



ANALISIS DAMPAK *SERVICE PERFORMANCE* DAN KEPUASAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN
(STUDI KASUS DI RESTO AYAM GORENG NELONGSO CABANG BENDUNGAN
SUTAMI MALANG)

Oleh:

Fifit Nurta Syaifudin*)

Rois Arifin**)

Email : Fifitayye@gmail.com

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Resto Ayam Goreng Nelongso Cabang Bendungan Sutami Malang. Sampel berjumlah 88 responden dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Tujuan penelitian ini adalah: 1) pengaruh secara simultan analisis dampak *Service Performance* dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen di Resto Ayam Goreng Nelongso Cabang Sutami. 2) pengaruh secara parsial analisis dampak *Service Performance* dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen di Resto Ayam Goreng Nelongso Cabang Sutami.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Terdapat pengaruh secara simultan dari *service performance* serta kepuasan terhadap loyalitas pelanggan di resto ayam goreng Nelongso. 2) Terdapat pengaruh secara parsial antara *service performance* dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan di resto ayam goreng Nelongso.

Kata Kunci: *Service performance*, Kepuasa, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

This study uses quantitative data collection through questionnaires. The population in this study is Consumer Resto Fried Chicken Nelongso Branch Sutami Dam Malang. The sample took 88 respondents with data collection techniques using a questionnaire. The objectives of this study are: 1) Effect of Service Performance and Satisfaction on consumer loyalty at Resto Ayam Goreng Nelongso Sutami Branch. 2) Partial Performance Analysis of Service Performance and Satisfaction with Customer Loyalty at Resto Ayam Goreng Nelongso Sutami Branch.

The results showed that: 1) Can show simultaneous performance of services and satisfaction with customer loyalty at Nelongso fried chicken restaurant. 2) Related to the partial performance between service performance and satisfaction with customer loyalty at Nelongso fried chicken restaurant.

Keywords: Service performance, Authority, Customer Loyalty

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Restaurant adalah sebuah industri yang Luar Biasa & hampir tidak pernah mati. Industri yang penuh potensi, prospek, berkembang dengan sangat cepat, dan merupakan Bisnis pembawa Kesuksesan bahkan Kemakmuran (tentu saja, jika direncanakan, dikelola dan dioperasikan dengan baik). Menurut Marsum (2000) restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisir secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua konsumennya baik berupa makanan maupun minuman.

Namun, “sangat sedikit Bisnis Restoran yang akhirnya berhasil menguasai pasar. Bisnis Restaurant gagal pada tahun pertama diaktifkan”. Ada banyak pendapat yang ada alasannya, seperti Apa yang bisa terjadi? Lebih dari 25-33% dari Industri Restoran menutup usahanya yang mengganti kebangkrutan di bawah 12 bulan sejak operasional diterima. “Tentu saja ini sangat membuat para pembisnis makanan bertanya-tanya Mengapa ini perlu dan apa yang bisa kita perbaiki, Tantangan, Sebab, Realitas dan Detail-detail yang rumit tentang membuka, menjalankan, dan sampai pada akhirnya mendapatkan Restoran yang Sukses”.

Dewasa ini sektor Bisnis Makanan semakin berkembang. “Memiliki pendapat filosofi mendasar tentang penghargaan akan makanan, gaya hidup, sebelum ‘Bersantap’ dalam mengulas besar penting dalam menuju sukses Bisnis Restoran”. “Setiap aspek dari bisnis dan operasional, kepuasan pelanggan, hubungan Profit dan Lost, ukuran sistem pendukung, standarisasi dan kebanggaan dari pemilik semuanya harus terlihat, menambah kegigihan, ketangguhan, perhatian yang teliti akan detail dan setiap keputusan yang dilakukan pada hal yang kecil”.

“Bisnis kuliner (makanan) menjadi ladang bisnis yang menarik minat banyak orang. Hal ini disebabkan peluang bisnis pada sektor makanan lumayan menggiurkan. Selagi manusia masih membutuhkan makanan maka peluang bisnis di sektor makanan sangat terbuka. Belum lagi aktivitas manusia yang tidak puas dengan memasak sendiri tetapi ingin membeli makanan yang sudah jadi”.

Dalam menjalankan sebuah usaha atau perusahaan maka pelanggan adalah yang paling penting untuk dipertahankan. “Untuk tetap mempertahankan para pelanggan agar tidak memilih produk yang menguntungkan, bukan perkara mudah”. “Perusahaan harus melakukan beberapa hal yang dapat mengikat hati untuk tetap setia pada produk perusahaan”. contohnya memperlakukan pelanggan dengan sebaik mungkin. Layanan yang baik dan wajib untuk para pelanggan. “Pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan dengan tepat sasaran selain itu, kepuasan pelanggan ikut serta penting untuk loyalitas pelanggan perusahaan”.

Maka di dalam penelitian ini loyalitas konsumen adalah hasil dari pengaruh *service performance* dan kepuasan. Berdasar dari uraian permasalahan diatas, maka penelitian dengan judul “ANALISIS DAMPAK *SERVICE PERFORMANCE* DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus di Resto Ayam Goreng Nelongso Cabang Bendungan Sutami Malang)”

RUMUSAN MASALAH

Dengan melihat latar belakang yang terjadi, dapat disimpulkan dan di rumuskan dengan beberapa pertanyaan sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengaruh secara simultan analisis dampak *Service Performance* dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen di Resto Ayam Goreng Nelongso Cabang Sutami?
- b. Bagaimana pengaruh secara parsial analisis dampak *Service Performance* dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen di Resto Ayam Goreng Nelongso Cabang Sutami?

TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis:

- a. Mengetahui serta menganalisis *service performance*/pelayanan dan kepuasan terdapat pengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas konsumen di Resto Ayam Goreng Nelongso Cabang Sutami?
- b. Mengetahui serta menganalisis *service performance*/pelayanan dan kepuasan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas konsumen di Resto Ayam Goreng Nelongso Cabang Sutami?

MANFAAT PENELITIAN

- a. Dengan adanya penelitian tentang pengaruh *service performance* /kinerja layanan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan, maka bisa menambah informasi dan wawasan.
- b. Dalam perkembangan ilmu manajemen khususnya pemasaran dengan adanya penelitian ini dapat menambah literatur mengenai *service performance* /kinerja layanan dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen
- c. Pimpinan Resto Ayam Goreng Nelongso untuk terus meningkatkan kinerja para karyawannya demi tujuan yang diinginkannya dengan menggunakan penelitian ini sebagai bahan pertimbangan.

TINJAUAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Service Performance

Bernardin & Russel dalam (Gomes, 1999:146) Pengertian kinerja secara sederhana adalah prestasi kerja atau hasil pelaksanaan kerja. Istilah kinerja berasal dari kata “*performance*”. Kinerja (*performance*) adalah catatan hasil (*outcomes*) yang dihasilkan dari fungsi suatu pekerjaan atau kegiatan tertentu selama suatu periode waktu tertentu

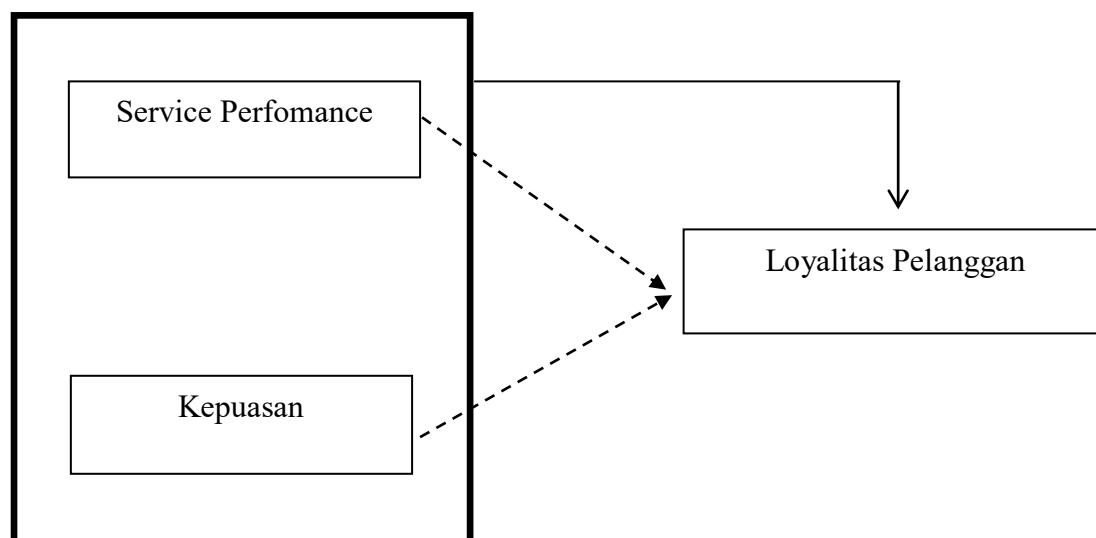
Kepuasan

Menurut (Kotler, 2004: 52), “kepuasan konsumen adalah perasaan (*feeling*) yang dirasakan pembeli dari kinerja perusahaan yang memenuhi harapan mereka”. “Kotler (2001 : 46) menandakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Loyalitas Pelanggan

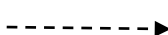
“Menurut Nina (2013: 13), Loyalitas merupakan persentase dari orang yang pernah membeli dalam jangka waktu tertentu dan melakukan pembelian ulang sejak pembelian pertama Kemudian tentang konsep loyalitas yang dikeluarkan oleh Oliver dalam Nina (2013: 13) tentang tingkat loyalitas konsumen”

KERANGKA KONSEPTUAL



Keterangan

Simultan : 

Parsial : 

Hipotesis

- H1 :Terdapat pengaruh secara simultan dari *service performance* serta kepuasan terhadap loyalitas pelanggan di resto ayam goreng Nelongso.
- H2 :Terdapat pengaruh secara parsial antara *service performance* dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan di resto ayam goreng Nelongso.

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen di Resto Ayam Goreng Nelongso Cabang Bendungan Sutami Malang. jadi rata-rata setiap hari 25 konsumen. Sehingga populasi yang diambil dalam waktu satu bulan adalah 750 responden.

Sampel dalam penelitian ini adalah” konsumen Resto Ayam Goreng Nelongso Cabang Bendungan Sutami Malang. Teknik penentuan sampel ini mengacu pendapat Slovin dalam Umar (2012:74)

DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL

1. *Service Perfomance* (X1)

Kinerja Layanan adalah penilaian menyeluruh konsumen terhadap hasil pelayanan yang dirasakan ketika menerima pelayanan dari penyedia jasa, sehingga pengukuran kinerja pelayanan lebih tepat dan spesifik.

Indikator *Service Performance* (X1)

- Ramah ketika melayani pelanggan.
- Memahami kebutuhan pelanggan.
- Untuk mengetahui keinginan pelanggan kita harus bertanya dan mendengarkan.
- Keperluan pelanggan harus siap dibantu.

2. *Kepuasan* (X2)

Kepuasan konsumen adalah hasil perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan yang diharapkan.

Indikator Kepuasan (X2)

- Re-purchase*: pelanggan akan mencari dan membeli produk yang dihasilkan perusahaan tersebut dimanapun dalam keadaan apapun.
- Word-of-Mouth*: perusahaan akan mendapatkan nilai baik masyarakat dari ucapan pelanggan
- Citra Merek: pelanggan yang terpuaskan tidak akan mudah dipengaruhi iklan dari produk lain
- Membeli produk yang berbeda dalam satu perusahaan, karena mendapat kepuasan pada perusahaan.

3. *Loyalitas Pelanggan* (Y)

loyalitas Pelanggan ialah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang.

Indikator Loyalitas Pelanggan (Y)

- Trust* ialah konsumen menaruh kepercayaan terhadap pasar.
- Melakukan Emotion commitment* ialah konsumen memiliki psikologi kepada komitmen pasar.
- Melakukan Switching cost* ialah tanggapan konsumen tentang beban yang diterima ketika terjadi perubahan.

METODE ANALISIS DATA

ANALISIS KUANTITATIF

Analisis kuantitatif ini dimaksudkan untuk memperkirakan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan satu atau beberapa kejadian lainnya dengan menggunakan statistik

UJI INSTRUMEN

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan nilai (Kaiser MSA) menjadi

syarat dilakukan analisis faktor dengan data yang tepat dengan nilai sebesar 0,5 (Suliyanto, 2011).

2. Realibilitas

Juliandi (2013: 83), “tujuan pengujian reliabilitas untuk melihat apakah instrumen penelitian merupakan instrumen yang dapat dipercaya.

UJI NORMALITAS

Juliandi (2013,175) Untuk “pengujian normalitas data dilakukan guna untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen yang terdiri X dan variabel independennya terdiri dari Y mempunyai distribusi normal atau tidak”.

UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali, (2006:91) “Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi di temukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen)”.

2. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali, (2006:105) “Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain”.

ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Persamaan linear berganda yang terdapat dalam penelitian ini dirumuskan seperti dibawah ini:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

a	= Konstanta
$b_1 - b^2$	= Koefisien Regresi
e	= <i>Standard error</i>
Y	= Loyalitas Pelanggan
X1	= <i>Service Perfomance</i>
X2	= Kepuasan

PENGUJIAN HIPOTESIS

Metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan, dilakukan pengujian secara parsial (uji t) dan simultan (uji F)”.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan nilai *kaiser mayer* “*measure of sampling adequacy* (Kaisar MSA) yang disyaratkan agar data yang terkumpul dapat dengan tepat untuk dilakukan analisis faktor” dengan nilai sebesar 0,5 (Suliyanto, 2011).

2. Uji Reliabilitas

menilai konsistensi dari instrumen penelitian dapat “dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* > 0,60” (Gozali, 2006) Untuk pada penelitian kali ini didapatkan hasil uji reliabilitas

UJI NORMALITAS

Tabel 4.10

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		x1	x2	y
N		88	88	88
Normal Parameters ^a	Mean	13.5682	16.2159	13.9205
	Std. Deviation	1.83701	2.26136	2.13467
Most Extreme Differences	Absolute	.156	.144	.122
	Positive	.156	.140	.122
	Negative	-.134	-.144	-.106
Kolmogorov-Smirnov Z		1.459	1.349	1.140
Asymp. Sig. (2-tailed)		.208	.053	.149

a. Test distribution is Normal.

Pada tabel diatas diketahui bahwa diperoleh nilai K-S 1.459 dengan nilai signifikan sebesar K-S 0,208 untuk nilai variabel *Service Performance* (X1), nilai sebesar K-S 1,349 dengan nilai signifikan K-S 0,053 untuk nilai variabel kepuasan (X2), nilai K-S sebesar 1,140 dengan nilai signifikan sebesar K-S 0,149 untuk nilai variabel loyalitas pelanggan (Y). Pada kesempatan variabel tersebut terdapat “nilai signifikansi > 0,05 yang mengindikasikan bahwa pada variabel berdistribusi normal”. Dengan demikian dapat dilakukan pengujian lebih lanjut.

UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Multikolinieritas

Tabel 4.11
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.382	1.643		.841	.403		
x1	.774	.091	.666	8.465	.000	.989	1.011
x2	.126	.074	.133	1.694	.004	.989	1.011

a. Dependent Variable: y

il pengujian multikolinieritas tersebut dapat diketahui bahwa Variabel *Service Performance* (X1) memiliki nilai VIF sebesar 1,011 dengan nilai *tolerance* sebesar 0,989. Variabel kepuasan (X2) memiliki nilai VIF sebesar sebesar 1,011 dengan nilai *tolerance* sebesar 0,989, dari kedua variabel tersebut menunjukkan nilai VIF kurang dari angka 10 dan nilai *Tolerance* lebih dari 0,10. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

2. Uji Heterosdektisitas

Tabel 4.12
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.361	.931		1.462	.147		
x1	-.043	.052	-.090	-.830	.409	.989	1.011
x2	.030	.042	.076	.703	.484	.989	1.011

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan dari hasil pengujian Heteroskedastisitas diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikan variabel *Service Performance* terhadap absolut residual sebesar $0,409 > 0,05$,

sedangkan Signifikan kepuasan terhadap absolut residual sebesar $0,484 > 0,05$. Dengan demikian penelitian ini terbebas dari heteroskedastisitas.

ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Tabel 4.14
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.382	1.643		.841	.403		
x1	.774	.091	.666	8.465	.000	.989	1.011
x2	.126	.074	.133	1.694	.004	.989	1.011

a. Dependent Variable: y

model persamaan regresi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah:

$$Y = 1,382 + 0,774 X_1 + 0,126 X_2 + C$$

1. Uji F

Tabel 4.15
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	190.252	2	95.126	39.214	.000 ^a
Residual	206.192	85	2.426		
Total	396.443	87			

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

Berdasarkan hasil analisis diatas pada tabel 4.15 diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Maka variabel “*Service Performance* (X1) dan variabel kepuasan (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y)”.

2. Uji t

Tabel 4.14
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.382	1.643		.841	.403		
x1	.774	.091	.666	8.465	.000	.989	1.011
x2	.126	.074	.133	1.694	.004	.989	1.011

a. Dependent Variable: y

a. Variabel *Service Performance* (X1) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 8,465 dengan tingkat signifikansi t sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_{1a} diterima. Sehingga

disimpulkan secara parsial variabel *Service Performance* berpengaruh positif “terhadap loyalitas pelanggan”. Hal ini berarti konsisten dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andri (2011) Suwardji, (2012) Febriani, (2012)

- b. Variabel kepuasan (X2) di peroleh nilai t_{hitung} sebesar 1,694 dengan signifikansi t sebesar $0,004 < 0,05$ maka H_1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel sosialisasi berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti konsisten dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andri (2011) Suwardji, (2012) Febriani, (2012)

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

- Dari pengujian secara simultan atau bersama-sama dapat diketahui bahwa variabel *Service Performance* (X1) dan variabel kepuasan (X2) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap penggunaan loyalitas pelanggan (Y).
- Variabel *Service Performance* (X1) berpengaruh secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penggunaan loyalitas pelanggan (Y).
- Variabel kepuasan (X2) berpengaruh secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penggunaan loyalitas pelanggan (Y).

Keterbatasan Penelitian

- Dalam penelitian ini peneliti hanya terbatas pada resto ayam nelongso cabang bendungan sutami di Malang
- Dalam penelitian ini hanya berfokus pada pembelian seharga lebih Rp50.000
- Yang diteliti hanya dua variabel yaitu variabel *service performance* dan kepuasan.
- Pengumpulan data penelitian yang menggunakan kuesioner sepertinya kurang efektif karena responden menjawab pertanyaan terkadang kurang serius.

Saran

- Diharapkan peneliti selanjutnya dapat memperluas lokasi penelitian misalnya Resto ayam nelongso semua cabang di Malang, Surabaya, Jember, Sidoarjo, Gresik, Bandung dan Jogja.
- Diharapkan peneliti selanjutnya menggunakan responden tanpa minimal pembelian
- Diharapkan untuk peneliti selanjutnya agar dapat menambah variabel lain yang diduga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan seperti promosi, tingkat harga dan lain-lain.
- “Diharapkan peneliti selanjutnya menggunakan metode penelitian lain seperti wawancara dan observasi sehingga dapat meningkatkan kualitas data yang telah diperoleh”.
- Diharapkan Pimpinan Resto ayam goreng Nelongso Cabang Bendungan Sutami Malang sebaiknya memperhatikan dan terus meningkatkan indikator yang dapat mempengaruhi Loyalitas Pelanggan yaitu *Service performance* dan Kepuasan sehingga perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya dan mencapai tujuan instansi secara maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Bowen, J.T., & Chen, S.L. (2001). The relationship between customer loyalty and customer satisfaction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 13, No.5, pp.213-7.
- Cronin, J. Joseph & Taylor, Steven A., Jul., 1992. “*Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension*”, *The Journal of Marketing*, Vol. 56, No. 3, pp. 55-68
- Cronin, J Joseph, and Steven A Taylor. 1994. “SERVPERF Versus SERVQUAL: *Reconciling Performance-Based and Measurement of Service Quality.*” *Journal of Marketing*: 125– 132.
- Dharmayanti, Diah. 2006. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No. 1, Hal 35-43.
- Gilbert, G.R. et.al. 2004. *Measuring Customer Satisfaction in The Fast Food Industry: A cross-national Approach. The Journal of Services Marketing*, 18.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan SPSS*. Cetakan keempat. BP Universitas Diponegoro. Semarang
- Gozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS* . semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Harun, Harniza. 2011. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*. Vol. 3 No.1 Januari - Juni 2011
- Kotler, Philip, 1994, *Manajemen Pemasaran*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Umar, Husein. 1997. *Study Kelayakan Bisnis. Edisi Ketiga*. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta
- Hadiati, Sri & Ruci, Sarwi 1999. Analisis Kinerja Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Telkomsel Malang Area. September 1999 : 56- 64
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas*. Indeks : Jakarta
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran (Edisi Ketiga Belas)*. PT. Indeks. Jakarta
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 (11th ed.)*
- Lupiyadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R & Hamdani, A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyana., S. (2009). Analisis Dampak Service Performance Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Sultan Agung, XLV(119)*, 73–90.
- Swastha, Basu, 1999, “Loyalitas Pelanggan : Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan bagi Peneliti”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol.14, No.3, hal.73-88, Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.



- Sufiyanor., Mulyana. “Analisis Dampak Service Performance Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan.” Sultan Agung Vol Xlv No. 119 September - Nopember 2009 Xiv.119 (2009): 74–90.
- Suliyanto (2011) ekonometrika terapan : teori dan aplikasi dengan spss, edisi pertama, Yogyakarta:CV.ANDI OFFEST.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2003. *Total Quality Manajemen. Edisi Revisi*. Andy: Yogyakarta
- wono, J. 2006. Analisis Data PeneSarlitian Menggunakan SPSS. Yogyakarta: Andi Offset
- Fifit Nurta Syaifudin*) Adalah Alumni FEB UNISMA
Rois Arifin**) Adalah Dosen Tetap FEB UNISMA