

MENINGKATKAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA HOME INDUSTRY KARYA AYU CIAMIS

IMPROVING THE QUALITY OF PRODUCTS TOWARD CUSTOMER LOYALTY AT HOME INDUSTRY WORKS AYU CIAMIS

YOGI SUGIARTO MAULANA¹, DHONNA HENDRY RHUMMARIANTI²

^{1,2}Program Studi Ilmu Administrasi Niaga STISIP Bina Putera Banjar, Sumanding Wetan, Kota Banjar

ARTICLE INFO



Authors Email :
4091.sm@gmail.com ¹

Keywords:
Product Quality, Customer Loyalty,
Marketing.

DOI:
<https://doi.org/10.33096/jmb.v6i1.78>

ABSTRACT

Sales of banana chips tend to fluctuate, allegedly influenced by customers who switch to another company. This research was to determine and analyze the effect of product quality to customer loyalty. This study uses a quantitative approach explanatory. Using simple random sampling. The statistical method used is the product moment correlation. The results of the questionnaire are in either category. Coefficient correlation of 0.485 means that the relationship between variables in a category is. Influence of product quality to customer loyalty amounted to 23.5%. The test results hypothesis states that there is significant influence product quality on loyalty.

ABSTRAK

Penjualan keripik pisang cenderung fluktuatif, diduga dipengaruhi oleh pelanggan yang beralih ke perusahaan lain. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatory. Menggunakan simple random sampling. Metode statistik yang digunakan yaitu korelasi Product Moment. Hasil kuesioner berada pada kategori baik. Koefisien korelasi sebesar 0,485 artinya hubungan antar variabel berada dalam kategori sedang. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan sebesar 23,5%. Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap loyalitas.

PENDAHULUAN

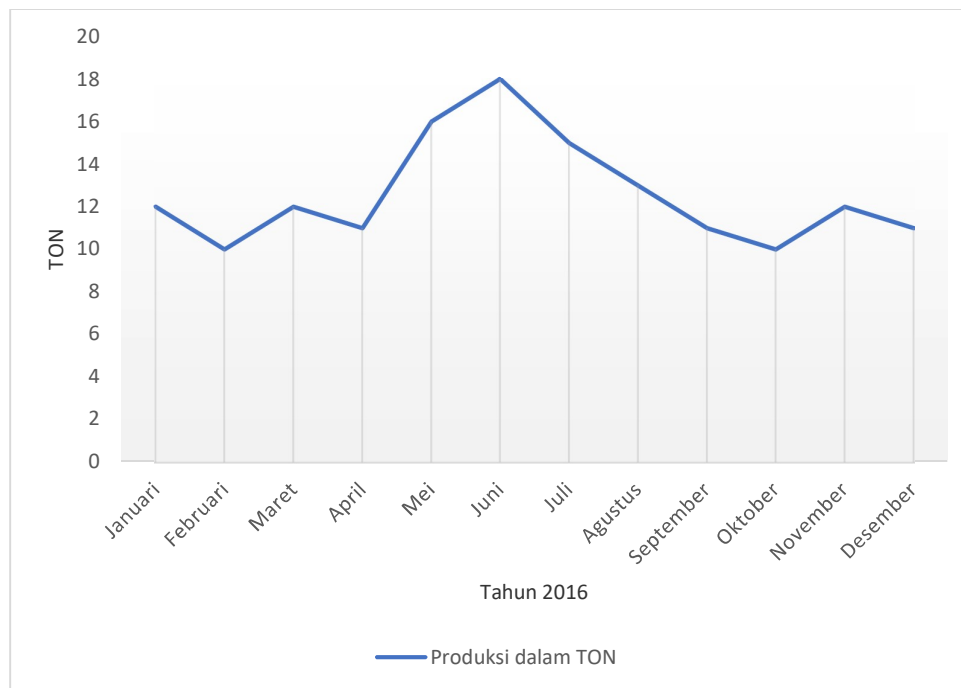
Pelanggan yang puas adalah tujuan yang menguntungkan, karena pelanggan yang tidak puas akan dengan mudah pindah ke tempat lain dan menghabiskan proyek di tempat lain. Jika pelanggan puas dengan pembelian pertama, dia akan membelinya berulang kali di perusahaan dan dapat diartikan sebagai loyalitas pelanggan. Pelanggan puas dengan produk yang dibeli dan menganggap penting untuk penggunaan sehari-hari, dan pelanggan dapat dikatakan sebagai pelanggan setia produk tersebut. Oleh karena itu, loyalitas pelanggan merupakan faktor penting dalam keberhasilan perusahaan dalam lingkungan yang semakin kompetitif. Strategi

ini didasarkan pada komitmen manajemen untuk meningkatkan kualitas layanan untuk memenuhi komitmen pelanggan dan terus dilaksanakan oleh perusahaan, termasuk perusahaan yang menghasilkan barang dan jasa.

Produk atau jasa yang dihasilkan harus berkualitas. Kualitas produk dapat menentukan akhir sebuah karya ataupun produk, baik buruknya sebuah produk ditentukan pada saat proses produksi. Dalam pelaksanaan kualitas produk perusahaan menggunakan berbagai macam sumber daya yang ada, misalnya sumber daya manusia, sumber daya alam (bahan baku produksi), modal, metode produksi dan lain sebagainya untuk menciptakan karya atau produk yang sesuai dengan yang diharapkan. Kualitas produk dilaksanakan dalam rangka menciptakan sebuah produk yang nantinya diharapkan dapat menarik minat pembeli/konsumen untuk membeli produk yang diciptakan tersebut.

Home industry Karya Ayu memproduksi keripik pisang berdasarkan pesanan. Data produksi selama tahun 2016 cenderung fluktuatif, hal tersebut dapat dilihat pada grafik sebagai berikut:

Grafik Perkembangan Produksi Pada Tahun 2016



Sumber: Data Produksi *home industry* Karya Ayu Ciamis 2016

Data pada tabel 1 di atas, jumlah produksi keripik pisang pada *home industry* Karya Ayu Ciamis cenderung fluktuatif. Hal tersebut dipengaruhi oleh permintaan konsumen dengan jumlah yang tidak tetap setiap bulannya. Selain itu, ada beberapa konsumen yang beralih ke perusahaan lain dikarenakan varian rasa keripik di perusahaan lain lebih banyak dan inovatif, sehingga mempengaruhi permintaan konsumen (Hasil wawancara dengan salah satu pelanggan, Rabu 25 Oktober 2017).

Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti melakukan penelitian mengenai bagaimana kualitas produk pada *home industry* Karya Ayu Ciamis mempengaruhi loyalitas

pelanggan. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat khususnya bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan serta pembuatan kebijakan kedepannya.

Penelitian yang dilakukan oleh (Sussanto & Damayanti, 2012) Ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk memiliki dampak yang sama pada loyalitas konsumen Kebunku Nursey, tetapi tidak ada dampak signifikan pada kualitas layanan dari loyalitas konsumen. Kualitas produk memiliki dampak signifikan terhadap loyalitas konsumen. Penelitian sebagai responden adalah konsumen yang membeli lebih dari satu kali, dan dalam penelitian ini, responden adalah pengunjung yang sering membeli produk lebih dari tiga kali, yang membuat penilaian responden lebih objektif. Selain itu, produk yang akan dipelajari berbeda dari penelitian sebelumnya, dan penelitian ini meneliti makanan yang mengevaluasi rasa makanan ini.

Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, akan tetapi kepuasan tidak mempengaruhi hubungan antara kualitas produk dan loyalitas pelanggan (Padmantlyo & Fauzi'ah, 2014). Penelitian tersebut mengambil 100 orang responden yang dipilih berdasarkan kriteria pernah membeli dan mengonsumsi air minum merk AQUA. Pengukuran kualitas produk yang diteliti oleh (Padmantlyo & Fauzi'ah, 2014) terdiri dari 5 indikator, sedangkan penelitian ini untuk mengukur variabel kualitas produk menggunakan 4 dimensi kualitas yang dipaparkan oleh (Haming & Nurnajamuddin, 2014).

Studi yang dilakukan oleh (Hidayat, 2009) Kualitas produk memiliki dampak negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, tetapi memiliki dampak positif pada kepuasan pelanggan. Para peneliti tertarik untuk meninjau kembali dampak kualitas produk terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini tidak termasuk variabel kepuasan.

Kualitas produk adalah keseluruhan karakteristik dari suatu produk atau layanan yang mempengaruhi kemampuan untuk memenuhi kebutuhan eksplisit atau tersirat. Kualitas produk adalah hasil produksi dan akan memberi kesan pada konsumen untuk distribusi dan digunakan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka. Jika produk memenuhi standar kualitas yang telah ditentukan, maka produk tersebut berkualitas. (Haming & Nurnajamuddin, 2014).

Dimensi kualitas adalah suatu kedalaman daripada suatu pokok bahasan mengenai kespesifikasian suatu kualitas. Dimensi kualitas produk secara sfesifikasi diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Dimensi kualitas (*quality orientation*)

Dalam hal ini, tujuan dari proses produksi adalah untuk menghasilkan produk terbaik dan menjawabnya sesuai dengan kebutuhan konsumen.

2. Dimensi biaya (*cost minimization orientation*)

Dimensi biaya ini memiliki tujuan bagaimana membuat produk tertentu dengan harga murah. Arah biaya minimum ini hanya dapat dilakukan pada produk yang diklasifikasikan sebagai komoditas.

3. Dimensi kecepatan menyarehkan (*speed of delivery*)

Dimensi kecepatan pemrosesan terkait dengan kemampuan perusahaan untuk mengirimkan produk atau layanan dengan cepat dibandingkan dengan yang dilakukan pesaing.

4. Dimensi keandalan penyerahan (*reliability of delivery*)

Dimensi dari keandalan pengiriman terkait dengan kemampuan untuk mengirimkan pesanan dengan benar atau lebih cepat dari waktu pelaksanaan. (Haming & Nurnajamuddin, 2014)

Konsumen yang loyal adalah aset penting perusahaan. Ini bisa dilihat dari karakteristiknya. Griffin (Sangadji & Sopiah, 2013) menunjukkan bahwa konsumen yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Ulangi pembelian secara teratur, yaitu, pembelian berulang dan pembelian besar
2. Melakukan pembelian pada semua lini produk atau layanan (*purchases across product and service lines*), yaitu membeli produk yang sama dan membeli layanan di perusahaan yang sama
3. Merekomendasikan produk lain (*refers other*) mengacu pada mempromosikan produk, merekomendasikan pemasok produk dan menyampaikan informasi positif tentang produk
4. Pengecualian yang menunjukkan daya tarik terhadap produk serupa yang dimiliki pesaing (*demonstrates on immunity to the full of the competition*), berarti menunjukkan produk unggulan, menguji produk lain, dan mengimunitasi produk lain.

Hipotesis dari penelitian ini adalah bahwa kualitas produk berdampak pada loyalitas pelanggan pada *home industry* Karya Ayu Ciamis.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah eksplanatori. Menurut (Sugiyono, 2015) tipe peneliti interpretatif adalah penelitian yang dirancang untuk menjelaskan lokasi variabel yang diteliti, dan metode yang digunakan adalah bahwa hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya adalah asosiatif (hubungan), yang dirancang untuk menemukan keluar hubungan antara dua atau lebih variabel. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X) sebagai variabel bebas dan loyalitas pelanggan (Y) sebagai variabel dependen.

Tempat penelitian yang ditentukan oleh peneliti adalah *home industry* Karya Ayu yang beralamat di Dusun Karang Kendal RT.02 RW.05 Desa Pusaka Nagara Kecamatan Bareggeg Kabupaten Ciamis, yang merupakan industri rumahan yang memproduksi jenis makanan tradisional.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang membeli keripik pisang Karya Ayu yang berjumlah 120 orang. Apabila populasi melebihi 100 orang, maka pengambilan sampelnya menggunakan rumus slovin (Suhartanto, 2014), sehingga berdasarkan perhitungan menghasilkan jumlah sampel sebanyak 55 responden

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah pelanggan keripik pisang *home industry* Karya Ayu Ciamis. Dimana data yang diperoleh peneliti yaitu melalui observasi dan kuesioner. Sedangkan sumber data sekunder dalam penelitian ini berupa referensi-referensi data pendukung misalnya data jumlah produksi keripik pisang *home industry* Karya Ayu Ciamis.

Teknik pengujian data menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Metode statistik yang digunakan yaitu uji koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji signifikansi, dan uji persamaan regresi dengan rumus $Y' = a + bX$.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut dapat disimak keseluruhan jawaban responden mengenai Kualitas Produk pada *Home Industry* Keripik Pisang Karya Ayu Ciamis, pada tabel dibawah ini:

Tabel 1 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk Pada *Home Industry* Keripik Pisang Karya Ayu Ciamis

No.	Pernyataan	Skor
1.	Industri rumahan Karya Ayu Ciamis menghasilkan keripik pisang yang enak	250
2.	Keripik pisang yang dihasilkan industri rumahan Karya Ayu Ciamis sesuai dengan kebutuhan	245
3.	Harga keripik pisang Karya Ayu Ciamis terjangkau	251
4.	Industri rumahan Karya Ayu Ciamis melayani permintaan keripik pisang dengan cepat	237
5.	Industri rumahan Karya Ayu menyerahkan pesanan keripik pisang tepat waktu	259
6.	Industri rumahan Karya Ayu menyerahkan keripik pisang sesuai dengan pesanan	245
7.	Industri rumahan Karya Ayu menyerahkan pesanan keripik pisang lebih cepat dari waktu yang dijanjikan	207
Jumlah		1694
Rata-rata		242

Sumber: Data Hasil Penelitian 2018

Dari tabel rekapitulasi hasil jawaban responden mengenai Pengaruh Kualitas Produk Pada *Home Industry* Keripik Pisang Karya Ayu Ciamis, diperoleh total skor 1.694, dan selanjutnya dicari rata-rata dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Rata-rata} = \frac{\text{Total Skor}}{\text{Jumlah item variabel (X)}}$$

$$= \frac{1.694}{7}$$

$$= 242$$

Jika dipersentasekan:

$$= \frac{\text{Skor Rata-rata variabel bebas (X)}}{\text{Skor ideal}} \times 100\%$$

$$= \frac{242}{275} \times 100\%$$

$$= 88 \%$$

Dengan demikian didapat hasil perhitungan bahwa pelaksanaan kualitas produk pada *Home Industry* Karya Ayu Ciamis sesuai jawaban responden yang memiliki jumlah total skor sebesar 1.694 atau 88%.

Berikut dapat disimak keseluruhan jawaban responden mengenai loyalitas pelanggan pada *home industry* keripik pisang Karya Ayu Ciamis, pada tabel dibawah ini:

Tabel 2 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan Pada *Home Industry* Keripik Pisang Karya Ayu Ciamis

No.	Pernyataan	Skor
1.	Pelanggan membeli produk keripik <i>Home Industry</i> Karya Ayu Ciamis secara berulang-ulang	229
2.	Pelanggan membeli produk keripik pisang <i>Home Industry</i> Karya Ayu Ciamis dalam jumlah yang banyak	251
3.	Pelanggan membeli produk lain pada <i>Home Industry</i> Karya Ayu Ciamis	209
4.	Pelanggan mempromosikan produk keripik pisang <i>Home Industry</i> Karya Ayu Ciamis pada orang lain	205
5.	Pelanggan menyampaikan hal positif produk keripik pisang <i>Home Industry</i> Karya Ayu Ciamis pada orang lain	252
6.	Pelanggan menunjukkan keunggulan produk keripik pisang <i>Home Industry</i> Karya Ayu Ciamis pada orang lain	255
7.	Pelanggan menguji produk keripik pisang yang dihasilkan <i>Home Industry</i> Karya Ayu Ciamis dengan produk perusahaan lain	214
8.	Pelanggan tidak akan beralih pada produk selain produk keripik pisang <i>Home Industry</i> Karya Ayu Ciamis	248
Jumlah		1.863
Rata-rata		232,875

Sumber: Data Hasil Penelitian 2018

Dari tabel rekapitulasi hasil jawaban responden mengenai loyalitas pelanggan pada *Home Industry* Karya Ayu Ciamis, diperoleh total skor 1.863 dan selanjutnya dicari rata-rata dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Rata-rata} &= \frac{\text{Total Skor}}{\text{Jumlah item variabel (X)}} \\ &= \frac{1.863}{8} \\ &= 232,875 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Jika dipersentasekan:} \\ &= \frac{\text{Skor Rata-rata variabel bebas (X)}}{\text{Skor ideal}} \times 100\% \\ &= \frac{232,875}{275} \times 100\% \\ &= 84,68\% \end{aligned}$$

Dengan demikian didapat hasil perhitungan bahwa loyalitas pelanggan pada *Home Industry* Karya Ayu Ciamis sesuai jawaban responden yang memiliki jumlah total skor sebesar 1.863 atau 84,68%.

Untuk menentukan hubungan atau korelasi antara variabel kualitas produk dan loyalitas pelanggan dan besarnya hubungan atau intensitas yang dapat digunakan untuk menentukan hubungan, perlu untuk menguji koefisien korelasi. Namun, konversi data dilakukan terlebih dahulu dengan metode MSI (metode interval sukses) untuk mengubah data ordinal yang diperoleh dari kuesioner penelitian menjadi data interval. Karena data perlu dikonversi yang digunakan dalam perhitungan korelasi *product moment* adalah data interval, sehingga peneliti menggunakan program *Microsoft Office Excel 2007* dengan add-in *Succ97* untuk melakukan proses transformasi data .

Setelah melakukan transformasi data maka selanjutnya untuk mengetahui besarnya korelasi atau hubungan variabel bebas dengan variabel terikat dalam penelitian dilakukan uji koefisien korelasi menurut (Sugiyono, 2015) sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} : Koefisien Korelasi Product Moment

$\sum x^2$: $(x_i - \bar{x})^2$

$\sum y^2$: $(y_i - \bar{y})^2$

$\sum xy$: Jumlah hasil kali x dengan y

$\sum xy$: Jumlah hasil kali x dengan y

Diketahui:

$$\sum x^2 = 588,168$$

$$\sum y^2 = 1151,502$$

$$\sum x^2 y^2 = 399,141$$

Perhitungan:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}}$$

$$r_{xy} = \frac{399,141}{\sqrt{588,168 \times 1151,502}}$$

$$r_{xy} = \frac{399,141}{\sqrt{677278,393}}$$

$$r_{xy} = \frac{399,141}{822,969}$$

$$r_{xy} = 0,485$$

Berdasarkan hasil perhitungan manual di atas diperoleh hasil koefisien korelasi (r) yaitu sebesar 0,485. Dengan demikian maka dapat diketahui bahwa korelasi atau pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di *Home Industry Karya Ayu Ciamis* adalah sebesar 0,485.

Koefisien Korelasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,485 ^a	,235	,221	2,38071

- a. Predictors: (Constant), kualitas produk
- b. Dependent Variable: loyalitas pelanggan

Setelah melakukan perhitungan untuk mengetahui tingkat korelasi atau hubungan kedua variabel dalam penelitian, maka langkah selanjutnya adalah mencari besarnya pengaruh variabel bebas yaitu kualitas produk terhadap variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan. Dimana dalam uji determinasi akan digunakan rumus koefisien determinasi dengan rumus: (Sudjana, 2005)

$$Kd = r^2 \times 100 \%$$

Keterangan :

Kd : Koefisien Determinan

r : Koefisien korelasi

Perhitungan:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

$$Kd = (0,485)^2 \times 100\%$$

$$Kd = 0,235 \times 100\%$$

$$Kd = 23,5\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan manual di atas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi atau pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dalam penelitian adalah sebesar 23,5%. Sebagai perbandingan juga digunakan perhitungan melalui program *Statistical Product and Service Solution (SPSS) for Windows* versi 20.0 dengan hasil sebagai berikut:

Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,485 ^a	,235	,221	2,38071

- c. Predictors: (Constant), kualitas produk
- d. Dependent Variable: loyalitas pelanggan

Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkatnya nilai kualitas produk di *Home Industry* Keripik Pisang Karya Ayu Ciamis akan berpengaruh pada meningkatnya loyalitas pelanggan.

SIMPULAN

Simpulan dari hasil penelitian yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan ditemukan data bahwa rekapitulasi hasil jawaban responden mengenai Kualitas Produk *Home Industry* keripik pisang Karya Ayu Ciamis termasuk pada kategori baik, dengan skor tertinggi sebesar 259 dari pernyataan mengenai *Home Industry* keripik pisang Karya Ayu Ciamis menyerahkan pesanan keripik pisang tepat waktu dan skor terendah sebesar 207 dari pernyataan *Home Industry* keripik pisang Karya Ayu Ciamis menyerahkan pesanan keripik pisang lebih cepat dari waktu yang dijanjikan
2. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan ditemukan data bahwa rekapitulasi hasil jawaban responden mengenai Loyalitas Pelanggan pada *Home Industry* keripik pisang Karya Ayu Ciamis termasuk pada kategori baik, dengan skor tertinggi sebesar 255 pada pernyataan pelanggan menunjukkan keunggulan produk keripik pisang *Home Industry* Karya Ayu Ciamis pada orang lain dan skor terendah sebesar 205 pada pernyataan pelanggan mempromosikan produk keripik pisang *Home Industry* Karya Ayu Ciamis pada orang lain.
3. Terdapat pengaruh yang positif atau berbanding lurus antara Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Pada *Home Industry* Keripik Pisang Karya Ayu Ciamis. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkatnya nilai kualitas produk di *Home Industry* Keripik Pisang Karya Ayu Ciamis akan berpengaruh pada meningkatnya loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Hasil rekapitulasi penilaian kualitas produk, nilai yang paling rendah yaitu mengenai waktu penyerahan pesanan. Hal ini berarti ada kendala dalam penyerahan pesanan yang tidak lebih cepat dari waktu yang telah dijanjikan. Untuk mengatasi kendala tersebut, perusahaan memberikan pengarahan dan pelatihan kepada petugas yang mengatur urusan distribusi produk tersebut serta menetapkan prosedur yang lebih jelas lagi mengenai rentang waktu penerimaan pesanan dan jadwal pengiriman, serta estimasi waktu yang dibutuhkan untuk menyerahkan produk.
2. Hasil pengukuran loyalitas pelanggan masuk kedalam kategori baik, akan tetapi ada beberapa dimensi loyalitas pelanggan yang nilainya rendah salah satunya yaitu dalam hal pelanggan mempromosikan produk pada orang lain. Hal ini berarti masih banyak pelanggan yang enggan mempromosikan produk keripik pisang Karya Ayu pada orang lain. Untuk mengatasi hal tersebut upaya yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah dengan meningkatkan kepuasan pelanggan dalam hal pelayanan yang cepat, kualitas produk yang baik, sehingga pelanggan terdorong untuk mempromosikan produk keripik pisang *Home Industry* Karya Ayu Ciamis pada orang lain.

REFERENSI

- Haming, M., & Nurnajamuddin, M. (2014). *Manajemen Produksi Modern, Operasi Manufaktur dan Jasa, Buku Kesatu*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hidayat, R. (2009). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurusan Teknik Industri, Universitas Trunojoyo Madura*, 11(1), 59-72. <https://doi.org/10.9744/jmk.11.1.pp.59-72>
- Padmanty, S., & Fauzi'ah, S. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderasi, 563-580.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sudjana. (2005). *Medota Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto, D. (2014). *Metode Riset Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Sussanto, H., & Damayanti, W. (2012). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas, 59-67.