University of Islam Malang
REPOSITORY

DAMPAK KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PELANGGAN HP IPHONE PADA MAHASISWA FEB UNISMA MALANG

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

Evi Rahayu

Npm. 21701081062

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2021

© Hak Cipta Milik UNISMA

repository.unisma.ac.id

University of Islam Malang
REPOSITORY

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan hp iphone. Penelitian ini merupakan jenis *explanatory research*, dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis path. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, sampel diperoleh 48 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial semua variabel terdapat pengaruh signifikan dan positif. Sedangkan hasil uji intervening menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mampu memediasi hubungan antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan hp iphone.

Kata kunci: Kualitas Produk , Kepuasan Pelanggan , dan Loyalitas Pelanggan

© Hak Cipta Milik UNISMA

repository.unisma.ac.id

University of Islam Malang REPOSITORY

Abstract

This study aims to determine and analyze the effect of product quality on loyalty through customer satisfaction hp iphone. This research is an explanatory research type, with a quantitative approach. The research method used is path analysis. The sampling technique used purposive sampling, the sample determined to be sampled and obtained by 48 respondents as a sample. The results of this study show that partially all variables have significant and positive influences. While the results of intervening tests showed that customer satisfaction is able to mediate the relationship between product quality to customer loyalty hp iphone.

Keywords: *product quality, customer loyalty and customer satisfaction*

© Hak Cipta Milik UNISMA

repository.unisma.ac.id

University of Islam Malang REPOSITORY

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi dan komunikasi mengalami perkembangan dan kemajuan yang sangat pesat, hal ini membuat informasi dari berbagai penjuru dunia dengan mudah didapatkan dalam hitungan detik. Salah satunya di Indonesia, Di antara teknologi informasi yang hampir disetiap tempat sering kita jumpai adalah smartphone. Saat ini smartphone mengalami perkembangan yang sangat pesat dan hampir setiap tahun teknologi yang satu ini terus mengalami perkembangan. Hal ini mendorong terjadinya persaingan dalam dunia industri smartphone. Banyaknya merek smartphone yang ditawarkan di pasar membuat konsumen lebih selektif dalam membuat keputusan pembelian, hal ini membuat produsen didorong untuk menawarkan hal baru kepada konsumen bukan hanya dari kualitas dalam pelayanan, produsen smartphone juga harus memperhatikan kualitas produk yang diinginkan konsumen. Banyaknya pengguna smartphone terutama di Indonesia membuat produsen berlomba-lomba untuk menyediakan keinginan konsumen dan juga terus berupaya menguasai pasar yang ada. (Abdurrahman, 2017).

Kota Malang merupakan salah satu kota yang memiliki jumlah penduduk yang banyak mulai dari penduduk lokal maupun pendatang yang bertujuan menetap ataupun menempuh pendidikan di sini, hal ini menjadi faktor produsen smartphone. untuk menawarkan produk mereka salah satunya produsen smartphone merek iPhone. Sejalan dengan perkembangan zaman, konsumen memiliki ketertarikan terhadap produk dengan desain unik yang menujukkan era modernisasi saat ini. Guna memberikan keinginan konsumen yang semakin meningkat dalam mengakses teknologi, informasi maka komunikasi digital produsen mengembangkan desain system pada komunikasi genggam ini dari telepon genggam yang hanya bisa digunakan mengirim pesan atau menghubungi orang yang jauh menjadi smartphone

© Hak Cipta Milik UNISMA

repository.unisma.ac.id

University of Islam Malang REPOSITORY

yang mempermudah pengguna dalam berkomunikasi dengan teman, keluarga maupun rekan bisnis dengan menggunakan aplikasi dari smartphone seperti E-mail ataupun chat whatsapp serta aplikasi lainnya yang mudah didapatkan sekarang serta yang dapat terhubung dengan internet namun tetap memperhatikan gaya hidup yang mulai berkembang terutama digenerasi millineal saat ini.

Banyaknya merek smartphone yang ditawarkan di pasar membuat konsumen lebih selektif dalam membuat keputusan pembelian. Demi menjaga kelangsungan usaha di tengah-tengah persaingan bisnis yang sangat kompetitif, suatu perusahaan harus memberikan kepuasan pelanggannya agar bisa pelanggannya menjadi loyal.

Oleh karena itu, perusahaan harus mampu memberikan nilai tambah kepada pelanggannya sehingga suatu saat nanti perusahaan akan mendapatkan apresiasi atas kepeduliannya. Nilai positif yang dapat diberikan oleh perusahaan kepada pelanggannya dengan memberikan inovasi baru mengenai salah satunya adalah perubahan teknologi terutama pada hp iphone yang semakin berkembang saat ini karena setiap tahun iphone yang satu ini terus mengalami perubahan. Hal ini mendorong terjadinya persaingan dalam dunia industri smartphone. Selain itu untuk dapat bersaing di pasaran produsen sebaiknya membuat produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan mulai dari kualitas produk yang dapat menimbulkan daya tarik beli yang tinggi oleh pelanggan dan melanjutkan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk tersebut.

Perkembangan hp iPhone generasi pertama diperkenalkan, tepatnya 29 Juni 2007. Sampai pada akhirnya sudah ada banyak rumor yang bereder mengenai spesifikasi beserta fitur terbaru yang akan dihadirkan di iPhone 8, iPhone X, iPhone 7S, iPhone 7S Plus tapi nantinya semua itu akan terungkap di event tersebut yang pasti smartphone apple tersebut akan

© Hak Cipta Milik UNISMA

repository.unisma.ac.id

University of Islam Malang REPOSITORY

menjalankan iOS 11. Sampai pada tahun ini semakin meningkat tingkat keminatan pelanggan pada produk iPhone (Sukardi, 2017).

Perusahaan iPhone ini memberikan beberapa produk dari tahun ke tahun sesuai dengan tipe dan spesifikasinya yang berbeda. Dari segi fisik , kualitas produk iPhone ini sangat menarik dan berbeda dengan smartphone lainnya. Mulai dari logo apple yang telah dicantumkan disisi belakang smarthphone tersebut. Serta tempat speaker maupun kamera yang dikeluarkan dengan berbeda model sesuai dengan tipe dari tahun ke tahun.

Menurut teori dari (Osman dan Sentosa, 2014) Pada dasarnya Loyalitas yang sesungguhnya tidak akan dapat terbentuk apabila pelanggan belum melakukan proses pembelian terlebih dahulu. Loyalitas pelanggan bisa diartikan jika timbul pelanggan yang puas dan akan memiliki tingkat loyalitas yang tinggi terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Loyalitas pelanggan merupakan kelanjutan dari kepuasan pelanggan, walaupun sebenarnya loyalitas tidak mutlak tercipta dari hasil kepuasan pelanggan.

Loyalitas pelanggan berperan sangat penting dalam suatu perusahaan. Loyalitas pelanggan ini terdiri dari komponen sikap yang berarti setia. Kesetiaan ini timbul tanpa adanya paksaan, tetapi timbul dari kesadaran sendiri pada masa lalu. Usaha yang dilakukan untuk menciptakan kepuasaan konsumen lebih cenderung mempengaruhi sikap konsumen. Sedangkan konsep loyalitas konsumen lebih menekankan kepada perilaku pembeliannya bersedia memberikan nilai positif kepada orang lain tentang pembelian yang dilakukan. Memberikan kesan serta mendorong konsumen lain untuk tertarik dan bersedia untuk mempunyai pemikiran membeli produk dan menggunakan layanannya. (Arief, 2012)

Pernyataan di atas telah dibuktikan oleh penelitian dari (Abdurrahman, 2017) bahwa loyalitas pelanggan berperan sangat penting dalam suatu organisasi bisnis atau bidang usaha yang dijalankan. Loyalitas pelanggan ini terdiri dari komponen sikap dan komponen perilaku

© Hak Cipta Milik UNISMA

repository.unisma.ac.id

University of Islam Malang REPOSITORY

dari pelanggan. Bersedia menganjurkan perusahaan dari produk itu ke orang lain, demonstrasi untuk berkomitmen pada perusahaan dengan menunjukkan sikap perlawanan bila ada kemampuan untuk beralih ke perusahaan lain dan bersedia untuk membayar dengan harga premium.

Kemudian dalam kualitas produk menurut teori dari (Kotler dalam Evawati, 2012) bahwa kualitas produk diartikan totalitas fitur dan karakteristik dari produk atau jasa yang menanggung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Perkembangan dunia usaha yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga tampak berbeda dengan produk pesaing.

Ciri khas dari produk tersebut pada akhirnya akan dapat membedakan dengan produk lainnya. Kualitas produk memiliki hubungan yang sangat erat kaitannya dengan kepuasan konsumen. Dalam jangka panjang, ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami kebutuhan dan harapan konsumen yang pada akhirnya dapat membentuk loyalitas pelanggan. (Tjiptono, 2012). Pernyataan ini telah dibuktikan dalam penelitian oleh (Widodo, dkk. 2018) bahwa kualitas produk berpengaruh secara positive dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas.

Selain itu, dalam teori (Kotler dalam Sangadji dan Sopiah 2013) dijelaskan bahwa kepuasan konsumen dapat dinyatakan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima konsumen. Jika produk tersebut jauh di bawah harapan, konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika produk tersebut memenuhi harapan, konsumen akan puas. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Sebaliknya jika kinerja melebihi harapan maka konsumen akan sangat senang atau puas. Harapan-harapan konsumen ini dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan produk

© Hak Cipta Milik UNISMA

repository.unisma.ac.id

University of Islam Malang REPOSITORY

tersebut, omongan-omongan orang lain, dan informasi iklan yang dijanjikan oleh perusahaan yang menghasilkan produk tadi.

Hal lain yang harus diperhatikan dalam upaya menciptakan kepuasan pelanggan adalah dengan produk yang ditawarkan perusahaan harus berkualitas. Kualitas produk atau jasa dan kepuasan merupakan dua hal yang terkait erat. Semakin tinggi tingkat kualitas produk atau jasa, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan yang yang dihasilkan (Kotler dan Keller, 2016). Ketika pelanggan merasa puas terhadap produk yang diberikan oleh suatu perusahaan maka pelanggan akan cenderung untuk kembali melakukan pembelian ulang terhadap produk yang menimbulnya loyalitas pada pelanggan.

Pernyataan ini telah dibuktikan oleh penelitian (Murni dan Maharani, 2020) bahwa konsumen yang loyal belum tentu mereka puas, sebaliknya pelanggan yang puas akan cenderung menjadi konsumen yang loyal. Dari penelitian lain oleh (Dewi dkk, 2018) bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Dengan adanya penjelasan latar belakang diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul "Dampak Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Hp Iphone Pada Mahasiswa FEB UNISMA Malang".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan hp iPhone mahasiswa FEB UNISMA?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan hp iPhone mahasiswa FEB UNISMA?

© Hak Cipta Milik UNISMA

repository.unisma.ac.id

3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan hp iPhone mahasiswa FEB UNISMA?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening mahasiswa FEB UNISMA sebagai pengguna hp iPhone?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji kualitas produk berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan hp iPhone mahasiswa FEB UNISMA.
2. Untuk menguji kualitas produk berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan hp iPhone mahasiswa FEB UNISMA.
3. Untuk menguji kepuasan pelanggan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan hp iPhone mahasiswa FEB UNISMA.
4. Untuk menguji kualitas produk berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening mahasiswa FEB UNISMA sebagai pengguna hp iPhone

1.3.2 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan di atas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan:

a. Bagi Perusahaan

University of Islam Malang REPOSITORY
© Hak Cipta Milik UNISMA
repository.unisma.ac.id

University of Islam Malang REPOSITORY

Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan iPhone untuk lebih meningkatkan kualitas produk guna mendapat kepuasan dari pelanggan sehingga menjadikan pelanggan loyal.

b. Bagi pembaca

Dapat digunakan sebagai tambahan informasi, sumbangan pemikiran, dan bahan kajian bagi peneliti selanjutnya yang akan mengadakan penelitian dibidang pemasaran khususnya variabel yang digunakan yaitu kualitas produk terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan.

c. Bagi peneliti

Penelitian ini akan menjadi manfaat dalam sebuah informasi bagi penulis serta bagi pembaca untuk mengetahui begaimanakah proses kinerja dan hasil yang dilakukan di perusahaan tersebut untuk menjalankan sebuah bisnis dan mencipatkan pelanggan yang loyal dan puas. Serta peneliti mendapatkan ilmu pengetahuan dan wawasan baru mengenai loyalitas pelanggan dengan kepuasan setiap pelanggan.

d. Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan memberikan pengembangan ilmu pendidikan terutama mengenail ilmu teknologi dan informasi yang berkembang di zaman saat ini. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pelanggan hp iPhone perihal masalah penggunaan hp iPhone pada kualitas produk terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan.

© Hak Cipta Milik UNISMA

repository.unisma.ac.id

University of Islam Malang REPOSITORY

BAB V
SARAN DAN SIMPULAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis jalur *(Path Analysis)* maka terdapat simpulan deskripsi Kualitas produk terhadap Loyalitas pelanggan melalui Kepuasan pelanggan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan hp iphone mahasiswa manajemen FEB angkatan 2017 UNISMA. Pembuktian pengaruh positif dan signifikan dalam penelitian ini karena adanya kualitas produk pada hp iphone yang semakin baik sehingga konsumen merasakan kepuasannya dalam pemakaian hp iphone.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan hp iphone mahasiswa manajemen FEB angkatan 2017 UNISMA. Pembuktian pengaruh positif dan signifikan dalam penelitian ini karena adanya kualitas produk pada hp iphone yang sudah terjamin kualitasnya sehingga konsumen merasakan puas kemudian menjadi setia terhadap satu merek ini.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan hp iphone mahasiswa manajemen FEB angkatan 2017 UNISMA. Pembuktian pengaruh positif dan signifikan dalam penelitian ini karena adanya pembelian dari konsumen pada produk hp iphone yang sudah dijamin kualitasnya, maka timbullah rasa puas

© Hak Cipta Milik UNISMA

repository.unisma.ac.id

University of Islam Malang REPOSITORY

dan percaya diri dari konsumen sehingga menjadikan konsumen loyal terhadap hp iphone.

4. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, ada pengaruh positif dan signifikan bahwa kepuasan pelanggan mampu memediasi hubungan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan hp iphone mahasiswa manajemen FEB angkatan 2017 UNISMA

5.2 Keterbatasan

Adanya keterbatasan-keterbatasan dalam pengerjaan penelitian ini yaitu:

1. Penelitian ini hanya dilakukan dengan mengambil populasi mahasiswa manajemen FEB angkatan 2017 Universitas Islam Malang yang sedang menggunakan hp iphone atau yang sudah pernah memiliki hp iphone
2. Penelitian ini dilakukan saat adanya wabah pandemi corona sehingga kurang maksimalnya pengambilan data responden dalam menyebarkan kuesioner.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, berikut ini beberapa saran antara lain:

1. Bagi perusahaan

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan bagi perusahaan, ditunjukkan pada total rata-rata kuesioner yang terendah yaitu pada variabel loyalitas pelanggan. Pada jawaban item terendah variabel loyalitas pelanggan yaitu “Saya sebagai pelanggan hp iphone akan melakukan pembelian kembali ketika iphone mengeluarkan tipe terbarunya” hal ini menjadikan jawaban terendah karena faktor harga dari perusahaan iphone yang memberi patokan cukup mahal diantara smartphone

© Hak Cipta Milik UNISMA

repository.unisma.ac.id

University of Islam Malang REPOSITORY

lainnya. Supaya perusahaan bisa lebih mengimbangi harga yang ditetapkan mahal namun kualitas yang diterima konsumen menjaminkan.

2. Bagi Iptek

a. Bagi Akademisi

Saran bagi akademisi adalah lebih menggali lagi ilmu tentang kualitas produk, loyalitas pelanggan serta kepuasan pelanggan dengan cara banyak membaca refrensi penelitian tentang kualitas produk, loyalitas pelanggan. serta kepuasan pelanggan., baik itu melalui buku, jurnal maupun yang lainnya.

b. Harapan Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk pihak-pihak yang akan melaksanakan penelitian lebih lanjut dianjurkan supaya:

1. Dapat memperluas wilayah penelitian selain pada mahasiswa manajemen angkatan 2017 FEB Unisma dengan menambahkan fakultas lain.
2. Dapat menambah variabel dalam penelitian sehingga lebih banyak wawasan baru yang diterima, seperti variabel *trust* (kepercayaan).

© Hak Cipta Milik UNISMA

repository.unisma.ac.id

University of Islam Malang REPOSITORY

DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman, dkk. 2017 . Pengaruh Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pengguna Hp Oppo (Study Kasus Di Pesantren Miftahul Huda Kepanjen-Malang)". E – Jurnal Riset Manajemen. Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma.

Ahmad Kuncoro, dkk. 2012 . Analisis Jalur (*Path Analisis*) . Edisi Kedua. Penerbit Alfabeta. Bandung.

Al-arif dan M.Nur Rianto. 2012 . Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah. Alfabeta. Bandung.

Arief, Mochamad Zainul . 2013. *Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Online Shop Kaskus.* Undergraduate Thesis, Stie Perbanas Surabaya.

Arikunto, S. 2010 . Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Rineka Cipta. Jakarta.

Basu Swastha dan Irawan, 2009. *Asas-asas Marketing*, Liberty. Yogyakarta.

Daryanto. 2014 . Sari Kuliah Manajemen Pemasaran. Cetakan II. Januari 2014. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera. Bandung.

Deng Z Lu, Y Wei, K K and Zhang J. 2010. *Understanding customer satisfaction and loyalty: An empirical study of mobile instant messages in China. International. Journal of Information Management.* Vol. 30, No.4, 289–300.

Evawati., 2012. Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Sosial. Jilid. I, No. 2. 184-191.

Ghozali, I. 2017. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hasan, Ali. 2014. Marketing dan Kasus-kasus Pilihan, Cetakan Kedua. Yogyakarta. CAPS(Center for Academic Publishing Service).

Hayati. 2012 . Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan. Departemen Ilmu Administrasi Negara. Universitas Sumatera Utara.

Iriyanti , Qomariah dan Suharto ., 2016 . Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Depot Mie Pangsit Jember. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia. Vol 2. No. 1

© Hak Cipta Milik UNISMA

repository.unisma.ac.id

Kotler . 2016. Marketing Manajemen. 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

Lovelock, C, dan John Wirtz, 2011 . Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7. Erlangga. Jakarta.

Lupiyoadi, R. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa . Jakarta: Salemba Empat .

Malhotra, Naresh. 2014. *Basic Marketing Research. Pearson Education. England*.

Monica Maria Dan M. Yusak Anshori., 2014. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake, Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan. Vol 6, No 1.

Munawaroh. 2012 . Panduan Memahami Metodologi Penelitian. Intimedia . Malang

Murni, 2020. Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Online Shop Di Shopee. Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.

Martono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta. Rajawali Pers

Nurseptiany dan Risna. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Grand Pasundan Convention Di Bandung*. Diploma Thesis, Universitas Komputer Indonesia.

Osman, Z & Sentosa, I. 2014. *Influence Of Customer Satisfaction On Service Quality And Customer Loyalty Relationship. International Journal Of Economics, Finance And Management*.Vol 3. No.2. 115 – 120.

Sani, dan Maharani. 2013 Metedologi Penelitian Manajemen Sumberdaya Manusia. Teori , Kuesioner . dan Analisis Data. Cetakan II. Malang : Uin Maliki Press.

Sangadji, dkk. 2013. Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis. CV. Andi Offse . Yogyakarta

Sari dan Andjarwati. 2018 . Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Biskuit Oreo Di Carrefour Surabaya. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Jurnal Ilmu Manajemen .Vol 6. No .1.

Sembiring, dkk 2014. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol 12, No 1 Oktober 2014.

Setyo. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan "Best Autoworks. Universitas Ciputra. Vol 1, No.6.

Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Alfabeta. Bandung.

Suharno dan Sutarso, Y. 2010. *Marketing In Practice*. Graha Ilmu, Yogyakarta.

Supranto dan Limakrisna, N. 2011. PerilakuKonsumen dan StrategiPemasaran. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Tjiptono, 2016. Strategi Pemasaran, Edisi 4. Penerbit Andi, Yogyakarta.

Weenas, dan Jackson. 2013 . Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. Jurnal Emba .Vol.1 . No.4 .

University of Islam Malang REPOSITORY

© Hak Cipta Milik UNISMA

repository.unisma.ac.id

Widayatma., 2018. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Rifa Kuliner Kendal). Jurnal Ilmiah Untag Semarang. Vol. 7 . No.3 .

Artikel :

Diposting Guru Ekonomi. Loyalitas Pelanggan.Pengertian Loyalitas Pelanggan : Indikator, Faktor & Contohnya (sarjanaekonomi.co.id)" Diakses 15 Juni 2020.

Shynde Limar Kinanti. 2018. "Analisis Jalur (Path Analysis)" - Swanstatistics. Diakses Pada Oktober 9 2018.

Sukardi . 2017. Sejarah Iphone: Perkembangan Iphone Dari Masa Ke Masa. (Sejarah Iphone: Perkembangan Iphone Dari Masa Ke Masa (Panduanmac.Com). Diakses 9 September 2017.

University of Islam Malang REPOSITORY

© Hak Cipta Milik UNISMA

repository.unisma.ac.id