

27

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
MOTOR YAMAHA KECAMATAN SEKUPANG KOTA BATAM**

Wasiman

Dosen Manajemen Universitas Putera Batam

(Naskah diterima: 1 Oktober 2024, disetujui: 25 Oktober 2024)

Abstract

The purpose of this study is to determine the effect of Product Quality, Service Quality and customer satisfaction on customer loyalty Yamaha Motor located in the District Sekupang Batam City. This study used three independent variables, namely Product Quality (X1) Quality of Service (X2) and customer satisfaction (X3) with customer loyalty as dependent variable. The population used in this study 150 was calculated using the slovin formula. Methods of data analysis using multiple linear data analysis. The result of R square test of dependent variable can be explained by independent variable that is Product Quality, Service Quality and customer satisfaction equal to 74,8% and rest 25,2% influenced by other factor outside this research.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Loyalty Customers

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, kualitas Pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Motor Yamaha yang berada di wilayah Kecamatan Sekupang Kota Batam. Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen yaitu Kualitas Produk (X1) Kualitas Pelayanan (X2) dan kepuasan pelanggan (X3) dengan loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini 150 dihitung menggunakan rumus slovin. Metode analisis data menggunakan analisis data linier berganda. Hasil uji R square variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu Kualitas Produk, kualitas Pelayanan dan kepuasan pelanggan sebesar 74,8% dan sisanya sebesar 25,2% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Pelanggan Loyalitas

I. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis terdapat beberapa pengaruh terhadap kemauannya sebuah perusahaan seperti : Kualitas Produk, Kualitas pelayanan,

kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Jika Pelanggan tersebut diberi pelayanan sepenuhnya dan mencapai ekspektasinya maka Pelanggan akan merasakan kepuasan pada pelayanan perusahaan dan akan terus

berlangganan dan akan membentuk sebuah loyalitas. Kepuasan pelanggan akan terbentuk oleh sebuah proses yang cukup lama dan biasanya proses pembentukan loyalitas dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu, kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sehingga proses itu semua harus dilalui oleh produsen dalam usahan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Pada penelitian ini peneliti mengambil variabel kualitas produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Kepuasan Pelanggan (X3) dan Loyalitas Pelanggan sebagai variabel Dependen. Pengambilan variabel tersebut berdasarkan sebuah fenomena yang terjadi dilapangan khususnya kecamatan sekupang tentang semakin beratnya mempertahankan loyalitas pelanggan Motor Yamaha di Kecamatan Sekupang.

Adapun tujuan dilakukan penelitian yaitu:

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Motor Yamaha Kecamatan Sekupang di Kota Batam
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Motor Yamaha Kecamatan Sekupang di Kota Batam
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Motor Yamaha Kecamatan Sekupang di Kota Batam.
4. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Motor Yamaha Kecamatan Sekupang di Kota Batam

II. KAJIAN TEORI

2.1 Kualitas Produk

Menurut Sunyoto (2015 : 183) kualitas produk adalah totalitas gambaran dan karakteristik produk yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang di inginkan pelanggan. Pelanggan puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut dengan kualitas yang baik. Kualitas produk termasuk didalamnya keawetan, keandalan, ketepatan, kemudahan dipergunakan dan di perbaiki serta atribut yang bernilai lainnya. Kunci utama dalam memenangkan pangsa pasar adalah kepuasan pelanggan. Menurut Oentoro (2012: 128) Kualitas produk menunjukkan ukuran tahan lamanya produk itu, dapat dipercayainya produk tersebut, ketepatan (*precision*) produk, mudah mengoperasikan dan memeliharanya serta atribut lain yang nilai. Dari segi pandangan pemasar-

an, kualitas dapat di ukur dalam ukuran persepsi pembeli tentang mutu atau kualitas produk tersebut. Kebanyakan produk disediakan atau di adakan mulanya berawal pada satu diantara empat tingkatan kualitas yaitu kualitas rendah, kualitas rata-rata (sedang), kualitas baik, dan kualitas sangat baik.

2.2 Kualitas Pelayanan

Menurut Barnes (2014: 90) kualitas pelayanan adalah penilaian konsumen tentang kehandalan dan superioritas pelayanan secara keseluruhan konsumen akan membuat perbandingan antara yang mereka berikan dengan apa yang didapatkan. Menurut Kotler (2016: 206) Kualitas Pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen.

2.3 Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2014: 75). Kepuasan pelanggan merupakan konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Menurut Lupiyoadi (2013: 211) mendefinisikan pelanggan sebagai seorang individu atau kelompok yang berulang kali datang ketempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan memuaskan produk atau jasa tersebut.

2.4 Loyalitas Pelanggan

Menurut Griffin (2014: 188), menyatakan loyalitas pelanggan adalah "*Is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit*" (loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus terhadap suatu produk atau jasa yang dipilih. terhadap Loyalitas Pelanggan Motor Yamaha

Kecamatan Sekupang di Kota Batam ?

III. METODE PENELITIAN

Menurut Nazir (2016: 94) Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Dalam pengertian yang sempit, desain penelitian hanya mengenai pengumpulan dan analisis data saja.

Variabel – variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah variabel independen yang terdiri dari Kualitas Produk, (X1) Kualitas Pelayanan (X2) dan Kepuasan Pelanggan(X3). Variabel Dependen Loyalitas Pelanggan (Y). Menurut Sugiyono (2014: 180) mengatakan bahwa populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunya kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh

peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut Sugiyono (2015: 182) sampel sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Berbagai metode dalam penentuan sampel adalah cara yang digunakan pada situasi yang tidak memungkinkan dan tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan waktu, tenaga, dan dana, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 150 sampel. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya.

1) Menurut Sumanto (2016: 78) menyatakan validitas adalah tingkat di mana suatu instrument mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam menentukan kelayakan dan tidaknya suatu item yang akan digunakan biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf 0,05 artinya suatu item dianggap memiliki tingkat valid jika memiliki korelasi signifikan terhadap skor total item.

2) Menurut Sumanto (2016: 81) uji reliabilitas adalah tingkat pada mana suatu

tes secara konsisten mengukur berapa pun hasil pengukuran itu. Reliabilitas juga dapat berarti indeks yang menunjukkan dapat dipercaya atau tidak. Uji ini digunakan untuk mengetahui dan mengukur tingkat konsistensi alat ukur. Dalam penelitian ini kriteria dalam uji reliabilitas adalah *Cronbach's Alpha* harus lebih besar dibandingkan dengan 0,60.

3) Uji Normalitas

Menurut Wibowo (2012: 61) uji ini dilakukan guna mengetahui apakah nilai residu (perbedaan yang ada) yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak normal. Nilai residu yang berdistribusi normal akan membentuk suatu kurva yang kalau digambarkan akan berbentuk lonceng, *bell-shaped curve*.

4) Uji Multikolinearitas

Wibowo (2012: 87) menjelaskan bahwa gejala multikolinieritas dapat diketahui dengan menggunakan atau melihat alat uji yang disebut Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai VIF kurang dari 10, menunjukkan model tidak terdapat gejala multikolinieritas, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel bebas. Metode lain yang dapat digunakan adalah dengan mengorelasikan antar variabel bebasnya, bila nilai koefisien korelasi antar variabel bebasnya tidak lebih besar dari 0,5

maka dapat ditarik kesimpulan model persamaan tersebut tidak mengandung multikolineari-tas.

5) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Wibowo (2012: 93) suatu model dikatakan memiliki *problem* heteroskedastisitas itu berarti ada atau terdapat varian variabel dalam model yang tidak sama. Gejala ini dapat pula diartikan bahwa dalam model terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada pengamatan model regresi tersebut. Uji heteroskedastisitas diperlukan untuk menguji ada tidaknya gejala ini. Untuk melakukan uji tersebut ada beberapa metode yang dapat digunakan, misalnya metode *Barlet* dan *Rank Spearman* atau Uji *Spearman's rho*, metode grafik *Park Gleyser*.

6) Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t)

Menurut Wibowo (2012: 122) menjelaskan bahwa uji statistik t merupakan hasil pengujian tingkat signifikansi koefisien yang didapat dari nilai koefisien regresi dibagi dengan kesalahan bakunya. Koefisi-en regresi sebuah variabel independen memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel dependen jika nilai t-hitung > t-tabel, atau probabilitas (*sig.t*) < α .

7) Uji Koefisien Regresi secara bersama-sama (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Penggunaan tingkat signifikansinya beragam, tergantung keinginan peneliti, yaitu 0,01(1%); 0,05 (5%) dan 0,10 (10%) (Sanusi, 2012: 137). Lokasi penelitian ini dilaksanakan Pelanggan Motor Yamaha Kecamatan Sekupang Kota Batam selama 2 bulan dimulai dari bulan maret 2018 sampai dengan bulan april 2018

IV. HASIL PENELITIAN

4.1 Hasil Uji Validitas

Tabel 1
Hasil Uji Validitas X1, X2, X3 dan Y

No	Pernyataan	Nilai Pearson Correlasi n	r Tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X1)				
1	X1.1	0.721	0,189	Valid
2	X1.2	0.681	0,189	Valid
3	X1.3	0.752	0,189	Valid
4	X1.4	0.784	0,189	Valid
5	X1.5	0.688	0,189	Valid
6	X1.6	0.672	0,189	Valid
7	X1.7	0.750	0,189	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)				
1	X2.1	0.812	0,189	Valid
2	X2.2	0.750	0,189	Valid
3	X2.3	0.745	0,189	Valid
4	X2.4	0.682	0,189	Valid
5	X2.5	0.690	0,18	Valid
6	X2.6	0.785	0,189	Valid
7	X2.7	0.652	0,189	Valid

8	X2.8	0,697	0,189	Valid
Kepuasan Pelanggan (X3)				
1	X3.1	0,788	0,189	Valid
2	X3.2	0,715	0,189	Valid
3	X3.3	0,69	0,189	Valid
4	X3.4	0,652	0,189	Valid
5	X3.5	0,687	0,189	Valid
Loyalitas Pelanggan (Y)				
1	Y1	0,749	0,189	Valid
2	Y2	0,674	0,189	Valid
3	Y3	0,658	0,189	Valid
4	Y4	0,724	0,189	Valid
5	Y5	0,653	0,189	Valid
6	Y6	0,651	0,189	Valid

Berdasarkan Tabel 2 semua pernyataan dalam setiap variabel memiliki nilai *Correlation* (R_{Hitung}) lebih besar dari R_{tabel} . Maka dapat dikatakan bahwa semua item pernyataan tersebut adalah valid.

4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 2

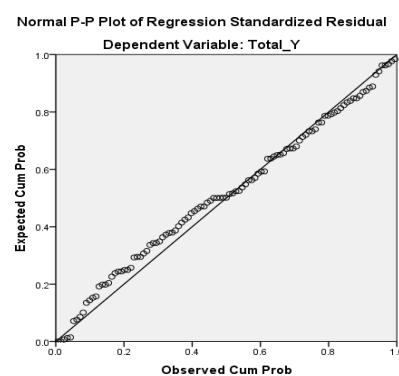
Hasil Uji Reliabilitas X1, X2, X3 dan Y

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Kualitas Produk	0,861	7
Kualitas Pelayanan	0,866	8
Kepuasan Pelanggan	0,731	5
Loyalitas Pelanggan	0,767	6

Berdasarkan Tabel 2 hasil uji reliabilitas ketiga variabel menunjukkan angka *cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Maka

dapat disimpulkan bahwa seluruh *N of Items* pernyataan dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Normalitas



Grafik Normal P-P Plot menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di sekitar area garis diagonal yang menunjukkan bahwa data tersebut telah terdistribusi secara normal.

4.3 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

Tabel 3
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean ,0000000 Std. Deviation 2,87129827
Most Extreme Differences	Absolute ,078 Positive ,054 Negative -,078
Kolmogorov-Smirnov Z	,754
Asymp. Sig. (2-tailed)	,754

Sumber: Hasil Pengolahan data SPSS 21

Berdasarkan Tabel 3 hasil uji kolmogorov-smirnov diambil kesimpulan bahwa data memiliki distribusi normal karena

nilai Kolmogrov-Smirnov memiliki tingkat signifikansi $0,754 > 0,05$.

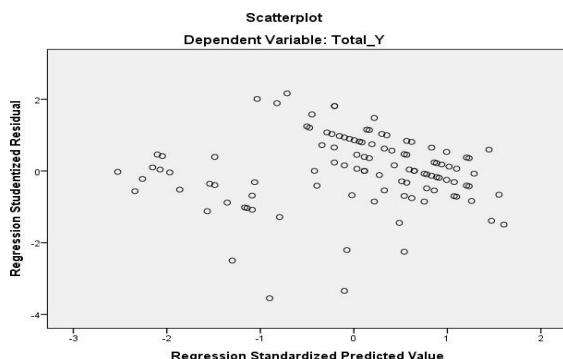
4.4 Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Total.X1	0.412	1.407
1 Total.X2	0.323	1.680
Total.X3	0.211	1.871

Berdasarkan Tabel 4 hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai VIF untuk variabel Kualitas Produk, Kualitas, sebesar $1,407 < 10$, Kualitas Pelayanan $1,680 < 10$ dan kepuasan pelanggan $1,871 < 10$ maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi multikolinearitas sesama variabel independen.

4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas di atas menunjukkan bahwa sebaran titik-titik yang acak baik diatas maupun dibawah angka

0 dari sumbu Y, Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas (terjadi homoskedastisitas).

4.6 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

	Coefficients ^a		Stand ardize d Coeff icient s	t	Sig .
	B	Std . Err or			
1	(Consta nt)	6.894	3.411		3.373 .001
	Total.X1	.230	.045	.462	4.805 .000
	Total.X2	.420	.018	.472	3.605 .000
	Total.X3	.259	.214	.238	3.214 .018

a. Dependent Variable: Total.Y

Berdasarkan hasil pengolahan data pada dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 6,894 + 0,230.(X1) + 0,420(X2)+ 0,259 (X3)$

Artinya :

- Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 6,894, artinya jika variabel Kualitas Produk

(X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Kepuasan Pelanggan (X3) bernilai 0, maka variabel Loyalitas Pelanggan (Y) bernilai 6,894.

2. Bahwa setiap 1 poin variabel Kualitas Produk (X1) bertambah dengan satu-satuan maka akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 0.230 (23%).
3. Bahwa setiap 1 poin variabel Kualitas Pelayanan (X2) bertambah dengan satu-satuan maka akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 0.420 (42%).
4. Bahwa setiap 1 poin variabel Kepuasan Pelanggan (X3) bertambah maka akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 0.259 (25.9%), selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain.

4.7 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

5. Tabel 6

Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.690 ^a	.748	.755	2.48571

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai perolehan R^2 sebesar 0,748 atau 74.8%. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) Kualitas pelayanan (X2) dan Kepuasan Pelanggan (X3) berpengaruh sebesar 74.8% terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) sedangkan sisanya sebesar 25.2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini

4.8 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Tabel 7
Hasil Uji Parsial (Uji t)

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.894	3.41		3.373	.001
	Total .X1	.230	.045	.462	4.805	.000
	Total .X2	.420	.018	.472	3.605	.000
	Total .X3	.259	.214	.238	3.214	.018

a. Dependent Variable: Total.Y

Berdasarkan Tabel 7 hasil uji t menunjukkan bahwa diketahui pada variabel Kualitas Produk (X1) t (t hitung) sebesar 4,805 nilai signifikansi 0,000, Kualitas Pelayanan (X2) t

(t hitung) sebesar 3,605 nilai signifikansi 0,000, dan Kepuasan Pelanggan (X2) nilai t (t hitung) sebesar 3,214 nilai signifikansi 0,018 karena t hitung lebih besar dari $> t$ Tabel dan signifikansi $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kualitas Produk (X1) Kualitas Pelayanan (X2) dan Variabel Kepuasan Pelanggan (X3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

4.9 Hasil Uji Simultan (Uji F)

Tabel 8
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	460.723	2	185.362	26.724	.000 ^b
Residua 1	575.333	134	6.686		
Total	1036056	146			

Berdasarkan Tabel 8 hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa diperoleh hasil pengolahan data nilai F hitung = 26,724 dan nilai signifikan 0,000. Secara statistik dapat diambil kesimpulan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk (X1)

Kualitas pelayanan (X2) dan kepuasan pelanggan (X3) terhadap Loyalitas pelanggan (Y).

Pembahasan dari masing-masing pengaruh variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas Produk terhadap loyalitas pelanggan

Berdasarkan hasil dari uji t , dapat diketahui bahwa secara parsial berpengaruh signifikan variabel Kualitas Produk (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), Hasil penelitian sesuai dengan yang dilakukan oleh Farah Dizah (2016) “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada PT Fifgroup Cabang Manado).

2. Pengaruh kualitas Pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

Berdasarkan hasil uji t , dapat diketahui bahwa secara parsial berpengaruh signifikan variabel Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), Hasil Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Zera Harahap, Agus Supandidan Jopie J. Rotinsulu (2014).

3. Terhadap loyalitas pelanggan

Berdasarkan hasil dari uji t , dapat diketahui bahwa secara parsial berpengaruh

signifikan variabel Kepuasan pelanggan (X3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Cristy Angelina Warokka, Joyce Lapian dan Rotinsulu Jopie Jorie, (2014)

4. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan kepuasan pelanggan bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil dari uji f, dapat diketahui berpengaruh signifikan variable Kualitas Produk (X1) Kualitas Pelayanan (X2) dan Kepuasan pelanggan (X3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), Hasil Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktaviani Ramenusua (2013).

V. KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (X1) memiliki hubungan terhadap loyalitas pelanggan (Y) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,805 > t$ tabel 1,982.
2. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X2) memiliki hubungan terhadap loyalitas pelanggan (Y) dengan nilai signifikan

$0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,605 > t$ tabel 1,982.

3. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan (X3) memiliki hubungan terhadap loyalitas pelanggan (Y) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,214 > t$ tabel 1,982.
4. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa kualitas Produk (X1) kualitas pelayanan (X2) dan Kepuasan Pelanggan (X3) memiliki hubungan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung $26,724 > f$ tabel 3,08.

DAFTAR PUSTAKA

Cristy Angelina Warokka, Joyce Lapian, Rotinsulu Jopie Jorie. 2015. Pengaruh *Éksperiential Marketing*Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Mobil Suzuki Ertiga Pada PT Sinar Galesong Prima Manado. Jurnal EMBA.

Griffin, J. 2014. *Customer Loyalty :Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Erlangga. Jakarta.

Kotler, Philip dan Gary, Amstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* edisi 12e

,Erlangga, Jakarta. 2010. *Marketing Management*, Millenium Edition North

YAYASAN AKRAB PEKANBARU

Jurnal AKRAB JUARA

Volume 9 Nomor 4 Edisi November 2024 (1278-1288)

- Western University New Jersey, PrenticHallInc
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi.* Edisi Ketiga. Salemba Empat. Jakarta.
- Nazir, Moh. 2014. MetodePenelitian. CetakanKedelapan. PenerbitGhalia Indonesia. Bogor.
- Noor, Juliansyah. 2014. *Metodologi Penelitian: Skripsi Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah.* Edisi Pertama. KENCANA Prenada Media Group. Jakarta.
- Oktaviani Ramenusa. 2015. Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT DGS Manado. Jurnal EMBA
- Prasetyo, Hafit dan Sudarwati. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Simpedes di Bank BRI Unit Baki.* ISSN 1693-0827. Vol. 11 No. 2. Hal 28-29
- Sanusi. Anwar. 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis.* Salemba Empat. Jakarta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif, dan R & D.* Bandung: Alfabeta.
- Sumanto. 2014. *Teori Dan Aplikasi Metode Penelitian.* Cetakan Pertama. Penerbit CAPS. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik.* Edisi Kedua. ANDI. Yogyakarta.
- Wibowo, Agung Edy. 2012. *Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian.* Cetakan Pertama. Penerbit Gava Media. Yogyakarta.
- Zera Harahap, Agus Supandi, Jopie J. Rotinsulu 2014. Citra Merek, Ekuitas Merek, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Indomie Dikecamatan Malalayang 1 Barat Manado. Jurnal EMBA
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima.* EdisiPertama. ANDI. Yogyakarta.