

**JURNAL SKRIPSI BIDANG KAJIAN MANAJEMEN PEMASARAN  
PENGARUH KUALITAS LAYANAN,HARGA DAN KEPUASAN TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN PEDAGANG BESAR FARMASI  
PT.HOKI MANDIRI FARMA DI SURABAYA**

Disusun oleh :

**ARIS PRASETYO**

**NIM : 152 10 852**

**Jurusan Manajemen**



**Skripsi Telah Disidangkan Tanggal 02 Oktober 2019**

**Dosen Penguji:**

- 1. Maya Ida Kesumawatie, S.Kom, MM.**
- 2. Wulandari Harjanti, SE., MM.**
- 3. Dr.Hj.Sri Rahayu,SE., MM.**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MAHARDHIKA  
SURABAYA**

**2019**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN KEPUASAN TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN PEDAGANG BESAR FARMASI  
PT. HOKI MANDIRI FARMA DI SURABAYA**

Disusun oleh : Aris Prasetyo

NIM : 152 10 852

Program Studi Manajemen Pemasaran STIE Mahardhika Surabaya

Email :

**ABSTRACT**

*This research was conducted to determine the effect of service quality, price and satisfaction on consumer loyalty at PT. Hoki Mandiri Farma Surabaya Branch. The purpose of this study is to determine the direct effect of service quality, price and satisfaction variables on customer loyalty variables. This research was conducted using a quantitative approach that is research that focuses on testing hypotheses with statistical method analysis tools and generating conclusions. The population of this study were 55 consumers of PT. Hoki Mandiri Farma Surabaya Branch with a sample of 55 people using census or saturated samples. The method of collecting documentation and questionnaire data, the method of analysis is the instrument test (validity and reliability test), descriptive percentage analysis, classic assumption test, koefien determinasi test ( $R^2$ ) t test, F test and regression analysis using SPSS 21.0 for Windows. Based on the results of the regression analysis, it is known that the effect of service quality variables on consumer loyalty is 0.435, the effect of price variables on consumer loyalty is 0.751 and the effect of satisfaction variables on customer loyalty variables is 0.681. Based on the results of the multiple regression test showed positive results which means that service quality, price and satisfaction have a positive influence on consumer loyalty. Based on the t-test results it is known that the service quality variable has a t-test value of 2.597 greater than t-table of 2.006 with a significance level result less than 0.05. It can be concluded that the service quality variable has a significant effect on customer loyalty partially. For the price variable, the t-value of 3.831 is greater than the t-table of 2.006 with a significance level of less than 0.05. Then it can be concluded that the variable price has a significant effect on consumer loyalty partially. For satisfaction variables, the t-value of 2.340 is greater than the t-table of 2.006 with a significance level of less than 0.05. It can be concluded that the satisfaction variable significantly influences consumer loyalty partially.*

**Keywords: Service Quality, Price, Satisfaction and Consumer Loyalty**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, harga dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen PT.Hoki Mandiri Farma Cabang Surabaya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara langsung variabel kualitas layanan, harga dan kepuasan terhadap variabel loyalitas konsumen. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang menitikberatkan pada pengujian hipotesis dengan alat analisis metode statistik dan menghasilkan kesimpulan. Populasi penelitian ini adalah 55 orang merupakan konsumen PT.Hoki Mandiri Farma Cabang Surabaya dengan sampel sejumlah 55 orang menggunakan metode sensus atau sample jenuh. Metode pengumpulan data dokumentasi dan kuesioner, metode analisis yaitu uji instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), analisis deskriptif persentase, uji asumsi klasik, uji koefien determinasi uji t, uji F dan analisis regresi menggunakan SPSS 21.0 for Windows. Berdasarkan hasil analisis regresi diketahui bahwa pengaruh variabel kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen sebesar 0,435, pengaruh variabel harga terhadap loyalitas konsumen sebesar 0,751 dan pengaruh variabel kepuasan terhadap variabel loyalitas konsumen sebesar 0,681. Berdasarkan hasil dari uji regresi berganda menunjukkan hasil positif yang berarti bahwa kualitas layanan, harga dan kepuasan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa variabel kualitas layanan mempunyai nilai t-hitung sebesar 2,597 lebih besar dari t-tabel sebesar 2,006 dengan hasil tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen secara parsial. Untuk variabel harga mempunyai nilai t-hitung sebesar 3,831 lebih besar dari t-tabel sebesar 2,006 dengan hasil tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen secara parsial. Untuk variabel kepuasan mempunyai nilai t-hitung sebesar 2,340 lebih besar dari t-tabel sebesar 2,006 dengan hasil tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen secara parsial.

**Kata Kunci : Kualitas Layanan, Harga, Kepuasan, Loyalitas Konsumen**

## PENDAHULUAN

PBF (Pedagang Besar Farmasi) PT.Hoki Mandiri Farma merupakan salah satu perusahaan yang bergelut dibidang *medical supply* yang memiliki jangkauan konsumen yang luas, dengan beragam macam *medical supply* dengan harga bersahabat. PT.Hoki Mandiri Farma mensupply *medical* jenis *Ethical* maupun *OTC* (jenis obat yang bebas dijual tanpa resep dokter).

PT.Hoki Mandiri Farma sudah menjadi Marketing Company untuk memasarkan produknya. Menurut Philip Kotler (2015:7), Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Kualitas layanan adalah faktor penting dalam membangun kepuasan konsumen melalui loyalitas konsumen. Menurut Goetsh dan Davis (Tjiptono, 2011:81) bahwa kualitas layanan adalah merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, dan manusia proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi konsumen. Dan harga merupakan faktor lain dalam pengambilan keputusan yang sangat penting diperhatikan, karena setiap harga yang ditetapkan perusahaan akan mempengaruhi tingkat permintaan. Purnamasari (2015:3) menjelaskan bahwa harga bagi konsumen merupakan bahan pertimbangan yang penting bagi konsumen untuk membeli produk pada suatu perusahaan, karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut. Dari segi harga PT.Hoki Mandiri Farma memberikan

harga yang dapat dijangkau konsumennya. Harga merupakan sejumlah uang yang diminta untuk suatu produk atau suatu jasa (Kotler dan Armstrong, 2015:128).

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler dan Keller, 2010:139). Loyalitas konsumen menurut Drake (dalam Sukmawati,2011:24) menyatakan bahwa konsumen yang loyal selalu melakukan pembelian ulang, yang pada gilirannya menjamin aliran pendapatan bagi perusahaan, memiliki kecenderungan membeli lebih banyak, mau membayar dengan harga yang lebih mahal, yang akan berdampak secara langsung kepada keuntungan yang diperoleh perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas penulis mempunyai keinginan untuk mengangkat permasalahan kualitas layanan,harga dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen PT.Hoki Mandiri Farma kedalam sebuah penelitian yang berjudul : “ **Pengaruh Kualitas Layanan,Harga Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Di PT.Hoki Mandiri Farma Cabang Surabaya.**”

## **KAJIAN TEORI**

### **Kualitas Layanan**

Kualitas pelayanan dipandang salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan, karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan konsumen lama untuk berpindah ke perusahaan lain.

Menurut Kotler (2002:83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

## **Harga**

Penetapan harga merupakan sebuah bagian yang penting dan kompleks dalam manajemen pemasaran. Di satu pihak penetapan harga adalah sebuah elemen strategis yang sangat kritis, penting dalam bauran pemasaran karena menjelaskan persepsi mengenai kualitas, dengan demikian merupakan kontributor penting dalam memosisikan sebuah produk.

Kotler dan Armstrong (2011), mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang yang diminta untuk suatu produk atau jasa. Menurut Saladin (dalam Dita Amanah, 2010:72) mengemukakan bahwa harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa atau dapat juga dikatakan penentuan nilai suatu produk dibenakan konsumen.

## **Kepuasan Konsumen**

Menurut Tjiptono (dalam Puji Isyanto, 2012:832) terciptanya kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Menurut Brown (dalam Dr.Sudaryono, 2016:79) berpendapat bahwa kepuasan konsumen adalah suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk dan jasa. Konsumen yang puas akan mengkonsumsi produk tersebut secara terus menerus, mendorong konsumen lain untuk loyal terhadap

produk atau jasa tersebut dan dengan senang hati mempromosikan produk dan jasa tersebut kepada orang lain dari mulut ke mulut.

### **Loyalitas Konsumen**

Definisi loyalitas konsumen menurut Oliver (1997) yang dikutip oleh Cheng dan Rashid (2013) adalah merupakan komitmen yang kuat untuk melakukan banyak pembelian berulang dari produk yang dipilih atau menggunakan layanan secara konsisten di masa depan.

### **PENELITIAN TERDAHULU**

Penelitian terdahulu yang digunakan penulis adalah sebagai dasar dalam penyusunan penelitian. Tujuannya adalah untuk mengetahui hasil yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu, sekaligus sebagai perbandingan dan gambaran yang dapat mendukung kegiatan penelitian berikutnya yang sejenis. Kajian yang digunakan yaitu mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen serta dampaknya pada keputusan pembelian konsumen. Berikut ini adalah tabel penelitian terdahulu yang mendukung penelitian :

#### **1. Tirra Ammerinda (2017)**

Peneliti melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada klinik kecantikan Nadindra di Bandar Lampung”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung karena menggunakan analisis regresi linear berganda hubungan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan hasil perhitungan

variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan mempengaruhi variabel kepuasan konsumen sebesar 64,6%, dan sisanya 35,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini. Diketahui bahwa jawaban responden pada variabel Kualitas Produk (X1), mendapat skor tertinggi adalah pada dimensi *conformance* (kesesuaian) yakni manfaat sesuai yang dibutuhkan dengan presentase 88%, sedangkan pada variabel Kualitas Pelayanan (X2) mendapat skor tertinggi adalah pada dimensi *responsiveness* (daya tanggap) yakni sigap dalam melayani dengan presentase sebesar 81%.

## **2. Eugenia Andrea Dennisa (2016)**

Peneliti melakukan penelitian dengan judul “Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan citra merek terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada klinik kecantikan cosmedic Semarang”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen pada konsumen Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, dan citra merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk, kualitas layanan, dan citra merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Serta kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

## **3. Ifrina Kurniasari Wahyudien (2016)**

Peneliti melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada Larissa *Aesthetic Center* Semarang”. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan



kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. Berdasarkan hasil analisis regresi dua tahap menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Z). Variabel kepuasan konsumen (Z) secara parsial juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y).

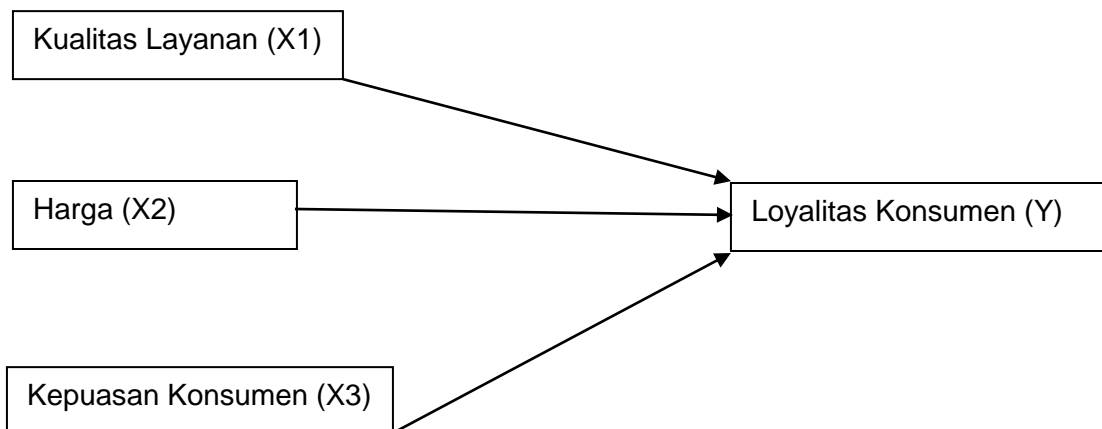
#### **4. Parisa Islam Khan (2012)**

Researchers conduct research by title service quality and customer satisfaction of the beauty-care service industry in Dhaka, a study on high-end women's parlors. *The beauty-care service industry is one of the flourishing industries in Dhaka, the capital and largest city, in terms of population density, in Bangladesh. The growing number of beauty-conscious women and their demand for variety of services cater to the growth and importance of this industry. This study aims at measuring the service quality and customer satisfaction level of high-end women's parlors in Dhaka. Other purposes of this study are to assess the importance of different attributes of customer's preference, evaluate the service quality level and the extent of customer satisfaction and reveal the final factors that create customer satisfaction. This study includes in-depth interviews of beauticians and executives and question-naire survey of 260 customers of high-end beauty parlors of Dhaka city. The findings show that customers put utmost importance in issues such as the service provider's behavior, knowledge, environment, counseling system and affordability of the parlors. The customers of the high-end parlors are highly satisfied with the environment, executive's politeness, com-plaint handling system, trustworthiness and materials. The politeness of the service providers, knowledge level of the executives and safety and hygiene issues are also satisfactory. Factor*

*analysis (Principal Component Analysis) has been carried out by taking sixteen variables and the result indicates that four service quality factors are creating customer satisfaction. These factors are Support & Facility Factor, Employee Performance Factor, Customer Relation Factor and Communication Factor.*

### **Kerangka Konseptual**

Dalam penelitian ini penulis akan meneliti sejauh mana pengaruh kualitas layanan, harga dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen PT.Hoki Mandiri Farma. Menurut Sugiono (2014:39) kerangka konseptual analisis jalur dari penelitian ini adalah sebagai berikut ini :



**Gambar 2.1 Kerangka Konseptual**

Data diolah oleh penulis.

### **Hipotesis**

Hipotesis yang diajukan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1 : Ada pengaruh positif antara kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen PT.Hoki Mandiri Farma.

2 : Ada pengaruh positif antara harga terhadap loyalitas konsumen PT.Hoki Mandiri Farma.

3 : Ada pengaruh positif antara kepuasan terhadap loyalitas konsumen PT.Hoki Mandiri Farma.

## **METODE PENELITIAN**

### **Populasi dan Sampel**

Menurut Sugiono (2014:115) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah 55 apotek PT.Hoki Mandiri Farma.

Menurut Sugiyono (2015:62) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik pengambilan sampel secara sensus atau sampel jenuh, menurut Sugiyono (2015:61) sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Penentuan besarnya sampel dalam penelitian ini didasarkan pada pendapat Arikunto (2010), jika subyek yang diteliti kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika subyek yang diteliti besar atau lebih dari 100 orang dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih. Jadi sampel dalam penelitian ini adalah 55 apotek.

### **Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian atau alat pengumpul data pada penelitian ini adalah kuesioner dan dokumentasi. Kuesioner tersebut akan dibagikan kepada responden

yang kemudian hasil jawabannya akan diukur dan dianalisis melalui analisis kuantitatif. Untuk metode dokumentasi dalam penelitian ini yaitu jumlah karyawan, identitas karyawan, struktur organisasi dan sejarah perusahaan.

### Teknik Analisis

Dalam penelitian ini, teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji determinasi, uji t, uji F untuk mengetahui hubungan variabel secara langsung dengan menggunakan bantuan spss versi 21,0 *for window*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Analisa Regresi Linear Berganda

Regresi Berganda Kualitas Layanan, Harga dan Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen:

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	19.319	2.902		6.658	.000
	X1	.435	.528	.451	2.597	.003
	X2	.751	.704	.640	3.831	.001
	X3	.681	.770	.735	2.340	.002

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 4.19 di atas dapat diketahui persamaan analisis regresi sebagai berikut:

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 19,319 + 0,435X_1 + 0,751X_2 + 0,681X_3$$

Berdasarkan analisis regresi linear berganda dapat diketahui bahwa pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen sebesar 0,435. Pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen sebesar 0,751. Sedangkan pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen sebesar 0,681. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh positif terhadap variabel terikat.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT. Hoki Mandiri Farma dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen PT. Hoki Mandiri Farma. Apabila kualitas layanan kepada konsumen lebih ditingkatkan, maka loyalitas konsumen akan meningkat, begitu juga sebaliknya apabila kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen semakin rendah atau buruk, maka loyalitas konsumen akan menurun.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen PT. Hoki Mandiri Farma. Apabila harga yang diberikan kepada konsumen semakin baik, maka loyalitas konsumen akan tercipta sehingga konsumen akan lebih memilih menggunakan produk PT. Hoki Mandiri Farma. Begitu pula sebaliknya apabila harga yang diberikan kepada konsumen semakin tidak stabil maka loyalitas konsumen tidak akan tercipta pada diri konsumen.
3. Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di PT. Hoki Mandiri Farma. Apabila kepuasan konsumen kepada konsumen lebih ditingkatkan, maka loyalitas konsumen akan meningkat, begitu juga sebaliknya

apabila kepuasan konsumen yang diberikan kepada konsumen semakin menurun maka loyalitas konsumen akan menurun.

Berdasarkan hasil analisis regresi, semua variabel dari kualitas layanan, harga, kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Harga menjadi variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian di lihat dari hasil uji t.

## **SARAN**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Hoki Mandiri Farma maka beberapa saran yang diusulkan oleh peneliti terhadap hasil penelitian diatas adalah sebagai berikut:

1. Pihak manajemen harus bisa mempertahankan serta merawat harga yang dimilikinya, karena harga merupakan faktor paling dominan, yang artinya harga merupakan faktor yang paling berpengaruh dibanding faktor yang lain.
2. Dalam memperkuat pangsa pasar manajemen harus terus meningkatkan inovasi produk. Inovasi tersebut dapat berupa peningkatan kualitas rasa, menciptakan kemasan yang lebih menarik, memberikan pelayanan yang lebih baik lagi terhadap konsumen.
3. Diharapkan perusahaan agar selalu mempertahankan kualitas layanan yang sudah terbukti oleh konsumen, karena faktor layanan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh kuat pada konsumen dan mempunyai nilai lebih dibenak konsumen dibanding perusahaan lainnya.
4. Melakukan penelitian dilapangan untuk mengetahui kepuasan konsumen yang diharapkan menjadi tolak ukur konsumen, sebagai acuan perusahaan untuk

mempertahankan kualitas atau harga agar konsumen tidak berpindah ke perusahaan lain.

5. Untuk penelitian yang akan datang diharapkan untuk melakukan penelitian yang lebih sempurna dari yang saya buat, dengan melakukan penyesuaian-penyesuaian yang dibutuhkan untuk membuat penelitian ini menjadi lebih sempurna, sehingga hasil dari penelitian yang dilakukan dapat lebih bermanfaat bagi perusahaan terkait.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdel-Aziz Ahmad Sharabati, Shawqi Naji Jawad, Nick Bontis, (2010) *"Intellectual capital and business performance in the pharmaceutical sector of Jordan"*, Management Decision, Vol. 48 Issue: 1, pp.105-131
- Ali, Hasan. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Alma Buchari, 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*, cetakan ke-10, Bandung:Alfabet.
- Anshori, Yusak Mohamad. (2011). *Pengaruh Orientasi Pasar, Intellectual Capital, dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Inovasi*. *Jurnal Manajemen Bsinis*. Vol 3 No 3. 317-329.
- Arikunto, 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktif*. Jakarta:Rineka.
- Assauri, Sofjan. 2012. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Eugenia Andrea Dennisa, 2016. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang*.
- Gerardo Andrew tumangkeng. *Kualitas Produk, Suku Bunga Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan KPR Bank BTN Cabang Manado*. Universitas Samratu langi Manado. *Jurnal EMBA* vol.1No.4 Desember 2014.
- Ghozali, I. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gronroos, Christian. 2010. *Service Management and Marketing: Customer Management in Marketing*. Third Edition, Jhon Wiley & Sons.
- Hartimbul Ginting, Nembah F. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Yrama Widya
- Heizer dan Render. 2014. *Manajemen Operasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ifrina Kurniasari Wahyudien, 2016. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Larissa Aesthetic Center Semarang*.
- Irawan, Deny dan Edwin Japariato. 2013. *Analisa Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Pelanggan Restoran Por KEE*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 2. No.2, Hal 1-8.



- Kotler Philip, and Amstrong Gary, 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta:Erlangga.
- Kotler Philip, and Amstrong Gary, 2013. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, edisi 13 jilid 1, Jakarta:Erlangga.
- Mullins, John W dan Walker Jr, Orville C. 2013. *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach*, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition.
- Parisa Islam Khan, 2012. *Service Quality and Customer Satisfaction of The Beauty Care Service Industry in Dhaka, a Study On High End Women's Parlons*.
- Rischa Merinda Nurmalasari, 2013. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Kecantikan Profira Di Surabaya*.
- Setyaningrum, Ari et.al. 2015. *Prinsi-prinsip Pemasaran*. Edisi I. Yogyakarta. Penerbit ANDI.
- Soewito Yudhi, 2013, Kualitas produk, merek, dan desain pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sepeda Motor Yamaha Mio, Jurnal EMBA, Vol 1, No. 3, Juni : 2303-1174.
- Sudaryono, 2016. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Cetakan Pertama. Penerbit : C.V Andi Offset, Yogyakarta.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian kuantitatif, kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiono, 2015, *Metode Penelitian Pendidikan*, cetakan ke -22, Alfabeta,cv, Bandung.
- Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sumarwan Ujang, 2012. *Riset Pemasaran Dan Konsumen*. Edisi Kedua
- Tirra Ammerinda, 2017. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Kecantikan Nadindra Di Bandar Lampung*.
- Tjiptono Fandy, Gregorius Chandra, 2011. *Service managemen & Meningkatkan Layanan Prima*, Jakarta:andi
- Tjiptono Fandy, 2011. *Pemasaran Jasa*, Malang: Banyumedia
- Tjiptono Fandy, 2012. *Pemasaran strategic*, Malang: Banyumedia
- Weenas, R.S. (2013), "Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta," Jurnal EMBA, Vol. 1, No. 4, pp. 607-618.
- Wibowo. (2014). *Manajemen Kinerja* . Edisi Keempat . Jakarta : Rajawali Pers.

