

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN MERK DAN HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT.SOLO MURNI
PALEMBANG**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

PEBRI YANTI

NPM. 1701110246

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG**

2021

UNIVERSITAS TRIDINANTI

FAKULTAS EKONOMI

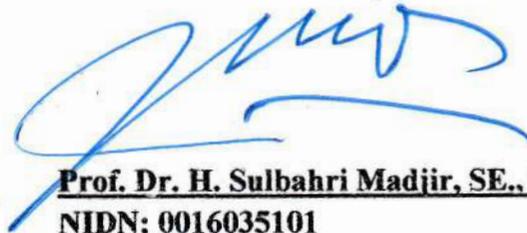
PALEMBANG

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : PEBRIANTI
Nomor Pokok/NIRM : 17.01.11.02.46
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PE LAYANAN, MERK, DAN HARGA, TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI PT.SOLO MURNI CAB PALEMBANG

Pembimbing Skripsi :

Tanggal 22-10-21 Pembimbing I:



Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, SE., M.M.
NIDN: 0016035101

Tanggal 22-10-21 Pembimbing II:



Agustina M, SE., M.Si.
NIDN: 0008086502



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi
Manajemen



Dr. Msy Mikial, SE, M.Si, AK, CA, CSRS
NIDN : 0205026401

Ketua Program Studi



Mariyam Zanariah, SE, M.M
NIDN :0222096301

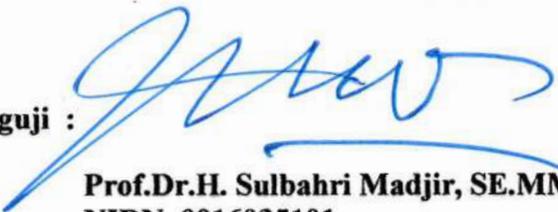
UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI
PALEMBANG

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : PEBRIYANTI
NPM : 1701110128
Jurusan/Prog.Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN MERK, DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT SOLO MURNI PALEMBANG.

Penguji Skripsi

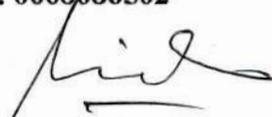
Tanggal 21-10-21 Ketua Penguji :


Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, SE.MM
NIDN. 0016035101

Tanggal 22-10-2021 Penguji I :


Hj. Agustina Marzuki, SE.M.Si
NIDN. 0008086502

Tanggal 22-10-2021 Penguji II :


Drs Rudy Chairudin, MP
NIDN. 0202026201

268/PS/DFE/21

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi

Tanggal 25-10-21


Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak, CA, CSRS
NIDN : 0205026401

Ketua Program Studi

Tanggal 25-10-21


Mariyam Zanariah, SE., MM
NIDN : 0222096301

MOTTO

Bagaimana mungkin ada perjanjian (aman) di sisi Allah dan Rasul-nya dengan orang-orang musyrik. kecuali dengan orang-orang yang kamu telah mengadakan perjanjian (dengan mereka) di dekat Masjidil haram (Hudaibiya), maka selama mereka berlaku jujur (pula) terhadapmu, sungguh Allah menyukai orang-orang yang bertaqwa;

(@s-at-taubah; ayat 7)

Kupersembahkan kepada :

- Kepada Kedua Orang tua ku yang tersayang nenekku, wawakku dan keluarga besarku yang selalu mendo'akan ku
- For someone who support and gives encouragement. Moerdianto dwi,S
- Para dosen yang selalu membimbingku
- Teman-Teman seperjuangan Risa wakila, hartati agustina, devi, aprik, ahmad, yadik etc.
- Almamaterku tercinta

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : PEBRI YANTI
Nomor Pokok : 17.01.11.02.46
Angkatan : 2017
Fakultas : Ekonomi
Program Study : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1 (S1)
Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Merk, Dan Harga,
Terhadap Loyalitas Pelanggan Di PT.Solo Murni Cab
Palembang

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa dalam skripsi ini terkandung ciri-ciri plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palembang, juli 2021

Penulis



The image shows a handwritten signature in black ink over a yellow revenue stamp. The stamp is a 1000 Rupiah stamp with the Garuda Pancasila emblem and the text '1000', 'Rp. 1000 RUPIAH', and 'METERAI TEMPEL'. The serial number '450AJX515169520' is visible at the bottom of the stamp.

Pebri Yanti

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur peneliti panjatkan kehadiran ALLAH SWT, karna berkat rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penyusunan penelitian ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam senantiasa dikaruniakan kepada baginda besar Nabi Muhammad SAW, kepada keluarga , para sahabat, tabi;in dan kaum muslimin yang konsisten dengan nilai-nilai keislamannya.

Selanjutnya penelitian ini disusun untuk memenuhi tugas akhir untuk menyelesaikan program sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen di Universitas Tridinanti Palembang, ini diberi Judul : “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Merk, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Cabang Palembang”.

Penyusunan penelitian ini tidak lepas dari bantuan banyak pihak yang telah mendukung peneliti hingga penelitian ini dapat terselesaikan. Untuk itu, dalam kesempatan kali ini peneliti ingin menghaturkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr.Msy.Mikial, SE,M.Si.Ak,CA,CSRS Dekan Fakultas Tridinanti Palembang
2. Ibu Dr. M. Ima Andriyani, SE,Msi
3. Ibu Mariyam Zanariah,SE,MM ,Ketua program studi manajemen
4. Bapak Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, SE., M.M.Selaku Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing,

mengoreksi, dan memotivasi penulis sehingga skripsi dapat di selesaikan.

5. Ibu Hj Agustina Marzuki, SE., M.Si. Selaku pembimbing anggota yang telah meluangkan waktu dan berusaha keras memberi bimbingan serta mengarahkan guna penyelesaian skripsi.
6. Bapak dan ibu seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang
7. Kepada orang tua yang senantiasa memberikan doa dan semangat

Akhir kata, Peneliti mengucapkan terima kasih kepada ALLAH SWT dan semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam laporan ini, semoga bermanfaat bagi kita semua, amiiin yarobball allamin.

Palembang, Mei 2021

Peneliti,

Pebri Yanti

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRAK	x
RIWAYAT HIDUP.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Kualitas Pelayanan	9
2.1.2 Merk (Brand)	15
2.1.3 Harga	25
2.1.4 Loyalitas Pelanggan	35
2.2 Penelitian Lain Yang Relevan	41
2.3 Kerangka Berfikir	44
2.4 Hipotesis.....	44

BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian	46
3.1.1 Tempat Penelitian	46
3.1.2 Waktu Penelitian	46
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.2.1 Sumber Data.....	47
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.3 Populasi, Sample dan Teknik Sampling	48
3.3.1 Populasi.....	48
3.3.2 Sampel.....	50
3.3.3 Teknik Sampling	51
3.4 Rancangan Penelitian	51
3.5 Variabel dan Devinisi Operasional Variabel.....	52
3.5.1 Variabel Penelitian	52
3.5.2 Devinisi Operasional Variabel	53
3.6 Instrumen Penelitian.....	54
3.6.1 Uji Instrumen	56
3.7 Teknik Analisis Data.....	58
3.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda	58
3.7.2 Analisis Koefisien Korelasi.....	59
3.7.3 Analisis Koefisien Determinasi.....	60
3.7.4 Uji Statistik t (Uji secara Parsial).....	61
3.7.5 Uji Statistik f (Uji Secara Simultan)	62
3.8 Sistematika Penulisan.....	62
3.9 Langkah Kerja.....	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Penjualan Produk PT. Solo Murni Palembang 2018 - 2020 .	5
Tabel 2.1 Faktor Loyalitas Pelanggan.....	38
Tabel 2.2 Penelitian Yang Relevan.....	42
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	46
Tabel 3.2 Jumlah Transaksi Toko PT. Solo Murni Palembang	49
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	54
Tabel 3.4 Skala Likert.....	56
Tabel 3.5 Kriteria Reliabilitas	58
Tabel 3.6 Interpretasi Nilai (r)	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	44

ABSTRAK

PEBRI YANTI, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Merk, dan Harga, Terhadap Loyalitas Pelanggan Di PT. Solo Murni Palembang, (Di bawah bimbingan Bapak Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, SE., M.M dan Ibu Hj Agutina Marzuki, SE., M.Si.).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada Pengaruh Kualitas Layanan, Merk, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Solo Murni Cabang Palembang. Populasi dan Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang dari konsumen di Palembang. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda yang diolah dengan menggunakan bantuan program komputer Statistical Product and Service Solution (SPSS) versi 28.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat Pengaruh Kualitas Layanan, Merk, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Solo Murni Cabang Palembang. Dengan signifikan F sebesar $0,000 < 0,005$. Persamaan regresi linier berganda $Y = 15,723 + 0,056X_1 + 0,591X_2 + 0,049X_3 + e$. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Cabang Palembang, $0,005 < 0,05$.Terdapat Pengaruh merk Terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Solo Murni Cabang Palembang. dengan nilai signifikan sebesar $0,001 < (0,05)$.Tidak terdapat pengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan di PT.Solo Murni Cabang Palembang dengan nilai signifikan t sebesar $0,144 < (0,05)$.

Kata Kunci : Pengaruh Kualitas Pelayanan Merk, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Di PT. Solo Murni Cabang Palembang

RIWAYAT HIDUP

PEBRI YANTI, Lahir di Palembang, 15 Februari 1994 anak pertama dari 4 bersaudara dari Bapak Pahrul dan Ibu Subaidah.

Sekolah dasar diselesaikan pada tahun 2003 di SD Kasih Raja, Sekolah menengah pertama diselesaikan pada tahun 2013 di SMP Setia Negara Palembang, Sekolah Menengah Kejuruan diselesaikan pada tahun 2009 di SMA PGRI 1 Palembang. Pada tahun 2017 melanjutkan pendidikan ke program Studi Strata 1 Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang, Juli 2021

Pebri Yanti

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tingkat persaingan dalam bidang usaha di Indonesia pada era globalisasi semakin ketat karena setiap perusahaan selalu bersaing untuk dapat meningkatkan pangsa pasarnya. Adanya persaingan ini, maka setiap perusahaan dituntut berlomba-lomba untuk menciptakan inovasi yang dapat memenuhi kebutuhan, keinginan dan kepuasan pelanggan. Strategi perusahaan merupakan kunci berhasilnya penjualan suatu produk. Kunci keberhasilan perusahaan tergantung pada pelanggan yang membeli produk dan keberhasilan pemasaran. Perusahaan harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar tujuan perusahaan dapat tercapai dan bertahan dalam persaingan.

Strategi yang didasarkan pada komitmen manajemen dalam meningkatkan kualitas pelayanan untuk memuaskan konsumen secara terus menerus dilakukan oleh perusahaan yang menghasilkan barang. Sudah menjadi pandangan umum jika konsumen merasa puas dengan suatu kualitas, mereka cenderung akan terus menggunakan kualitas yang ditawarkan perusahaan. Kepuasan yang di alami oleh konsumen terhadap kualitas pelayanan suatu perusahaan membuat konsumen bertransformasi menjadi pelanggan, mereka yang puas dengan pelayanan yang diberikan sukar untuk mengubah pilihan pelanggan dengan demikian tercipta sikap loyal kepada perusahaan tersebut. Sebaliknya, jika mereka tidak dipuaskan, mereka akan beralih ke produk perusahaan lain. Bahkan menceritakan

ketidakpuasannya kepada pelanggan lain, sehingga dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan memiliki peran dalam keberadaan suatu perusahaan. Selain penyebab munculnya loyalitas, juga sebagai kunci untuk mendapatkan keuntungan jangka panjang.

Upaya mewujudkan kepuasan pelanggan memang tidak mudah, oleh karena itu pihak manajemen perusahaan harus dapat melihat apa yang diinginkan oleh pelanggan dan sebagai penyedia produk, perusahaan harus mampu memberikan perhatian pada kualitas pelayanan yang unggul. Pada umumnya pelanggan mengharapkan kualitas yang mereka konsumsi dapat diterima dan dinikmati dengan pelayanan yang baik atau memuaskan. Oleh karena itu perusahaan tentunya berupaya untuk memberikan kualitas produk atau pelayanan (service quality) yang baik kepada pelanggannya.

Pada Setiap perusahaan, pelayanan adalah yang paling utama selain dari merek (brand) dan harga. Harga menjadi suatu ukuran bagi konsumen dimana dia mengalami kesulitan dalam menilai mutu kualitas yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Dengan adanya kualitas dan mutu yang baik maka tentu harga tersebut menjadi mahal sebaliknya bila yang diinginkan konsumen dengan kualitas biasa saja atau tidak terlalu baik maka harganya tidak terlalu mahal. Pada umumnya menawarkan kualitas yang terbaik untuk konsumen dengan harga yang menyesuaikan kualitas tersebut.

Menurut *Philip Kotler (2016)* Pemasaran sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang

kuat dengan pelanggan untuk mendapatkan nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. Dengan demikian perusahaan harus selalu berupaya untuk memenuhi atau dapat melebihi harapan pelanggan terhadap kualitas produk atau pelayanan yang diterima, dan pentingnya suatu merk (brand) bagi suatu perusahaan merupakan janji perusahaan untuk secara konsisten memberikan keistimewaan, manfaat, dan kualitas tertentu kepada pembeli. Merk- merk terbaik memberikan jaminan mutu. Merk (brand) adalah suatu nama, istilah, simbol, desain, atau komunikasi dari semuanya yang digunakan untuk mengidentifikasi produk dan membedakan produk perusahaan dengan produk pesaing.

Seperti halnya yang telah dilakukan oleh perusahaan penyedia produk yang berkualitas yaitu PT. Solo Murni merupakan salah satu perusahaan manufaktur terbesar di Surakarta. Perusahaan yang bergerak dibidang percetakan ini memiliki produk dengan brand pasar bernama “Kiky” yang memiliki reputasi dunia sebagai salah satu produsen terkemuka produk alat tulis. PT. Solo Murni memiliki beberapa cabang besar di seluruh indonesia salah satunya cabang Palembang, yang mempunyai produk unggulan yaitu *School Supplies* (Perlengkapan Sekolah) meliputi buku tulis, buku gambar, binder, clipboard (papan ujian), *Office Supplies* (perlengkapan alat kantor) meliputi buku folio, odner, map dan *Others* (dll) meliputi amplop, kotak nasi, kertas kado. Persaingan bisnis yang sangat ketat, terlebih pada 01 Agustus 2015 lalu perusahaan ini mengalami musibah kebakaran yang menghancurkan gudang dan bahan baku kertas, disusul dengan semakin melemahnya nilai rupiah. Dalam persaingan yang ketat saat ini, pihak manajemen harus berani menghadapi perubahan dan memenangkan persaingan dalam bisnis.

Menurut Keller Tjiptono(2010;20), “Merk adalah produk yang mampu memberikan dimensi tambahan secara unik membedakannya dari produk – produk lain yang dirancang untuk memuaskan kebutuhan serupa”. Sedangkan produk dapat didefinisikan sebagai suatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kotler,2008;135). Setiap produk harus mempunyai keunggulan dibandingkan dengan produk lainnya. Keunggulan ini dapat memberikan nilai yang tinggi terhadap konsumen, dalam pencapaiannya nilai tersebut dapat dilakukan dengan menanamkan kualitas produk yang kuat terhadap konsumen. Kualitas harus di ukur melalui sudut pandang konsumen terhadap kualitas produk itu sendiri, sehingga loyalitas konsumen disini sangat berpengaruh. . Harga menjadi suatu ukuran bagi konsumen dimana dia mengalami kesulitan dalam menilai mutu kualitas yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Dengan adanya kualitas dan mutu yang baik maka tentu harga tersebut menjadi mahal sebaliknya bila yang diinginkan konsumen dengan kualitas biasa saja atau tidak terlalu baik maka harganya tidak terlalu mahal. Konsep yang diterapkan oleh PT. Solo Murni Cabang Palembang menawarkan kualitas yang terbaik untuk konsumen dengan harga yang menyesuaikan kualitas tersebut.

Maka dari itu dalam mengelola kualitas suatu produk harus sesuai dengan kegunaan yang di inginkan konsumen. Ada tiga jenis produk PT.Solo Murni Palembang yang dalam tiga tahun selalu menurun dari tahun 2018 – 2020.

Dengan produk yang sama dalam data yang di analisis langsung dari PT. Solo Murni Palembang.

Tabel 1.1
Penjualan Produk PT. Solo Murni Palembang 2018 – 2020

PRODUK	2018	2019	2020	TOTAL
	Jumlah (Box)	Jumlah (Box)	Jumlah (Box)	
SCHOOL SUPPLIES (Perlengkapan Sekolah)	29.735	25.213	15.794	70.742
OFFICE SUPPLIES (Perlengkapan Kantor)	11.552	7.749	6.209	25.510
OTHERS (DII)	3.094	1.894	637	5.625

Sumber : Kepala Gudang (PT. Solo Murni Palembang)(2021)

Penjualan PT. Solo Murni Cabang Palembang yang mengalami penurunan dalam tiga tahun terakhir yang terlihat pada tabel di atas. Pada tahun 2018 dapat menjual untuk School Suplies (Perlengkapan Sekolah) 29.735 Box, Office Suplies (perlengkapan alat kantor) 11.552 Box, dan Other (DII) 3.094 Box, dan mengalami penurunan di tahun 2019 School Suplies (Perlengkapan Sekolah) 25.213 Box, Office Suplies (perlengkapan alat kantor) 7.749 Box, dan Other (DII) 1.894 Box, pada tahun 2019 mengalami penurunan penjualan di sebabkan

adanya wabah covid-19 sehingga membuat seluruh sekolah, toko – toko, dan supermarket tutup karena Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB). Dan pada tahun 2020 mengalami penurunan lagi School Suplies (Perlengkapan Sekolah) 15.794 Box, Office Suplies (perlengkapan alat kantor) 6.209 Box, dan Other (Dll) 637 Box, dikarenakan adanya perpanjangan PSBB membuat daya beli menjadi turun sehingga konsumen beralih ke merk yang lebih murah tanpa mengutamakan kualitas

Berdasarkan uraian di atas peneliti menjadi tertarik untuk meneliti dan mengetahui lebih jauh dalam mengenai **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, MERK, DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas adapun masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, merk, dan harga secara simultan terhadap loyalitas pelanggan PT. Solo Murni Cabang Palembang ?
- b. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan PT. Solo Murni Cabang Palembang ?
- c. Bagaimana pengaruh merk secara parsial terhadap loyalitas pelanggan PT. Solo Murni Cabang Palembang ?
- d. Bagaimana pengaruh harga secara parsial terhadap loyalitas pelanggan PT. Solo Murni Cabang Palembang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas layanan, merk, dan harga secara simultan terhadap loyalitas pelanggan PT Solo Murni Cabang Palembang.
- b. Mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas layanan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan PT Solo Murni Cabang Palembang.
- c. Mengetahui dan menganalisa pengaruh merk secara parsial terhadap loyalitas pelanggan PT Solo Murni Cabang Palembang.
- d. Mengetahui dan menganalisa pengaruh harga secara parsial terhadap loyalitas pelanggan PT Solo Murni Cabang Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan akan memberikan beberapa manfaat yaitu :

- a. Bagi Universitas
Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta dapat menjadi perbandingan bagi yang akan melakukan penelitian selanjutnya.
- b. Bagi Perusahaan
Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai kualitas pelayanan, merk dan harga dicabang PT. Solo Murni sehingga dapat menjadi masukan bagi perusahaan PT. Solo Murni Indonesia untuk

mengetahui faktor – faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah serta meningkatkan pengetahuan maupun wawasan dalam membuat atau melakukan penelitian terkait dengan pengaruh kualitas pelayanan, merk dan harga terhadap loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, (2012). Analisis pengaruh citra merk harga dan kualitas produk
- Anwar, I. (2015), *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*.
Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol. 4, No. 12.
- Danang Sunyoto. (2014). *Brand Belif; Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : CAPS
- Defriansyah, D., Daud, I., dan Nailis, W. (2016). *Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Sriwijaya Indralaya)*. JEMBATAN - Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Terapan Tahun XIII. No. 2
- Endratama, Dewanto. 2015. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Rumah Teh “Ndoro Donker”. Naskah Publikasi. Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhamamdiyah Surakarta.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, P & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management. 14th Ed.* New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Erlangga*, Jakarta.
- Kotler, Philip. (2010). *Kotler on Marketing*. Terjemahan: Kotler tentang *Pemasaran*. Tangerang: Karisma Publishing.
- Laksana, (2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta; Penerbit Graha Ilmu.
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta. Hlm. 125-126.
- Sugiyono, (2013). *Metode Penelitian Bisnis, edisi ke dua belas*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitas dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, Cetakan Keenam belas. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: IKAPI.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suparyadi. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia. Andi*. Yogyakarta
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Andi: Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius, Chandra. (2017). *Pemasaran Strategik. Edisi ke-3*. Yogyakarta: Andi (Anggota IKAPI).
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi.
- Riyadi. 2015. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Spesial Sambal Di