



Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kubik Koffie di Kota Padang

Andre Mardona¹, Agus Sutarjo², Meri Dwi Anggraini³

¹ Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti, Padang, Indonesia

Email: andremardona@gmail.com

² Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti, Padang, Indonesia

³ Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti, Padang, Indonesia

Corresponding Author: Andre Mardona

Abstract: *This study aims to examine and analyze the effect of service quality and product quality on customer satisfaction at Koffie cubic in Padang city, where variable X is service quality and product quality. Dependent variable is customer satisfaction at Koffie cubic in Padang city. This study used a classical assumption test consisting of normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test and multiple regression test, t test and F test. The results of the research on Service Quality Variables have a significant positive effect on Customer Satisfaction at Koffie Cubic in Padang City, variables have a positive and significant effect on Customer Satisfaction at Koffie Cubic in Padang City, that Service Quality and Product Quality simultaneously have a significant positive effect on Customer Satisfaction at Cubic Koffie in Padang City.*

Keywords: *Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dan menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kubik Koffie di Kota Padang Dimana Variable X Adalah Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Variabel Dependen Adalah Kepuasan Pelanggan Pada Kubik Koffie di Kota Padang. Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan Uji Regresi Berganda, Uji t dan Uji F. Hasil dari Penelitian Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kubik Koffie di Kota Padang, Variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kubik Koffie di Kota Padang, bahwa Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kubik Koffie di Kota Padang.

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

PENDAHULUAN

Perilaku modern ini menuntut para pebisnis untuk melakukan bisnis pada restaurant siap saji dan juga cafe-cafe yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dari perilaku modern ini, karena masyarakat zaman sekarang ini mereka pergi mengunjungi cafe atau restaurant ini tidak hanya untuk menikmati sajiannya namun mereka juga mengharapkan suasana yang bagus, sehingga disana mereka dapat berkumpul dan bernostalgia bersama teman-temannya, mereka mengharapkan suasana yang dapat membuat mereka untuk dapat berlamalama berada didalam cafe tersebut. Mereka mungkin mencari pengalaman yang mengesankan jauh dari rumah dan lingkungan fisik yang dapat memaikan peran penting dalam menciptakan pengalaman yang tak terlupakan (Gagic, Tesanovic, Jovicic, 2013).

Total jasa di industri Restaurant meliputi berwujud seperti makanan, fasilitas fisik, dan yang tidak berwujud meliputi interaksi antara karyawan dan pelanggan, kombinasi ini dapat menghasilkan persepsi pelanggan dengan kualitas pelayanan restaurant yang tinggi, yang pada akhirnya mengarah pada pencapaian kepuasan pelanggan dan niat perilaku positif pada industri restaurant (Ryu & Han, 2010). Walaupun sebuah restaurant memiliki atmosfer yang bagus dan dapat membuat nyaman pelanggan untuk datang berkunjung, pelanggan tidak akan puas begitu saja jika restaurant tersebut tidak menawarkan makanan dan minuman yang berkualitas. Tujuan utama seseorang mengunjungi restaurant tentu saja untuk membeli makanan dan minuman, juga sebaliknya jika restaurant tersebut memiliki makanan yang berkualitas namun mempunyai atmosfer yang kurang bagus tetap saja akan menurunkan kepuasan pelanggan. Makanan, minuman yang berkualitas, kualitas layanan, lingkungan fisik, dan harga dianalisis sebagai komponen kunci dari pengalaman restaurant, hal ini juga akan menimbulkan citra dari restaurant itu sendiri, nilai yang dirasakan pelanggan, dan kepuasan yang nantinya akan mempengaruhi sikap pelanggan (Gagic, Tesanovic, Jovicic, 2013). Kualitas makanan adalah atribut yang paling penting dari layanan restaurant, makanan, layanan dan lingkungan fisik yang menyenangkan sebagian besar dapat menjadi penentu tingkat kepuasan dan perilaku berikutnya di industri jasa (Ryu & Han, 2010).

Kepuasan Pelanggan adalah indikator penting dari keseluruhan kinerja restaurant, dan pemilik restaurant harus berupaya mengidentifikasi apa yang menentukan kepuasan tersebut, ketika layanan tidak memenuhi harapan pelanggan mungkin akan mencari solusi lain (Gagic, Tesanovic, Jovicic, 2013). Jika pelanggan memiliki pengalaman yang baik dan merasa puas dengan restaurant tersebut maka mereka akan terus menyebar cerita baik dan positif dari mulut ke mulut kepada pelanggan potensial lainnya untuk dapat merangsang niat mereka untuk meninjau kembali restaurant tersebut (Yong, Siang, et al, 2013). Pelanggan yang dapat diandalkan adalah pelanggan yang membeli berkali-kali (melakukan pembelian ulang) dari perusahaan yang sama, maka pelanggan yang puas dengan kualitas produk atau jasa yang dibeli dari suatu perusahaan akan menjadi pelanggan yang dapat diandalkan (Tjiptono, 2014). Coffee Toffee, Kubik koffie, dan Lalito Coffee, merupakan tiga jenis cafe yang menawarkan Coffee sebagai produk intinya. Café-cafe ini memiliki atmosfer yang berbeda-beda namun menawarkan produk dengan jenis yang sama yaitu Coffee.

Kualitas pelayanan yang baik adalah upaya yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan dalam bidang jasa yang erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang diharapkan oleh para konsumen adalah fasilitas yang

memadai, pelayanan yang baik, kenyamanan, keamanan, ketenangan dan hasil yang memuaskan sehingga pihak manajemen harus memikirkan bagaimana kualitas pelayanan yang baik pada saat ini dapat terus berkembang demi kelancaran dimasa yang akan datang. Upaya peningkatan mutu pelayanan akan sangat efektif apabila peningkatan mutu pelayanan merupakan tujuan sehari-hari, mulai dari pimpinan puncak atau direktur sampai dengan para pelaksana pelayanan atau karyawan.

Menurut Tjiptono (2011:180) kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan ekspektasi konsumen. Tjiptono dalam Sunyoto (2012) mengatakan bahwa kualitas atau mutu dalam industri jasa pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen. Kualitas jasa memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Faktor tersebut membuat pelanggan berhubungan erat dengan pelaku bisnis, sedangkan pelaku bisnis harus mencari tahu lebih lanjut harapan setiap pelanggan. Itu salah satu cara yang bermanfaat dalam meningkatkan jumlah pelanggan.

Kepuasan pelanggan dasar bagi setiap organisasi untuk mencapai tujuannya. Dengan kata lain, tingkat kepuasan pelanggan mencerminkan tingkat pencapaian tujuan organisasi. Pelanggan yang merasa puas cenderung menciptakan hubungan yang menguntungkan dan menyenangkan dengan organisasi. Loyalitas pelanggan untuk organisasi muncul dari kepuasan yang diterima oleh pelanggan dengan menggunakan produk atau jasa yang diterima dari organisasi. Sifat penting dari pemahaman tentang tingkat loyalitas pelanggan, untuk sebuah organisasi dimasa sekarang merupakan suatu keharusan untuk menciptakan dan mempertahankan hubungan yang menguntungkan (Odunlami and Matthew, 2015)

Melihat pentingnya permasalahan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk di dunia usaha saat ini khususnya pada di Kubik Koffie di Kota Padang yang dapat berakibat terhadap kepuasan pelanggan maka penulis tertarik untuk mengkaji secara lebih dalam lagi mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sehingga peneliti mengangkat judul penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kubik Koffie di Kota Padang”**

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian adalah kuantitatif. Metode pengumpulan data adalah Riset Lapangan (*field research*) dan Riset Kepustakaan (*library research*). Teknik pengumpulan data adalah wawancara, dokumentasi dan kuesioner. sumber data digunakan dalam penelitian ini data primer. Adalah data yang diperoleh secara langsung dari karyawan yang menjadi responden melalui daftar pertanyaan (kuesioner) baik dari variabel dependen dan variabel independen. Dan data ini merupakan jawaban yang akan dianalisis untuk kepentingan pengujian statistik. Populasi penelitian ini adalah seluruh pegawai sebanyak 20.100 orang Sampel 100 orang. Metode analisis data adalah analisis regresi linear berganda. Uji koefisien determinasi serta uji hipotesis uji t dan uji-F.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,43227952
Most Extreme Differences	Absolute	,101
	Positive	,101
	Negative	-,051
Test Statistic		,101
Asymp. Sig. (2-tailed)		,103 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Dari tabel 1 didapatkan nilai residual sebesar 0,103 lebih besar dari 0,05 dari nilai sampel sebesar 100 yang berarti data yang sedang diuji berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1(Constant)	,023	2,065		,011	,991		
kualitas pelayanan	,037	,050	,047	2,133	,045	,166	6,033
kualitas produk	,805	,045	,982	17,722	,000	,166	6,033

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Dari tabel 2 dapat disimpulkan bahwa semua variabel telah lolos dari uji multikolinearitas dengan penjabaran sebagai berikut :

- a. Variabel X₁ tidak terjadi multikolinearitas dikarenakan nilai VIF yang bernilai lebih kecil dari 10,00 yaitu 6,033 dan nilai Tolerance yang bernilai lebih besar dari 0,10 yaitu 0,166
- b. Variabel X₂ tidak terjadi multikolinearitas dikarenakan nilai VIF yang bernilai lebih kecil dari 10,00 yaitu 6,033 dan nilai Tolerance yang bernilai lebih besar dari 0,10 yaitu 0,166

3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	2,088	1,142		1,829	,071
kualitas pelayanan	,018	,028	,163	,655	,514
kualitas produk	,009	,025	,092	,371	,711

a. Dependent Variable: ABS_RES

Dari hasil tersebut bisa disimpulkan bahwa tidak mengandung masalah heteroskedastisitas.

Analisa Kuantitatif

Tabel 4 Uji Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,023	2,065		,011	,991		
kualitas pelayanan	,037	,050	,047	2,133	,045	,166	6,033
kualitas produk	,805	,045	,982	17,722	,000	,166	6,033

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Dari persamaan diatas maka dapat di interprestasikan beberapa hal, sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 0,023 artinya jika tidak ada Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk ($X_1, X_2 = 0$) maka nilai Kepuasan Pelanggan adalah sebesar konstanta yaitu 0,023 satuan.
2. Koefisien Kualitas Pelayanan 0,037 koefisien bernilai positif artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan dimana jika Kualitas Pelayanan naik satu satuan maka Kepuasan Pelanggan naik sebesar 0,037 satuan bila variabel independen lainnya konstan.
3. Koefisien Kualitas Produk 0,805 koefisien bernilai positif artinya Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dimana jika Kualitas Produk naik satu satuan maka Kepuasan Pelanggan naik sebesar 0,805 satuan bila variabel independen lainnya konstan.

Hasil Koefisien Determinasi

Tabel 5 Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,975 ^a	,951	,950	1,44697

a. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Berdasarkan tabel 5 nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,950. Hal ini berarti pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 95,00% sedangkan sisanya 5,00% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini seperti Lokasi, Citra Merek dan Lainnya

Pengujian Hipotesis

Uji t

Tabel 6 Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------	-------------------------

	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1(Constant)	,023	2,065		,011	,991		
kualitas pelayanan	,037	,050	,047	2,133	,045	,166	6,033
kualitas produk	,805	,045	,982	17,722	,000	,166	6,033

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Berdasar tabel 6 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki t hitung (2,133) > t tabel (1,983) dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar 0,045 < 0,05. Hal ini berarti bahwa H₁ diterima Sehingga dapat dinyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kubik Koffie di Kota Padang
2. Variabel Kualitas Produk memiliki t hitung (17,722) > t tabel (1,983) dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar 0,000 < 0,05. Hal ini berarti bahwa H₂ diterima Sehingga dapat dinyatakan bahwa bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kubik Koffie di Kota Padang

Uji F

Tabel 7 Uji -F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3913,549	2	1956,774	934,591	,000b
Residual	203,091	97	2,094		
Total	4116,640	99			

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

b. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelayanan

Dari tabel tersebut diketahui nilai F hitung 934,591 yang lebih besar dari nilai F tabel sebesar 3,09 (lihat lampiran tabel F) dan nilai probabilitas yang dihasilkan dari perhitungan adalah 0,000^b lebih kecil dari α (5%). Hal ini berarti bahwa H₃ diterima Sehingga dapat dinyatakan bahwa bahwa Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kubik Koffie di Kota Padang. Dengan demikian dapat disimpulkan variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara bersama-sama atau simultan berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel Kualitas Pelayanan memiliki t hitung (2,133) > t tabel (1,983) dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar 0,045 < 0,05. Hal ini berarti bahwa H₁ diterima Sehingga dapat dinyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kubik Koffie di Kota Padang

Hasil penelitian oleh yang dilakukan Situmoran, Salmon, Riandani Rezki Prana, and Dewi Shinta Wulandari Lubis.2020 Judul penelitian "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Produk Merek Onna di PT. Tunas Interior. Hasil penelitian secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan Fatmawati, Ratih. 2019 "dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepercayaan, Dan Nilai Nasabah Terhadap Customer Retention

Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Pt Bank Brisyarlah Kantor Cabang Pembantu UNGARAN Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel Kualitas Produk memiliki t hitung (17,722) > t tabel (1,983) dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa H_2 diterima Sehingga dapat dinyatakan bahwa bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kubik Koffie di Kota Padang

Hasil penelitian oleh yang dilakukan Situmoran, Salmon, Riandani Rezki Prana, and Dewi Shinta Wulandari Lubis 2020. Judul penelitian "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Produk Merek Onna di PT. Tunas Interior. Hasil penelitian secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan Fatmawati, Ratih. 2019 Dengan judul "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepercayaan, Dan Nilai Nasabah Terhadap Customer Retention Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Pt Bank Brisyarlah Kantor Cabang Pembantu UNGARAN Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari tabel tersebut diketahui nilai F hitung 934,591 yang lebih besar dari nilai F tabel sebesar 3,09 (lihat lampiran tabel F) dan nilai probabilitas yang dihasilkan dari perhitungan adalah $0,000^b$ lebih kecil dari α (5%). Hal ini berarti bahwa H_3 diterima Sehingga dapat dinyatakan bahwa bahwa Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kubik Koffie di Kota Padang. Dengan demikian dapat disimpulkan variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara bersama-sama atau simultan berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian oleh yang dilakukan Situmoran, Salmon, Riandani Rezki Prana, and Dewi Shinta Wulandari Lubis. 2020 Judul penelitian "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Produk Merek Onna di PT. Tunas Interior. Hasil penelitian ya menggunakan uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan keberadaannya terhadap variabel kepuasan konsumen, selain itu secara parsial kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh simultan kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan Fatmawati, Ratih. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepercayaan, Dan Nilai Nasabah Terhadap Customer Retention Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Pt Bank Brisyarlah Kantor Cabang Pembantu UNGARAN." Jurnal Sains Ekonomi dan Perbankan Syariah: Journal Science of Economic and Shariah Banking 5.1 (2019) Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, nilai pelanggan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan pengaruh positif dan signifikan terhadap retensi pelanggan

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kubik Koffie di Kota Padang maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki t hitung (2,133) > t tabel (1,983) dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar $0,045 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa H_1 diterima Sehingga dapat dinyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kubik Koffie di Kota Padang.
2. Variabel Kualitas Produk memiliki t hitung (17,722) > t tabel (1,983) dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa H_2 diterima Sehingga dapat dinyatakan bahwa bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kubik Koffie di Kota Padang.
3. Dari hasil uji F menunjukkan bahwa H_3 diterima Sehingga dapat dinyatakan bahwa bahwa Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kubik Koffie di Kota Padang.

REFERENSI

- Agussalim Manguluang, 2015. *Statistik Lanjutan*, Ekasakti Press, Padang
- Ali, Hasan . 2013. *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Caps (Center For Academic Publishing Service).Yogyakarta.
- Alma, Buchari.2012. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Arikunto, S. 2012. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Danang Sunyoto. (2015). *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service
- Daryanto. 2013. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Cetakan Ii. Satu Nusa. Bandung
- Fandy Tjiptono, Dan Gregorius Chandra. 2012. *Service, Quality And Satisfaction*. Yogyakarta.Andi.
- Fandy, Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi. 2. Yogyakarta: Andi.
- Freddy Rangkuti. 2014. *Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm. Spss 24 (Edisi Keenam.)* Semarang: Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. 2012. *Customer Loyalty: How To Learn It, How To Keep It*. Jakarta: Erlangga.
- Hidayat, Rahmat. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*.No. 01, Vol. V.
- Keegan, Warren J. dan Green C. Mark. (2013). *Global Marketing 7thed*. Edinburgh, England: Pearson Education
- Kotler, Keller, 2012. *Marketing Management*, 14th, Person Education
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2014). *Principle of Marketing . 14 Edition*. England : Pearson Education, Inc
- Kotler, Philip And Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Kotler, Philip.2013. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3.Jakarta: Salemba.

- Moiescu, O. I. 2015. The Impact Of Customers' Perception Of Csron Corporate Brand Loyalty: The Caseof The Romanian Mobile Telecom Industry. *Central European Business Review*, 4(2), h. 21-29.
- Mursid, M, Drs. (2014). *Managemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara
- Rangkuti, Freddy. (2015). *Riset Pemasaran*. Cetakan keduabelas. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Alfabeta Bandung
- Suparyanto & Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran* .In Media: Bogor.
- Sutisna, 2012, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*, Edisikedua,. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Swastha,Basu. 2010.*Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan*, BPFE-Yogyakarta
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Peneltian*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012, *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, ANDI.