

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

(Studi Kasus pada Bengkel Mobil Larasati Lumajang)



Oleh:

Muhammad Maskur
NIM 11.10.411.224

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Bengkel Mobil Larasati Lumajang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Mobil Larasati Lumajang. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa observasi, wawancara dan kuesioner terhadap 70 responden dengan teknik *purposive sampling*, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variabel. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen data (uji validitas, dan uji reliabilitas), analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), dan uji hipotesis (uji F, uji t, koefisien determinasi). Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (0,191), harga (0,215) dan kepuasan pelanggan (0,352), semuanya berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Dari uji F diperoleh hasil kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan, semuanya berpengaruh signifikan (0,000) secara simultan terhadap loyalitas pelanggan. Dari uji t diperoleh hasil kualitas pelayanan (0,043), dan kepuasan pelanggan (0,003), berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan sedangkan harga (0,071) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: pelanggan dan loyalitas

ABSTRACT

This research is conducted to customer of Larasati car workshop at Lumajang. The aim from this research is to know the effect from service quality, price, and customer satisfaction toward the customer loyalty of Larasati car workshop at Lumajang. In this research collected of data with observation, interview and questionnaire toward 70 respondents with purposive sampling technique. This is doing to know the perceptions from respondents about each variable. Data instrument test (Validity test, and reliability test), multiple linear regression analysis, classic assumption test (Normality test, Multicollinearity test, heteroskedasticity test), and hypothesis test (F test, t test, determination coefficient) will be used to analyze. From regression analysis, we know that service quality (0,191), price (0,215), and customer satisfaction (0,352) have the positive effect for the customer loyalty. From F test resulting service quality, price, and customer satisfaction, that mean all of three variables have simultaneous significance influential (0,000) toward the customer loyalty. From t test resulting service quality (0,043), and customer satisfaction (0,003), that mean variables have significance influential toward customer loyalty and then price (0,071), that mean variables have insignificance influential toward customer loyalty.

Key words: *customer and loyalty*

2. Pendahuluan

Globalisasi membawa dampak yang sangat besar bagi perkembangan dunia bisnis di seluruh dunia. Pasar terbuka luas dan peluang menjadi semakin lebar, namun sebaliknya persaingan menjadi semakin ketat dan sulit diprediksikan. Kondisi ini menuntut setiap perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif bisnisnya agar mampu bersaing secara berkesinambungan dengan perusahaan-perusahaan lain yang berkecimpung dalam bidang yang sama. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada para pelanggan, sehingga akan muncul

kepuasan dalam benak pelanggan dan diharapkan akan membawa dampak positif bagi perusahaan (Mulyanto, 2011).

Di era modern ini alat transportasi roda empat atau mobil sudah menjadi kebutuhan mendasar bagi masyarakat kalangan menengah keatas, terbukti dengan semakin tingginya angka pembelian mobil baru maupun bekas disetiap tahunnya, jumlah pengguna transportasi jenis roda empat atau mobil ini semakin tidak terkendali hingga menyebabkan permasalahan yang kian rumit, seperti kemacetan jalan raya yang semakin tidak terkendali, dan berpengaruh terhadap tingginya tingkat kecelakaan lalu lintas di jalan raya. Tingginya tingkat kecelakaan lalu lintas di jalan raya merupakan bukti bahwa adanya peluang bisnis yang terbuka lebar

bagi jasa perbengkelan khususnya bengkel mobil. Sehingga seiring berjalannya waktu pelaku bisnis di bidang jasa bengkel inipun semakin menjamur, dengan bermacam harga dan fasilitas yang dimilikinya, yang akan memberikan pilihan bagi konsumen dalam menggunakan jasa bengkel tersebut.

Persaingan yang semakin ketat akan membuat para pelaku bisnis menjadi lebih bergairah dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen, bertujuan untuk memberikan rasa puas terhadap pelanggan dan dapat memiliki daya saing dibandingkan kompetitor. Kualitas pelayananlah yang menjadi poin utama dalam jasa perbengkelan ini, jika pelayanan diberikan secara maksimal tentu saja akan mempengaruhi loyalitas seorang konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2009) kualitas adalah jaminan terbaik atas loyalitas pelanggan, pertahanan terkuat perusahaan dalam menghadapi persaingan, dan satu-satunya jalan untuk mempertahankan pertumbuhan dan penghasilan. Hal ini juga diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sinaga (2011) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Putra (2010) menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Prahastuti (2011) menyimpulkan kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Widyaningtyas (2010) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Kumoro (2010) mengatakan bahwa

kualitas pelayanan secara signifikan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dan Bahri (2010) juga menyatakan hal yang sama yaitu kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Memang tidak mudah menjadi yang terbaik, selain harus menyediakan kualitas pelayanan terbaik juga ada faktor pola perilaku konsumen yang tidak mudah ditebak, apalagi di Indonesia yang terdiri dari berbagai macam budaya, sehingga memiliki ragam pola perilaku yang berbeda pula. Hal ini sesuai pernyataan Lupiyoadi (2001), bahwa salah satu faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Untuk menilai kualitas pelayanan, para ahli pemasaran seperti Parasuraman, Zeithaml, Berry (Tjiptono, 2001) telah mengajukan 5 faktor yang digunakan dalam menilai kualitas jasa, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*.

Kepuasan pelanggan juga merupakan aspek yang harus diperhatikan, jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan diberikan tentu saja akan menimbulkan dampak psikologis yang positif, yang mungkin akan berdampak pada loyalitas terhadap perusahaan yang memberikan kepuasan tersebut. Jika pelanggan telah memiliki perasaan puas akan pelayanan yang diberikan, dapat dipastikan pelanggan tersebut akan menjadi pelanggan yang loyal dan tidak akan berpaling pada jasa layanan yang lain. Seperti yang dikutip dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pratiwi (2011) yang mengatakan bahwa loyalitas

pelanggan dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan. Sinaga (2011) menyimpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Prahastuti (2011) menyimpulkan kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Widyaningtyas (2010) menyebutkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Kumoro (2010) melakukan pengujian dengan menggunakan uji t yang menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan secara signifikan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dan juga penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Qomariah (2012) yang mengatakan bahwa kepuasan mahasiswa berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas mahasiswa.

Signifikansi loyalitas pelanggan sangat terkait dengan kelangsungan perusahaan dan terhadap kuatnya pertumbuhan perusahaan di masa datang. Oleh karena itu, agar perusahaan mampu mempertahankan tingkat laba yang stabil, saat pasar mencapai kematangan atau kedewasaan dan persaingan bisnis begitu tajam, strategi definisi seperti berusaha untuk mempertahankan pelanggan yang ada saat ini lebih penting dibanding strategi agresif seperti memperluas ukuran pasar dengan menggaet konsumen potensial (Fornell, 1992; Ahmad dan Buttle, 2002).

Harga sangat menentukan kepuasan pelanggan dalam penggunaan jasa bengkel ini, karena besarnya biaya perbaikan yang ditetapkan berkaitan dengan tingkat

pendapatan yang dimiliki oleh pelanggan. Semakin tingginya biaya perbaikan akan mengakibatkan pelanggan harus berpikir dua kali dalam penggunaan jasa bengkel tersebut, demikian sebaliknya apabila biaya perbaikan semakin rendah maka pelanggan cenderung memanfaatkan jasa bengkel tanpa melakukan pertimbangan lebih banyak. Hal ini sesuai pernyataan Lupiyoadi (2001), bahwa harga merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Dan diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Widyaningtyas (2010) yang menyimpulkan harga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dan penelitian yang dilakukan juga oleh Kumoro (2010) yang mempunyai kesimpulan dengan melakukan pengujian uji t menunjukkan bahwa variabel harga secara signifikan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

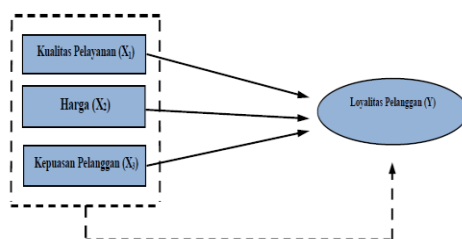
Berdasarkan survey awal yang penulis lakukan pada bengkel mobil Larasati. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, bengkel mobil Larasati menawarkan pelayanan yang memiliki perbedaan dengan bengkel mobil lainnya, seperti, siap siaga disaat hari libur kerja seperti besar keagamaan dan hari besar lainnya. Bengkel Mobil Larasati menerima keluhan-keluhan yang berhubungan dengan kesalahan dalam perbaikan mobil dan bila diperlukan akan dilakukan perbaikan ulang dengan waktu secepat mungkin. Untuk menambah kepuasan pelanggan, bengkel mobil Larasati juga memberikan garansi pada jasa perbaikan mobil yang dilakukan bengkel mobil Larasati

guna memperoleh pelanggan yang lebih banyak bengkel mobil Larasati menetapkan harga yang bersaing, sehingga tetap mampu menarik pelanggan dari kalangan perorangan maupun instansi tertentu. Berdasarkan hal tersebut di atas, maka menarik untuk dilakukan suatu penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

3. Metode Penelitian

Ada tiga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yaitu:

- H₁ : Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jasa bengkel mobil Larasati.
- H₂ : Harga mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jasa bengkel mobil Larasati.
- H₃ : Kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jasa bengkel mobil Larasati.



Gambar 3.1: Kerangka Konsep Penelitian

Sumber: Dikembangkan Oleh Peneliti

Keterangan: - - - - ► Simultan

————► Parsial

Menurut Arikunto (2006:129) populasi diartikan sebagai keseluruhan dari subjek atau objek penelitian. Populasi merupakan jumlah keseluruhan dari objek penelitian yaitu seluruh pelanggan bengkel mobil Larasati. Menurut Malhotra (2004) sampel adalah kelompok dari unsur-unsur populasi yang dipilih untuk berpartisipasi dalam penelitian. Untuk menentukan ukuran sampel digunakan teknik pengambilan sampel. Penentuan pengambilan sampel tergantung pada indikator yang digunakan Arikunto (2006:146). Penentuan sampel pada penelitian yang menggunakan angket atau kuesioner ditentukan berdasarkan jumlah indikator penelitian. Jumlah sampel adalah sama dengan jumlah indikator dikalikan 5 sampai dengan 10. Penelitian ini menggunakan 14 indikator dan menggunakan faktor kali angka 5, maka jumlah sampel penelitian ini ditetapkan sebesar $14 \times 5 = 70$. Alasan peneliti mengambil angka 5 karena jumlah perkiraan pelanggan yang tidak terlalu banyak.

Teknik sampling yang digunakan adalah *Purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan dan pertimbangan tertentu. Teknik *purposive sampling* ini berdasarkan penilaian terhadap beberapa karakteristik responden yang disesuaikan dengan maksud penelitian (Sugiyono, 2012).

Alat analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Analisis Regresi Linier Berganda
Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013:195).
- b. Uji F
Menurut Ghozali (2011) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.
- c. Uji t
Analisis ini digunakan untuk membuktikan signifikan tidaknya antara pengaruh kompensasi dan lingkungan kerja terhadap kepuasan kerja karyawan Operasional Aston Hotel Jember (Ghozali, 2013).

4. Hasil Dan Pembahasan

- a. Analisis Regresi Linier Berganda
Analisis regresi digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan estimasi regresi linier berganda dengan program SPSS versi 22,0 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.1: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

No	Variabel	Koefisien Regresi
1	Konstanta	2,221
2	Kualitas Pelayanan (X_1)	0,363
3	Harga (X_2)	0,301
4	Kepuasan Pelanggan (X_3)	0,503

Sumber: Hasil Olah Data Dengan SPSS 22.0

Berdasarkan tabel 4.1 yaitu hasil analisis regresi linier berganda dapat diketahui persamaan regresi yang terbentuk adalah:

$$Y = 1,729 + 0,191 X_1 + 0,215 X_2 + 0,352 X_3$$

Keterangan:

- Y = Loyalitas Pelanggan
 X_1 = Kualitas Pelayanan
 X_2 = Harga
 X_3 = Kepuasan Pelanggan

Dari persamaan tersebut dapat diartikan bahwa:

1. Konstanta = 1,729 menunjukkan besaran loyalitas pelanggan 1,729 satuan pada saat kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan sama dengan nol.
2. $\beta_1 = 0,191$ artinya meningkatnya kualitas pelayanan per 0,191 satuan akan meningkatkan loyalitas pelanggan apabila harga, dan kepuasan pelanggan sama dengan nol.
3. $\beta_2 = 0,215$ artinya meningkatnya harga per 0,215 satuan akan meningkatkan loyalitas pelanggan apabila kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan sama dengan nol.
4. $\beta_3 = 0,352$ artinya meningkatnya kepuasan pelanggan per 0,352 satuan akan meningkatkan loyalitas pelanggan apabila kualitas pelayanan, dan harga sama dengan nol.

b. Uji F

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama diuji dengan menggunakan uji F. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, signifikansi lebih kecil dari batas signifikansi dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebagai kriteria

penilaian pengujian hipotesis. Hasil uji tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.2: Hasil Uji F

No	Kriteria		Keterangan
	F hitung (18,950)	F tabel (2,7416)	
1	F hitung (18,950)	F tabel (2,7416)	Signifikan
2	Nilai signifikansi (0,000)	Taraf signifikansi (0,05)	Signifikan

Sumber: Hasil Olah Data Dengan SPSS 22.0

Berdasar tabel 4.2 dapat dilihat bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ (18,950 > 2,7416) maka kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada tingkat signifikan 5%, dalam hal ini H_0 ditolak. Sehingga, hipotesis yang menyatakan kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan terbukti kebenarannya (H_a diterima).

c. Uji t

Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan melihat statistik t_{hitung} dengan nilai statistik t_{tabel} dan taraf signifikansi (p -value), jika taraf signifikansi yang dihasilkan dari perhitungan di bawah 0,05 maka hipotesis diterima, sebaliknya jika taraf signifikansi hasil hitung lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak.

Tabel 4.3: Hasil Uji t

No	Uji t			Keterangan
	Variabel	Signifikansi Hitung	t hitung	
1	Kualitas Pelayanan	0,043	2,062	Signifikan
2	Harga	0,071	1,663	Signifikan
3	Kepuasan Pelanggan	0,003	3,120	Signifikan

Sumber: Hasil Olah Data Dengan SPSS 22.0

Dari tabel 4.3, diketahui perbandingan antara taraf signifikansi dengan signifikansi tabel adalah sebagai berikut:

1. Hasil uji lingkungan kerja fisik Hasil uji kualitas pelayanan mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,043 dan lebih kecil dari 0,05 dan t_{hitung} (2,062) > t_{tabel} (1,6679) yang berarti bahwa hipotesis kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan diterima.
2. Hasil uji harga mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,071 dan lebih besar dari 0,05 dan t_{hitung} (1,633) < t_{tabel} (1,6679) yang berarti yang berarti bahwa hipotesis harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan ditolak dan hipotesis alternative yang menyatakan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan diterima.
3. Hasil uji kepuasan pelanggan mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,003 dan lebih kecil dari 0,05 dan t_{hitung} (3,120) > t_{tabel} (1,6679) yang berarti bahwa hipotesis kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan diterima.

d. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik, penjelasan dari masing-masing pengaruh variabel dijelaskan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Artinya bahwa ada pengaruh

kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

2. Hasil pengujian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Artinya bahwa kualitas pelayanan yang meliputi: setiap keluhan pada kendaraan dapat diatasi oleh karyawan Bengkel Mobil Larasati Lumajang; karyawan cekatan ketika ada konsumen yang datang; masalah pada kendaraan akan selesai sesudah diatasi oleh karyawan; setiap keluhan akan didengarkan oleh karyawan; dan peralatan yang digunakan lengkap dan memadai, berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
3. Hasil pengujian ini membuktikan bahwa tidak ada pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan. Artinya bahwa harga yang meliputi: harga yang ditetapkan sudah sesuai dengan kualitas servis yang diberikan; pelayanan yang diterima sebanding dengan pelayanan yang diterima konsumen; dan harga yang ditetapkan sudah sesuai dengan spare part yang digunakan, berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
4. Hasil pengujian ini membuktikan bahwa ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya bahwa kepuasan

pelanggan yang meliputi: pelayanan yang diberikan tergolong sangat baik; pernah menyarankan kepada orang lain untuk men-servis kendaraan di Bengkel Mobil Larasati Lumajang; dan merasa puas terhadap pelayanan atau servis, berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

5. Kesimpulan Dan Saran

a. Kesimpulan

Dari pengujian secara statistik yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan dengan hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($18,950 > 2,7416$) maka dapat diartikan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan koefisien regresi yang bernilai positif ($0,191$) dan signifikan dengan nilai signifikansi hitung sebesar $0,043$ dan lebih kecil dari $0,05$ dan $t_{hitung} (2,062) > t_{tabel} (1,6679)$ yang berarti bahwa hipotesis kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan diterima.
3. Harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan koefisien regresi yang bernilai positif ($0,215$) dan tidak signifikan dengan nilai signifikansi hitung sebesar $0,071$ dan lebih besar dari $0,05$ dan $t_{hitung} (1,633) < t_{tabel} (1,6679)$ yang berarti bahwa hipotesis harga mempunyai pengaruh

terhadap loyalitas pelanggan ditolak.

4. Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan koefisien regresi yang bernilai positif (0,352) dan signifikan dengan nilai signifikansi hitung sebesar 0,003 dan lebih kecil dari 0,05 dan $t_{hitung} (3,120) > t_{tabel} (1,6679)$ yang berarti bahwa hipotesis kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan diterima.

b. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka saran yang dapat diberikan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan
Kualitas pelayanan yang ditawarkan harus dapat memuaskan harapan dari konsumen.
2. Harga
Harga disesuaikan dengan kemampuan ekonomi konsumen dan segmen pasar yang disasar.
3. Kepuasan pelanggan
Kepuasan pelanggan harus menjadi prioritas dan menjadi keharusan untuk dicapai oleh para karyawan.
4. Bagi peneliti yang tertarik melakukan penelitian sejenis diharapkan untuk mengobservasi dan mengeksplorasi lebih jauh mengenai permasalahan-permasalahan mengenai kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan yang terdapat pada Bengkel Mobil Larasati Lumajang pada khususnya dan objek lain pada umumnya dengan menambah variabel-

variabel lain seperti citra merek, keragaman produk, layanan dan lainnya. Selain itu juga disarankan untuk mencoba metode kualitatif dalam mendapatkan data dan informasi yang lebih akurat

DAFTAR PUSTAKA

- Tjiptono, Fandy. 2004, *Manajemen Jasa*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Offset. Yogyakarta.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fornell, C. 1992. *A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience*. *Journal of Marketing*. Vol. 60, pp. 7-17.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Universitas Diponegoro. Semarang.

- Pratiwi, Dinar. 2010. *Analisis Pengaruh Harapan Pelanggan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Internet Flash Unlimited* di Semarang. Universitas Diponegoro, (Laporan Penelitian Tidak Dipublikasikan).
- Jati, Kumoro, Sasongko. 2010. *Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Merk terhadap Produk Indosat IM3*. Semarang: Progam S1 Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro (Laporan Penelitian Tidak Dipublikasikan).
- John C. Mowen dan Michael Minor. 2001. *Consumer behavior: a framework*. Prentice Hall.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat: Jakarta
- Maman, Putra Arya, 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. BCA Cabang Kanjengan Semarang*. Universitas Diponegoro (Laporan Penelitian Tidak Dipublikasikan).
- Prahastuti, Lina. 2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen Indosat di Wilayah Semarang*. Universitas Diponegoro (Laporan Penelitian Tidak Dipublikasikan)..
- Qomariah, Nurul. 2012, *Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Institusi terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Universitas Muhammadiyah di Jawa Timur)*. Jurnal Prosiding Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Sinaga, Partua, P, H. 2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Warnet Chamber Semarang*. Universitas Diponegoro (Laporan Penelitian Tidak Dipublikasikan).
- Widyaningtyas, Richa. 2010. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Kereta Api Harina di PT. Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang*. Universitas Diponegoro (Laporan Penelitian Tidak Dipublikasikan).