju dan berkembang perusahaan ini maka muncullah berbagai macam inovasi-inovasi produk makanan yang di produksi lainnya seperti kue widaran, kue keciput, kue kuping tikus ganeca (Ku Ti Ga), dll..

Usaha Roti Ganeca cukup menarik di analisis karena cukup banyak peminatnya dan Roti Ganeca merupakan satu-satunya pabrik yang pada saat ini masih memproduksi makanan khas di daerah Wirosari dan Purwodadi Kabupaten Grobogan. Kualitas produk dan pelayanan sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup suatu perusahaan agar tetap maju dan berkembang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas produk dan pelayanan terhadap Roti Ganeca Purwodadi. Selanjutnya, untuk mengakomodasi itu semua di lakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PELAYANAN, KEPUASAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN ROTI GANECA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI WIROSARI”**.

2. METODE PENELITIAN

Kualitas produk merupakan prioritas utama dalam membuat suatu produk, baik itu bahan baku, pengolahan, maupun ketahanan jangka waktu suatu produk makanan. Hal ini sangat penting diperhatikan sehingga produk tersebut akan menimbulkan minat konsumen untuk membeli suatu produk dan konsumen merasa puas mengkonsumsi produk tersebut. Indikatornya:

Harga Terjangkau, Daya Tahan Produk, Kemasan Menarik, Pemilihan Bahan Baku yang Berkualitas

X2 = Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Indikatornya:

Keramahan, Mudah didapat, Melayani pesanan, Kenyamanan dalam menunggu

X3 = Kepuasan Konsumen

Menurut (Irawan, 2008) kepuasan konsumen adalah hasil akumulasi dari konsumen dalam menggunakan produk dan jasa. Dalam penelitian ini indikator kepuasan konsumen menurut (Hardiansyah, 2011) adalah sebagai berikut:

Tangible (berwujud), Reliability (kehandalan), Responsiveness (ketanggapan), Assurance (jaminan), Empathy (empati)

Loyalitas dapat diartikan kesetiaan. Loyalitas konsumen sangat berperan penting dalam kehidupan suatu perusahaan untuk meningkatkan keuntungan bagi suatu perusahaan. Indikatornya menurut (Griffin, 2002) :

Melakukan pembelian secara teratur, Membeli antar lini produk dan jasa, Mereferensikan kepada orang lain, Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan

Data yang diperoleh dari angket kemudian dianalisis dengan menggunakan skala likert yang memiliki lima dimensi skala yaitu :

Sangat Setuju	(SS)	skor (5)
Setuju	(S)	skor (4)
Netral	(N)	skor (3)
Tidak Setuju	(TS)	skor (2)
Sangat Tidak Setuju	(STS)	skor (1)

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Studi atau penelitiannya juga disebut studi populasi atau studi kasus menurut (Suharsimi Arikunto, 2010) sedangkan menurut (Sugiyono, 2009) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi

dalam penelitian ini adalah para konsumen yang membeli produk dari Roti Ganeca di wilayah Wirosari.

Menurut (Suharsimi Arikunto, 2010) sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Dinamakan penelitian sampel apabila kita bermaksud untuk menggeneralisasikan hasil penelitian sampel. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *Random Sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2009). Menurut (Roscoe, 2009) menjelaskan apabila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate misalnya korelasi atau regresi berganda, maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Pengambilan sampel dalam penelitian ini sebanyak 40 responden. Namun dalam penyebaran kuesioner diberikan kepada 50 responden, ini dimaksudkan untuk mengantisipasi adanya kuesioner yang rusak atau tidak memenuhi syarat untuk dianalisis.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Data

3.1.1 Uji Instrumen

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan ukuran yang benar-benar mengukur apa yang hendak diukur. Teknik pengukuran yang digunakan adalah teknik *Product Moment* dari Pearson.

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat pengukuran mempunyai kehandalan dalam mengukur. Kategori koefisien reliabilitas (Guilford, 1956) adalah sebagai berikut:

0,80 - 1,00: reliabilitas sangat tinggi

0,60 - 0,80: reliabilitas tinggi

0,40 - 0,60: reliabilitas sedang

0,20 - 0,40: reliabilitas rendah

3.1.2 Uji Normalitas

Tabel 4.10
Hasil Uji Normalitas

Variabel	Asymp. Sig. (2-tailed)	Sig	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0.459	0,05	Normal
Kualitas Pelayanan (X2)	0.084	0,05	Normal
Kepuasan (X3)	0.236	0,05	Normal
Loyalitas (Y)	0.253	0,05	Normal

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan hasil ujnormalitas diatas menunjukkan bahwa nilai probablilitas variabel kualitas produk (x1) sebesar 0.459, variabel kualitas pelayanan (x2) sebesar 0.084, variabel kepuasan (x3) sebesar 0.236 dan variabel loyalitas (y) 0.253 dan keseluruhan nilai probabilitas > 0,05 sehingga keseluruhan data berdistribusi normal.

3.1.3 Multikolinearitas

Uji Multokolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinearitas adalah mempunyai VIF disekitar angka 1, sedangkan batas VIF adalah 10 dan mempunyai angka tolerance mendekati 1 (Ghozali, 2010).

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinieritas

No	Variabel	Tolerance	VIF	α	Keterangan
1	Kualitas Produk (X1)	0.276	3.617	10	Bebas multikolinieritas
2	Kualitas Pelayanan (X2)	0.051	19.480	10	Terjadi multikolinieritas
3	Kepuasan (X3)	0.072	13.937	10	Terjadi multikolinieritas

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

3.1.4 Heteroskedastisitas

Heterokedastisitas adalah keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homokedastisitas, dan jika varians berbeda maka disebut Heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Tabel 4.11
Hasil Uji Heterokedastisitas

Variavel	Sig	Standar Sig	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0.000	0,05	Terjadi Heteroskedastisitas
Kualitas Pelayanan (X2)	0.001	0,05	Terjadi Heteroskedastisitas
Kepuasan (X3)	0.013	0,05	Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

3.2 Pembahasan

Kualitas produk merupakan fokus utama dalam perusahaan, kualitas merupakan suatu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus member kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing. Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (benefits) bagi pelanggan. Kualitas suatu produk baik berupa barang atau jasa ditentukan melalui dimensi-dimensinya Kualitas produk adalah suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, dimana suatu produk tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan standar kualitas yang telah

ditentukan, dan kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah karena selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah.

Berdasar hasil penelitian menunjukkan kualitas prodak Roti Ganeca berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Wirosari namun dengan nilai koefisien positif disini dapat diartikan bahwa semakin tinggi kualitas prodak Roti Ganeca maka semakin tinggi pula loyalitas konsumen di Wirosari.

Hasil penelitian tersebut berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Asghar (2011) yang menyatakan bahwa dalam penelitiannya kualitas produk di perusahaan Tata Motor berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dalam konteks industry otomotif India. Hal serupa juga diungkapkan oleh Euphemia (2010) menerangkan ada pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Wirosari. Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan kualitas pelayanan bernilai positif artinya setiap kualitas pelayanan dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

Kualitas pelayanan (service quality) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan / inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (perceived service) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Hasil penelitian tersebut konsisten dengan hasil Asghar (2011) dalam hasil penelitiannya menyebutkan bahwa terdapat hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Hal serupa juga diungkapkan oleh Euphemia (2011) yang menyatakan terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen namun diperoleh persamaan regresi yang negative sehingga dalam penelitian ini setiap kepuasan konsumen dapat mengurangi loyalitas konsumen.

Tingkat kehilangan konsumen menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan konsumennya. Perusahaan seharusnya menganalisa dan memahami mengapa konsumen tersebut berhenti mengkonsumsi produk.

Hasil penelitian tersebut konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Riswandhi (2014) dalam penelitiannya menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan kepuasan konsumen terhadap loyalitas karyawan.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan hasil sebagai berikut:

Kualitas produk Roti Ganeca berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada α 5%.

Kualitas Pelayanan pembelian Roti Ganeca berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada α 5%.

Kepuasan konsumen Roti Ganeca berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada α 5%.

Uji regresi F menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Koefisien determinan R^2 menunjukkan bahwa loyalitas konsumen 97,9% dipengaruhi oleh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan, sedangkan sisa 2.1% dipengaruhi oleh variabel lain.

4.2 Saran

Bagi Perusahaan Roti Ganeca hendaknya dapat meningkatkan kualitas produk sehingga dapat meningkatkan loyalitas karyawan. Begitu pula dengan kepuasan konsumen sehingga konsumen dapat tertarik untuk datang kembali dan mengkonsumsi Roti Ganeca.

Bagi peneliti selanjutnya hendaknya dapat melakukan penelitian dengan variabel yang berbeda dengan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan. 2010. *Manajemen Pemasaran : Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran, cetakan pertama*. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN: Yogyakarta
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian*. PT. RINEKA CIPTA: Jakarta
- Durianto, Dkk. 2003. *Invasi dengan Iklan yang Efektif, Strategi Program dan Teknik Pengukuran*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Ghozali, Imam. 2002. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang

- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi 3*. UNDIP: Semarang
- Irawan, Hadi. 2003. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. PT.Gramedia : Jakarta
- Kotler, Philip. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran Edisi Keduabelas*. Jakarta: Erlangga
- Lamb, Charles W., Joseph F. Hair., dan Carl McDaniel. 2001. *Pemasaran*. Jakarta. Salemba Empat
- Lam Dkk. 2001. *Pemasaran*. Penerbit Salemba Empat: Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat
- Putro, Shandy Widjoyo., dan Prof. Dr. HataneSemuel, MS., Ritzky Karina M.R. Brahmana, S. E., M.A. “ Pengaruh Kualitas pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya”. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 2.No. 1. Halaman 1-9. (<https://www.google.co.id/m?&q=jurnal+tentang+pelayanan+produk+makanan>) diakses pada 14 Oktober 2016
- Santoso, Adi., dan Harmoni. 2016. “Pengaruh Kualitas Produk dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian”. *Jurnal Ekuilibrium*. Vol. 11.No. 1. Halaman 43-55
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2000. *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh*. Jakarta: PT. Indeks
- Sembiring, Inka Janita., Suharyono., dan Andriani Kusumawati. “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonald’s MT.Haryono Malang)”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 15.No. 1. http://www.google.co.id/?gws_rd=cr&ei=aIQqWPTgH8HtvG SX8aGYCg#q=jurnal+kualitas+produk+dan+pelayanan+terhadap+loyalitas+konsumen diakses pada 15 November 2016
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 1997. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi pemasaran: edisi pertama*. Yogyakarta: Andi Offset

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. *Pelanggan Puas? Tak Cukup!*. Yogyakarta: ANDI

Umar, Husein. 2003. *Perilaku Konsumen Jasa: Metode Riset*. Penerbit Ghalia Indonesia. Jakarta

Yuen, Euphemia. F.T., dan Sian S.L. Chan. 2010. "The Effect of Retail Service Quality and Product Quality on Customer Loyalty". *Journal of Database Marketing & Customer Strategy Management*. Vol. 17. ¾. Halaman 222-240