

PENGARUH KUALITAS PRODUK SMARTPHONE IPHONE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PT. DATA CITRA MANDIRI (IBOX) CABANG MENTENG CENTRAL

Teddy¹, Shilvya Shara
Lisa²
Universitas
Krisnadwipayana
teddy1@unkris.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan sejauh mana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen di PT Data Citra Mandiri (iBox) Cabang Menteng Central. Kualitas produk sangatlah menentukan loyalitas konsumen demi menarik konsumen agar terus menggunakan produk dari *smartphone* iphone. Metode yang digunakan dalam penelitian kuantitatif pencarian data dengan menggunakan buku-buku referensi yang berhubungan dengan masalah yang sesuai dengan judul jurnal ini, dengan melakukan penelitian lapangan dengan menggunakan data melalui penyebaran kuisioner kepada *customer* pengguna *smartphone* iphone yang membeli di PT Data Citra Mandiri (iBox) Cabang Menteng Central. Populasi dari penelitian ini adalah *customer* di PT Data Citra Mandiri (iBox) Cabang menteng Central. Hasil penelitian yang diperoleh adalah kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini berarti bahwa variabel kualitas produk *smartphone* iphone mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan dari uji koefisien determinasi menunjukkan kualitas produk *smartphone* iphone memberikan kontribusi terhadap variabel loyalitas konsumen sebesar 75%.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Loyalitas Konsumen.

Abstrak

This study aims to determine and explain the extent of the influence of product quality on consumer loyalty at PT Data Citra Mandiri (iBox) Menteng Central Branch. Product quality really determines consumer loyalty in order to attract consumers to continue using the product

from the iPhone smartphone. The method used in quantitative research is searching for data by using reference books related to the problem in accordance with the title of this journal, by conducting field research using data through questionnaires to iPhone smartphone users who buy at PT Data Citra Mandiri (iBox). Central Menteng Branch. The population of this research are customers at PT Data Citra Mandiri (iBox) Menteng Central Branch. The results obtained are product quality has a significant positive effect on consumer loyalty. This means that the variable quality of the iPhone smartphone product has an influence on consumer loyalty. While the coefficient of determination test shows the quality of the iPhone smartphone product contributes to the consumer loyalty variable by 75%.

Keywords: Product Quality, Consumer Loyalty.

A. PENDAHULUAN

Persaingan bisnis yang semakin ketat pada masa kini membuat perusahaan harus lebih memikirkan kualitas dari produk yang akan ditawarkan. Kualitas produk menjadi hal penting dalam perusahaan, karena perhatian pada kualitas produk semakin meningkat selama beberapa tahun belakangan ini. Hal ini terjadi karena keluhan konsumen semakin lama semakin terpusat pada kualitas yang buruk dari produk, baik pada bahan maupun pekerjaannya (Sangadji dan Sopiah 2013:189). Melihat hal tersebut, memaksa perusahaan agar bisa memenuhi kebutuhan pelanggan dengan menciptakan kepuasan pelanggan. Karena konsumen tidak akan berhenti pada proses konsumsi saja, melainkan konsumen akan melakukan proses evaluasi terhadap konsumsi yang telah dilakukannya. Hasil dari proses evaluasi pascakonsumsi adalah kepuasan atau ketidakpuasan terhadap konsumsi produk yang telah dilakukannya.

Setelah mengkonsumsi suatu produk atau jasa, konsumen akan memiliki perasaan puas atau tidak puas terhadap produk atau jasa yang dikonsumsinya (Sangadji dan Sopiah 2013:190), dari sinilah tingkat kepuasan pelanggan tercipta. Melihat keadaan ini, menimbulkan pertanyaan bagi perusahaan yaitu, bagaimana pelanggan dapat memperoleh kepuasan atau kualitas produk yang dijual oleh perusahaan tersebut.

Minat beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu. Agar pelanggan datang kembali untuk membeli produk, pebisnis harus dapat membuat pelanggan tersebut merasa puas terhadap produk yang telah dibelinya sehingga pelanggan tidak akan ragu untuk membeli ulang produk. Kotler dan Armstrong (2012:13) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat dimana suatu

pencapaian performa dari sebuah produk yang diterima oleh konsumen sama dengan ekspektasi konsumen itu sendiri. Namun dalam kegiatan jual beli juga pasti seorang pelanggan pernah merasakan tidak puas, oleh karena itu seorang pebisnis harus memperhatikan setiap keluhan – keluhan pelanggan. Sehingga para pebisnis dapat mengetahui apa yang kurang dari produk tersebut dan segera memperbaiki apa yang telah dikeluhkan. Dengan mencatat keluhan, para pebisnis bisa mengetahui tingkat kepuasan pelanggan yang dicapai.

Dari kepuasan tersebut akhirnya terciptalah loyalitas pelanggan, karena kepuasan akan mendorong konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi ulang produk tersebut (Sangadji dan Sopiah 2013:190). Mempertahankan loyalitas pelanggan menjadi kewajiban yang harus diutamakan daripada mendapatkan pelanggan baru. Loyalitas pelanggan tercipta melalui kepuasan pelanggan atas produk yang dikonsumsi, dimana pelanggan merasa harapannya terpenuhi sehingga mengarah kepada loyalitas.

Pertumbuhan produk *smartphone* memang luar biasa, didukung dengan pertumbuhan produk internasional termasuk di Indonesia. Seiring dengan perkembangan teknologi, masyarakat Indonesia khususnya yang hidup di wilayah perkotaan mulai mengalami perubahan gaya hidup. Saat ini, produk *smartphone* mulai banyak diperkenalkan oleh *Apple*. Hal tersebut dilakukan agar bisa meningkatkan loyalitas konsumen dan menjadi target perusahaan PT. Data Citra Mandiri. Banyak perusahaan yang memasuki bisnis retail *gadget* dengan membuka *outlet-outlet* salah satunya PT. Data Citra Mandiri (iBox) yang menawarkan beragam *gadget* *Apple*. Pada tahun 2011, salah satu group erajaya yaitu PT. Data Citra Mandiri mengakuisisi saham iBox menjadi salah satu retail di bawah naungan Erajaya Group. Bisnis retail iBox berkembang pesat dan *outlet-outlet* iBox tersebar di beberapa kota-kota besar di Indonesia. Seiring dengan berjalannya waktu hingga saat ini iBox telah memiliki 75 outlet di Indonesia.

iBox mensegmentasikan pasarnya kepada orang-orang penyuka *smartphone* khususnya produk *apple*. Kemunculan *iPhone* sangat menjadi sorotan di seluruh dunia, karena *iPhone* memiliki desain yang minimalis, sederhana, terkesan mewah, dan hanya memiliki layar sentuh dan satu tombol “*home*”. Namun itulah yang justru membuat *smartphone* ini menjadi kelihatan lebih elegan. Dilihat dari segi fitur, *iPhone* adalah *smartphone* pertama yang mempunyai fitur *touch id* dan *face id*. *Touch id* adalah metode sidik jari untuk berbagai pengoperasian umum. Hanya dengan sentuhan jari, sensor akan langsung membaca sidik jari dan membuka ponsel secara otomatis. Sedangkan *face id* adalah metode pengenalan wajah pemilik *iPhone*. Dengan hanya mendekatkan *iPhone* ke arah wajah, maka otomatis ponsel akan langsung ke tampilan menu tanpa harus memasukkan kode sandi. Dengan desain yang demikian, diharapkan banyak orang

melakukan keputusan pembelian dan loyalitas yang lebih kuat.

Perusahaan teknologi mengalami pertumbuhan yang pesat, dan terus melakukan usaha untuk menarik para konsumen baru dan menjaga loyalitas pelanggannya. Salah satu usaha dalam meningkatkan loyalitas konsumen adalah dengan menciptakan produk yang berkualitas, sehingga dapat bersaing dipasaran. Konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang menawarkan fitur- fitur paling bermutu, mudah digunakan, dan inovatif. Perusahaan perlu bekerja keras untuk tetap mempertahankan konsumen agar tetap loyal. Dalam menciptakan pelanggan yang loyal bukan sesuatu yang mudah, terlebih lagi semakin banyak para pesaing yang siap merebut pelanggan- pelanggan setia kita. Untuk *iPhone* sendiri sudah terkenal memiliki kualitas produk yang baik jika dibandingkan dengan produk *smartphone* lainnya.

Kualitas akan produk juga sangat penting. Kualitas produk dalam benak konsumen dapat menimbulkan kesan akan keunggulan suatu produk, karena akan manfaat yang diperoleh sehingga ketika konsumen dihadapkan dengan suatu produk, konsumen akan lebih tertarik dengan produk yang memiliki kualitas unggul. Seperti hasil penelitian terdahulu dari Ropinov Saputro (2010), dengan hasil penelitian bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen. Dengan adanya kualitas produk, maka akan timbul sikap konsumen seperti loyalitas konsumen akan produk tersebut. Maka dari itu perusahaan harus meningkatkan kualitas produk yang berdampak terhadap loyalitas konsumen seperti yang dikutip Rangkuti, Freddy (2002:60), “Loyalitas konsumen adalah kesetiaan konsumen terhadap perusahaan, merek maupun produk.”

B. METODOLOGI

Penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif, untuk mendapatkan data yang *valid*, *reliabel* dan objektif, maka penelitian dilakukan dengan menggunakan instrumen yang *valid* dan *reliable*, dilakukan pada sampel yang mendekati jumlah populasi dan pengumpulan serta analisis data dilakukan dengan cara yang benar (Hardani dkk, 2020

: 198). Dalam penelitian ini, penulis memilih metode penelitian hubungan asosiatif. Penelitian hubungan asosiatif bertujuan untuk mengungkapkan hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Ruang lingkup dalam penelitian ini yaitu meliputi pengaruh kualitas produk *smartphone iphone* terhadap loyalitas konsumen pada PT. Data Citra Mandiri (iBox) Cabang Menteng Central.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, karena data diperoleh dari hasil pengamatan langsung. Data primer merupakan data yang berasal dari sumber asli ataupun

pertama. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh berasal dari penyebaran kuesioner kepada pelanggan PT. Data Citra Mandiri (iBox) Cabang Menteng Central. Data sekunder merupakan data yang berasal dari sumber kedua, yang dapat diperoleh dari buku-buku, jurnal, dan artikel yang di dapat dari *website* yang berkaitan dengan penelitian ini. Menurut Indriantoro dan Supomo (1999:147) data sekunder juga merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

Instrumen penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini berupa angket atau kuisisioner yang dibuat sendiri oleh peneliti. Sugiyono (2009:92) menyatakan bahwa “Instrumen penelitian adalah suatu alat pengumpul data yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati”. Dengan demikian, penggunaan instrumen penelitian yaitu untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah, fenomena alam maupun sosial.

Dalam penelitian ini melibatkan dua variabel, keduanya adalah variabel kualitas produk dan variabel loyalitas konsumen. Data yang diperlukan untuk penelitian ini diperoleh dari pernyataan masing-masing variabel penelitian. Penjabaran setiap variabel menjadi indikator dijabarkan menjadi deskriptor yang akhirnya tersusun menjadi data pernyataan kuesioner penelitian.

Teknik pengumpulan data merupakan proses mengidentifikasi dan mengoleksi informasi yang dilakukan oleh peneliti sesuai dengan tujuan penelitian (Winarno, 2013:143).

1. Penelitian Lapangan

Penelitian lapangan yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan cara mengunjungi langsung ke objek penelitian yang dituju untuk mendapatkan data, yaitu pada PT. Data Citra Mandir (iBox) Cabang Menteng Central. Untuk mendapatkan data tersebut, peneliti melakukan penyebaran kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yan dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis pada responden untuk menjawabnya (Sugiyono, 2017:193)

2. Penelitian Kepustakaan

Penelitian kuantitatif akan melakukan proses kajian terhadap teori-teori atau hasil studi terdahulu. Proses ini disebut *theoretical assessment*. Kajian terhadap teori atau hasil studi terdahulu difokuskan pada konsep utama yang digunakan. Konsep utama dalam hal ini adalah variabel dependennya (Prasetyo dan Jannah, 2016:66).

Teknik analisis data merupakan analisis data yang setidaknya dapat menyimpulkan

jawaban permasalahan yang diajukan dalam pernyataan penelitian. Di samping itu, analisis data bisa merupakan jawaban terhadap hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini.

Teknik skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik skala *likert*.

Menurut Prasetyo dan Jannah (2016:110) skala *likert* berisi pernyataan yang sistematis untuk menunjukkan sikap seorang responden terhadap pernyataan itu. Sedangkan menurut Sugiono (2017:136-

137) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

PT. Erajaya Swasembada Tbk didirikan pada tanggal 8 Oktober 1996, PT. Erajaya Swasembada Tbk merupakan perusahaan ritel dan distribusi perangkat elektronik yang berhubungan dengan telekomunikasi. Perusahaan yang memulai aktivitas usaha komersialnya sejak tahun

2000 ini, memiliki kantor pusat yang bertempat di Jalan Gedong Panjang No. 29-

31, Pakojan, Tambora, Jakarta Barat 11240. Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan Erajaya dan anak usahanya (Erajaya Group) meliputi kegiatan usaha importir, distribusi dan perdagangan ritel perangkat telekomunikasi selular seperti telepon selular dan tablet. Gerai-gerai yang dimiliki Erajaya Group, diantaranya: gerai iBox (gerai ritel khusus produk merek Apple) yang dinaungi oleh Reseller yaitu PT. Data Citra Mandiri. Pada Agustus 2012, melalui anak perusahaannya, PT. [Data Citra Mandiri](#) (DCM) mengakuisisi [iBox](#) yang merupakan perusahaan ritel untuk produk [Apple](#) di Indonesia.

iBox adalah Reseller terkemuka Produk Premium Apple di Indonesia yang mengkhususkan diri dalam menawarkan produk- produk Apple dan berbagai macam aksesoris pelengkap, software dan lainnya. iBox menawarkan one-stop Apple *digital lifestyle shopping*. Pelanggan dapat menikmati pengalaman belanja yang interaktif di mana mereka dipersilahkan untuk menyentuh, merasakan dan menguji berbagai produk Apple terbaru. iBox menyediakan *training* dan *hands-on coaching* untuk semua produk dan *software* Apple.

Selain itu, Apple *Premium Service Provider* memberikan layanan *after-sales* yang sangat

baik dengan memberikan panduan dan bantuan bagi pengguna Apple. Retail iBox berkomitmen untuk senantiasa berinovasi demi memenuhi tuntutan kebutuhan pelanggan. Sampai saat ini retail iBox adalah salah satu *reseller* Apple terkemuka dan terbesar di Indonesia. iBox

selalu mengutamakan pelayanan terbaik terhadap para pelanggan dan selalu mengutamakan kualitas produk barang yang dijual. Dengan pelayanan yang telah diberikan, diharapkan akan mendapatkan *feedback* yang baik dari pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis variabel Kualitas Produk pada penelitian ini dapat dikatakan bahwa tanggapan atau persepsi responden terhadap Kualitas Produk *smartphone iphone* memperoleh nilai rata – rata dengan skor 755.8 dan termasuk dalam kategori baik. Skor dari masing-masing indikator dapat diketahui sebagai berikut, gaya dengan total skor 774, desain dengan total skor 772, daya tahan dengan total skor 679, fitur dengan total skor 771 dan kinerja dengan total skor 783. Skor yang diperoleh dari masing – masing indikator tersebut termasuk dalam kategori baik dan hanya indikator daya tahan yang termasuk dalam kategori cukup. Hal ini membuktikan bahwa Kualitas Produk *smartphone iphone* yang diberikan oleh PT. Data Citra Mandiri (iBOX) Cabang Menteng Central sudah baik.

Berdasarkan hasil analisis variabel Loyalitas Konsumen pada penelitian ini dapat dikatakan bahwa tanggapan atau persepsi responden terhadap loyalitas konsumen pada PT. Data Citra Mandiri (iBOX) Cabang Menteng Central memperoleh nilai rata – rata dengan skor 740 dan termasuk dalam kategori baik. Skor dari masing – masing indikator dapat diketahui sebagai berikut, pembelian berulang dengan total skor 693, berkata positif tentang produk dengan total skor 783 dan rekomendasi pada teman dengan total skor 744. Skor yang diperoleh dari masing – masing indikator tersebut termasuk dalam kategori baik. Hal ini membuktikan loyalitas konsumen PT. Data Citra Mandiri (iBOX) Cabang Menteng Central baik.

Berdasarkan analisis data pengaruh Kualitas Produk (X) terhadap Loyalitas Konsumen (Y), koefisien korelasi yang didapat adalah sebesar $r = 0,87$. Setelah ini dikonsultasikan dengan tabel interpretasi, maka diketahui bahwa koefisien korelasi tersebut termasuk ke dalam kategori positif sangat kuat karena berada di antara interval koefisien (0,80 – 1,00). Hal tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Produk *smartphone iphone* mempunyai pengaruh yang sangat kuat terhadap Loyalitas Konsumen PT. Data Citra Mandiri (iBOX) Cabang Menteng Central.

Hasil koefisien determinasi yang diperoleh dari penelitian ini adalah 75%. Hal ini membuktikan bahwa besarnya pengaruh Kualitas Produk *smartphone iphone* terhadap Loyalitas Konsumen PT. Data Citra Mandiri (iBOX) Cabang Menteng Central adalah sebesar 75% dan 25% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain

atau variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Hasil uji signifikan dalam penelitian ini menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (15,905 > 2,024) yang menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen. Persamaan Regresi Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen diperoleh: $Y = 7.31 + 0.51 X$.

4. PENUTUP

Hasil analisis variabel kualitas produk pada penelitian ini dapat dikatakan bahwa tanggapan atau persepsi konsumen dalam indikator gaya tergolong baik dengan skor 774, indikator desain tergolong baik dengan skor 772, indikator daya tahan tergolong cukup dengan skor 679, indikator fitur tergolong baik dengan skor 771, dan indikator kinerja tergolong baik dengan skor 783. Maka kualitas produk yang diberikan oleh PT. Data Citra Mandiri (iBox) Cabang Menteng Central sudah baik. Peneliti menyarankan agar pihak perusahaan tetap mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas produk smartphone iphone. Jika dilihat dari skor terendahnya yaitu indikator daya tahan, peneliti menyarankan hendaknya PT. Data Citra Mandiri (iBox) Cabang Menteng Central memperhatikan indikator daya tahan smartphone iphone agar konsumen memperoleh kepuasan yang lebih baik.

Hasil analisis variabel loyalitas konsumen pada penelitian ini dapat dikatakan bahwa tanggapan atau persepsi konsumen dalam indikator pembelian berulang tergolong baik dengan skor 693, indikator berkata positif tentang produk tergolong baik dengan skor 783, dan indikator rekomendasi produk pada teman tergolong baik dengan skor 744. Maka loyalitas konsumen PT. Data Citra Mandiri (iBox) Cabang Menteng Central sudah baik.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara kualitas produk dengan loyalitas konsumen PT. Data Citra Mandiri (iBox) Cabang Menteng Central. Yang ditunjukkan dengan koefisien korelasi atau tingkat hubungan antara kedua variabel tersebut sebesar 0,87 dan berada pada interval (0,80 – 1,00) sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat. Besarnya pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen adalah sebesar 75%, dan 25% sisanya dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Alia, Khabib. 2017. *Seri Belajar bagi UMKM: Pengetahuan Produk*. Surakarta: CV Pustaka Bengawan.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi, Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Daga, Rosnaini. 2017. *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Gowa: Global Research and Consulting Institute.
- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.

- Griffin, Jill. 2005. *Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*: Jakarta : Erlangga.
- Handoko. 2002. *Manajemen Pemasaran*.
Jakarta: Badan penerbit IPWI.
- Hardani., dkk. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Hasan, Ali. 2008. *Marketing*. Jakarta: PT. Buku Kita.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi & Manajemen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.
- Irawan, Handi. 2008. *Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Keduabelas. Jakarta: Erlangga.
- Martono, Nanang. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sangadji, E. M., dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Schiffman, Leon, & Kanuk, Leslie Lazar. 2007. *Consumer Behaviour 7 th Edition*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suryati, Lili. 2015. *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Sleman: Deepublish.
- Tunggal, Amin Widjaja. 2008. *Dasar – Dasar Customer Relationship Management (CRM)*. Jakarta: Harvindo.
- Winarno, M.E. 2013. *Metode Penelitian dalam Pendidikan Jasmani*. Malang: UM PRESS.

Jurnal

- Andreas, Caesar. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Vol. 5, No.5.
- Arumsari , Dheany. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Diah Dharmayanti. 2006. *Analisis Dampak Service Performance dan Kepuasan Sebagai Moderating Variable Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah Tabungan Bank Mandiri Cabang Surabaya)*. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 1, No. 1, hal 35 – 43.
- Japarianto, Laksmono, & Khomariyah.
2007. *Analisa kualitas layanan sebagai pengukur loyalitas pelanggan Hotel Majapahit Surabaya dengan pemasaran relasional sebagai variabel intervening*. Dimensi Manajemen Perhotelan, 3 (1), 34-42.
- Musanto, T. 2004. *Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya*. Jurnal Manajemen & Kewirausahaan Vol. 6, NO.2, September 2004: 123 – 136.
- Saputro, Ropinov dan Lataruva, Eisha.
2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Universitas Diponegoro.
- Sasa Ani Armono. *Pengaruh Sistem Informasi Pemasaran dan Loyalitas Konsumen Terhadap Kinerja Pemasaran*. Universitas Batam. Hal 5