

ANALISIS PENGARUH KEPUASAN, ANTUSIASME DAN SWITCHING BARRIER TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA PADA CREDIT UNION KELUARGA KUDUS DI PONTIANAK

Stepanus Simbi

Email: simbises18@gmail.com

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Widya Dharma Pontianak

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepuasan, antusiasme dan *switching barrier* terhadap loyalitas anggota baik secara bersama-sama maupun secara parsial pada credit union Keluarga Kudus di Pontianak tahun 2021. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota credit union Keluarga Kudus di Pontianak. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang dengan teknik pengambilan sampel yaitu berupa *simple random sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan kuesioner atau hak angket. Teknik analisis data menggunakan metode analisis kualitatif dan pengukuran Skala Likert. Untuk membantu mengolah data peneliti menggunakan program SPSS versi 22 (*Statistical Program for Social Science*, 22). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan anggota dalam kategori puas, antusiasme anggota rendah, *switching barrier* dalam kategori puas dan loyalitas anggota dalam kategori loyal. Hal ini dapat diketahui dari hasil uji t yang di mana nilai signifikan variabel kepuasan (X_1) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 9,122 > t_{tabel} 1,985$. Kemudian hasil pengujian secara parsial untuk variabel antusiasme (X_2) terhadap loyalitas anggota (Y) tidak memiliki pengaruh. Hal ini dapat diketahui dari hasil uji t yang di mana nilai signifikannya adalah sebesar $0,054 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 1,984 < t_{tabel} 1,985$. Selanjutnya hasil pengujian secara parsial variabel *switching barrier* (X_3) terhadap loyalitas anggota (Y) memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini dapat diketahui dari hasil uji t yang dimana nilai signifikannya adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 8,993 > t_{tabel} 1,985$.

KATA KUNCI: Kepuasan, Antusiasme, *Switching Barrier* dan Loyalitas Anggota.

PENDAHULUAN

Negara Indonesia mempunyai tiga (3) sektor kekuatan ekonomi yang melaksanakan berbagai kegiatan usaha dalam tata kehidupan ekonomi. Ketiga sektor tersebut adalah sektor Negara, sektor Swasta dan sektor Koperasi. Untuk mencapai kehidupan ekonomi yang kuat dan mencapai masyarakat yang adil dan makmur, ketiga sektor tersebut harus saling berkait dan bekerjasama secara baik dan teratur.

Undang-Undang Dasar (UUD) 1945 pasal 33 menjelaskan bahwa perekonomian disusun atas asas kekeluargaan. Koperasi sangat tepat diterapkan dalam sistem perekonomian Indonesia jika dilihat dari asas koperasi yang juga menerapkan asas kekeluargaan. Keanggotaannya yang bersifat terbuka membuat anggota dapat dengan mudah bergabung dengan koperasi.

Menurut Undang-Undang No.25 Tahun 1992 tentang perkoperasian, koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan. Koperasi bertujuan untuk mensejahterakan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur.

Loyalitas anggota koperasi sangat penting untuk bertahan dari pesaing. Jika anggota koperasi banyak yang loyal, maka koperasi tidak perlu khawatir akan keberlangsungan usahanya yang didasarkan atas kebutuhan anggota seperti yang dijelaskan pada Undang-Undang No.25 Tahun 1992 pasal 19 bahwa “Keanggotaan Koperasi didasarkan pada kesamaan kepentingan ekonomi dalam lingkup usaha Koperasi”. Karena pentingnya loyalitas anggota terhadap kelangsungan hidup koperasi, maka koperasi harus secara berkelanjutan menjaga dan meningkatkan loyalitas dari para anggotanya. Oleh karena itu, untuk membangun loyalitas anggota, koperasi harus memiliki hubungan yang baik dengan anggota sehingga koperasi dapat lebih memahami akan kebutuhan, keinginan dan harapan-harapan para anggotanya.

TEORI KAJIAN

Kepuasan

Menurut Juni Priansa (2017: 197):

“Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki oleh konsumen. Jika barang dan jasa yang dibeli oleh konsumen sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen tersebut puas, begitupun juga sebaliknya”.

Perwangsa Nuralam (2017: 58): “Kepuasan pelanggan merupakan penilaian evaluatif purna beli yang dihasilkan dari seleksi pembelian spesifik”. Tingkat kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh nilai produk bagi pelanggan dan harapan pelanggan terhadap produk. Nilai produk bagi pelanggan didasari tujuan perusahaan dan produk itu sendiri, sedangkan harapan pelanggan terhadap produk didasari oleh kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Noor (2012: 79):

“Nilai yang dirasakan pelanggan adalah suatu evaluasi yang dilakukan pelanggan dengan membandingkan antara manfaat secara fungsional dan relasional yang

diterima pelanggan dengan pengorbanan atau biaya yang dikeluarkan oleh pelanggan, sehingga apabila manfaat yang diterima pelanggan lebih tinggi daripada pengorbanan dan biaya yang dikeluarkan pelanggan, maka nilai yang dirasakan pelanggan akan meningkat”.

Antusiasme

Hill (2019: 318): “Antusiasme adalah sikap mental positif sebuah dorongan internal berupa emosi positif, kekuatan yang mendorong penciptaan atau ekspresi”. Seperti yang dijelaskan Zalukhu (2015: 82): “Antusias berarti memiliki semangat ketertarikan pada sesuatu yang dilakukan”.

Sedangkan menurut Agatha Engel dan Susanto (2017: 62): “Antusias artinya semangat besar kegairahan, kegembiraan yang besar terhadap suatu produk”. Kemudian dijelaskan lagi oleh Agatha Engel dan Susanto (2017: 63): “Jika seseorang yang memiliki antusiasme pasti bisa melakukan apa saja, tidak peduli bagaimanapun sulitnya”.

Switching Barrier

Setiawan (2011: 61): “Hambatan pindah (Switching Barrier) adalah rintangan yang dirasakan oleh seorang konsumen untuk beralih dari produk lama ke produk baru”. Selanjutnya dijelaskan lagi oleh Setiawan (2011: 61): “Hambatan pindah dapat berbentuk kendala finansial, sosial, dan psikologis yang dirasakan seorang pelanggan ketika berpindah ke penyedia jasa baru”.

Loyalitas Anggota

Juni Priansa (2017: 217):

“Loyalitas konsumen merupakan komitmen jangka panjang konsumen, yang berwujud dalam perilaku dan sikap yang loyal terhadap perusahaan dan produknya, dengan cara mengkonsumsi secara teratur dan berulang, sehingga perusahaan dan produknya menjadi bagian penting dari proses konsumsi yang dilakukan oleh konsumen”.

Hurriyati (2015: 129): “Loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku”. Sedangkan menurut Zulkarnain (2014: 114): “Loyalitas pelanggan dapat didefinisikan

sebagai suatu perilaku pembelian yang positif ditunjukkan pelanggan terhadap perusahaan, merek, toko, pemasok yang dilakukan secara teratur, konsisten dan berkesinambungan serta berulang-ulang dalam kurun waktu yang lama”.

Pelanggan yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya, sebagaimana diungkapkan Suryati (2015: 7): pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut:

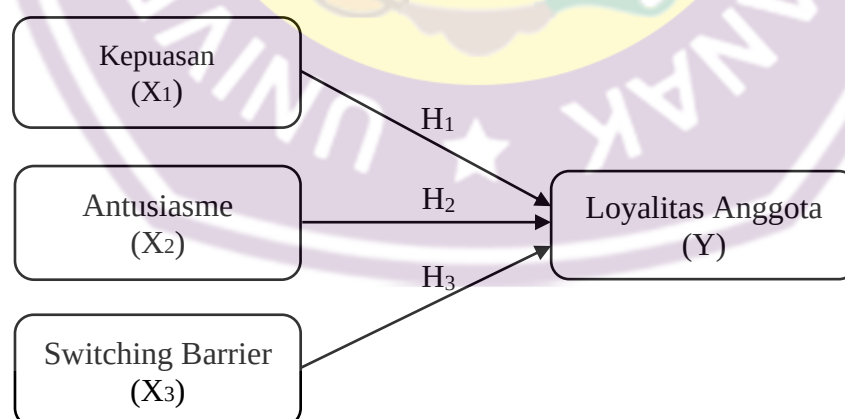
- Membeli berkali-kali (repeat order).
- Mengajak orang lain membeli.
- Memberitahukan hal-hal baik tentang produk yang dibelinya atau perusahaan yang menjualnya kepada orang lain.

HIPOTESIS

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang dijabarkan dari kerangka teori/kajian teori yang harus diuji kebenarannya, karena sifatnya sementara maka perlu dilakukan pembuktian melalui data empirik dari suatu penelitian ilmiah.

Menurut Chang (2014: 123): “Hipotesis pada dasarnya merupakan sebuah gagasan atau pernyataan yang dianggap sebagai sebuah keterangan yang mengandung kemungkinan tentang suatu keadaan atau kondisi khusus”.

GAMBAR 1
MODEL PENELITIAN



Sumber: Data Olahan, 2021

METODE PENELITIAN

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut

H₁: Kepuasan anggota berpengaruh positif terhadap loyalitas anggota pada Credit Union (CU) Keluarga Kudus di Pontianak.

H₂: Antusiasme berpengaruh terhadap loyalitas anggota pada Credit Union (CU) Keluarga Kudus di Pontianak.

H₃: *Switching barrier* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota pada Credit Union (CU) Keluarga Kudus di Pontianak.

Bentuk penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif yaitu suatu pernyataan yang menunjukkan dugaan tentang hubungan antara dua variabel atau lebih. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota credit union Keluarga Kudus di Pontianak. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang dengan teknik pengambilan sampel yaitu berupa *simple random sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan kuesioner atau hak angket. Teknik analisis data menggunakan metode analisis kualitatif dan pengukuran skala likert. Untuk membantu mengolah data peneliti menggunakan program SPSS versi 22 (*Statistical Program for Social Science*, 22).

PEMBAHASAN

Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 1 terhadap butir-butir pernyataan yang diajukan kepada responden, lebih kecil dari 0,05 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi yang diperoleh dari setiap butir pernyataan lebih kecil dari 0,05. Sedangkan nilai korelasi atau r_{hitung} yang diperoleh lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$). Oleh karena itu, dapat diketahui bahwa butir-butir pernyataan kuesioner yang diajukan kepada responden dinyatakan valid atau memenuhi syarat dan dapat digunakan untuk penelitian.

TABEL 1
UJI VALIDITAS

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
X _{1.1}	0,714	0,1966	Valid
X _{1.2}	0,703	0,1966	Valid
X _{1.3}	0,699	0,1966	Valid
X _{1.4}	0,718	0,1966	Valid

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
X _{2.1}	0,637	0,1966	Valid
X _{2.2}	0,719	0,1966	Valid
X _{2.3}	0,635	0,1966	Valid
X _{2.4}	0,629	0,1966	Valid
X _{2.5}	0,648	0,1966	Valid
X _{2.6}	0,623	0,1966	Valid
X _{3.1}	0,633	0,1966	Valid
X _{3.2}	0,608	0,1966	Valid
X _{3.3}	0,635	0,1966	Valid
X _{3.4}	0,595	0,1966	Valid
X _{3.5}	0,603	0,1966	Valid
X _{3.6}	0,656	0,1966	Valid
Y _{1.1}	0,604	0,1966	Valid
Y _{1.2}	0,702	0,1966	Valid
Y _{1.3}	0,686	0,1966	Valid
Y _{1.4}	0,753	0,1966	Valid
Y _{1.5}	0,621	0,1966	Valid
Y _{1.5}	0,632	0,1966	Valid
Y _{1.7}	0,613	0,1966	Valid
Y _{1.8}	0,650	0,1966	Valid

Sumber: Hasil Uji SPSS 22, 2021

b. Uji Reliabilitas

TABEL 2
UJI RELIABILITAS VARIABEL KEPUASAN

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,666	4

Sumber: Hasil Uji SPSS 22, 2021

Berdasarkan uji reliabilitas variabel kepuasan pada Tabel 2 dapat diketahui, bahwa cronbach's alpha yang diperoleh adalah sebesar 0,666 atau 0,67 yang berarti lebih besar dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa indikator yang digunakan penulis dalam penelitian reliabel dengan permasalahan penelitian.

TABEL 3
UJI RELIABILITAS VARIABEL ANTUSIASME

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,722	6

Sumber: Hasil Uji SPSS 22, 2021

Berdasarkan uji reliabilitas variabel antusiasme pada Tabel 3 dapat diketahui, bahwa *cronbach's alpha* yang diperoleh adalah sebesar 0,722 yang berarti lebih besar dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa indikator yang digunakan penulis dalam penelitian reliabel dengan permasalahan penelitian.

TABEL 4
UJI RELIABILITAS VARIABEL SWITCHING BARRIER

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,669	6

Sumber: Hasil Uji SPSS 22, 2021

Berdasarkan uji reliabilitas variabel *Switching Barrier* pada Tabel 4 dapat diketahui, bahwa *cronbach's alpha* yang diperoleh adalah sebesar 0,669 atau 0,670 yang berarti lebih besar dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa indikator yang digunakan penulis dalam penelitian reliabel dengan permasalahan penelitian.

TABEL 5
UJI RELIABILITAS VARIABEL LOYALITAS ANGGOTA

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,809	8

Sumber: Hasil Uji SPSS 22, 2021

Berdasarkan uji reliabilitas variabel loyalitas anggota pada Tabel 5 dapat diketahui, bahwa *cronbach's alpha* yang diperoleh adalah sebesar 0,809 yang berarti lebih besar dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa indikator yang digunakan penulis dalam penelitian reliabel dengan permasalahan penelitian.

Uji Asumsi Klasik

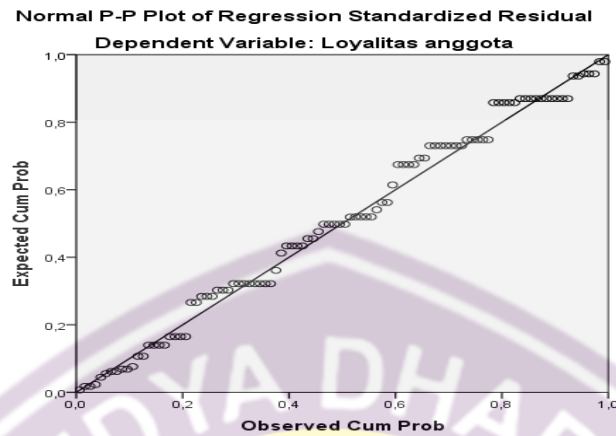
a. Uji Normalitas

Berdasarkan uji normalitas dengan menggunakan metode probability plot pada Gambar 2 dapat diketahui bahwa titik-titik tersebar mendekati sekitar garis diagonal. Sehingga dapat dikatakan bahwa data terdistribusi normal.

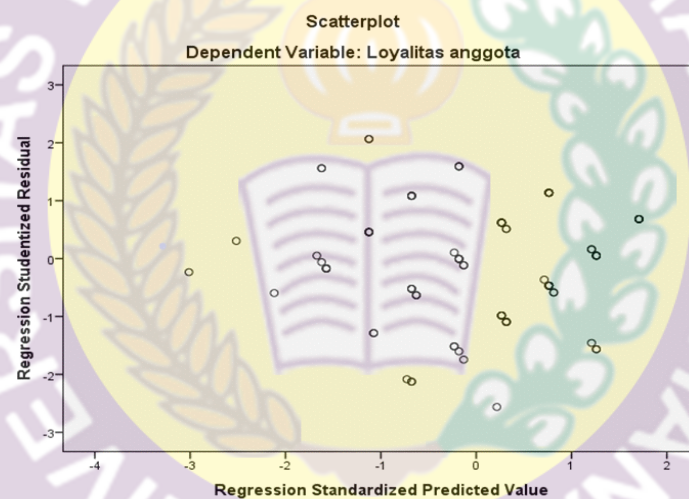
b. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan metode *scattplot* dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar dengan rata baik dari sisi kanan dan kiri 0

maupun sisi atas dan bawah 0. Jadi, dapat diartikan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

GAMBAR 2

Sumber: Hasil Uji SPSS 22, 2021

GAMBAR 3

Sumber: Hasil Uji SPSS 22, 2021

c. Uji Multikolinearitas

TABEL 6

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7,042	1,458		4,830	,000		
Kepuasan	,610	,068	,465	9,003	,000	,668	1,498
Switching barrier	,678	,063	,559	10,822	,000	,668	1,498

a. Dependent Variable: Loyalitas anggota

Sumber: Hasil Uji SPSS 22, 2021

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada Tabel 6 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* dari ketiga variabel independen lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10. Jadi, dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi masalah multikolinearitas.

d. Uji Linearitas

TABEL 7

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas anggota * Kepuasan	Between Groups	(Combined)	221,868	8	27,733	2,645	,012
		Linearity	75,564	1	75,564	7,206	,009
		Deviation from Linearity	146,303	7	20,900	1,993	,064
	Within Groups		954,322	91	10,487		
	Total		1176,190	99			

Sumber: Hasil Uji SPSS 22, 2021

Berdasarkan hasil uji linearitas pada Tabel 7 dapat diketahui bahwa nilai *deviation from linearity* pada variabel bebas (kepuasan, antusiasme dan *switching barrier*) dan variabel terikat (loyalitas anggota) adalah sebesar 0,064 yang dimana lebih besar dari 0,05 (sig. > 0,05) maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel bebas dan terikat tersebut dinyatakan linear.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Berdasarkan uji regresi linear sederhana pada Tabel 8 dapat diketahui bahwa nilai F hitung = 21,227 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 (sig. < 0,05), maka dengan kata lain ada pengaruh antara variabel bebas (kepuasan, antusiasme dan *switching barrier*) dengan variabel terikat (loyalitas anggota).

TABEL 8

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	469,060	3	156,353	21,227	,000 ^b
	Residual	707,130	96	7,366		
	Total	1176,190	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas anggota

b. Predictors: (Constant), Switching Barrier, Kepuasan, Antusiasme

Sumber: Hasil Uji SPSS 22, 2021

Uji Signifikan Individual (Uji-t)

TABEL 9
Uji-t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7,209	1,440		5,006	,000
Kepuasan	,610	,067	,464	9,122	,000
Antusiasme	,041	,021	,095	1,948	,054
Switching Barrier	,619	,069	,510	8,993	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas anggota

Sumber: Hasil Uji SPSS 22, 2021

Untuk mendapatkan t_{tabel} dapat dicari pada tabel statistik pada signifikansi 0,05 $df = n-k-1$ atau $df = 100-3-1 = 96$. Sehingga didapatlah r_{tabel} sebesar 1,985. Berdasarkan hasil uji signifikan individual (uji t) pada Tabel 3.41 dapat diketahui bahwa nilai signifikan untuk variabel kepuasan (X1) terhadap loyalitas anggota (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} 9,122 > r_{\text{tabel}} 1,985$ sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas anggota (Y). Kemudian dapat diketahui bahwa nilai signifikan untuk pengaruh antusiasme (X2) terhadap loyalitas anggota (Y) adalah sebesar $0,054 > 0,05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} 1,984 < r_{\text{tabel}} 1,985$ sehingga dapat disimpulkan bahwa antusiasme (X2) tidak berpengaruh terhadap loyalitas anggota (Y).

Selanjutnya berdasarkan hasil uji t pada Tabel 9 dapat diketahui bahwa nilai signifikan untuk pengaruh *switching barrier* (X3) terhadap loyalitas anggota (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} 8,993 > r_{\text{tabel}} 1,985$ sehingga dapat disimpulkan bahwa *switching barrier* (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas anggota (Y).

Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) dapat diketahui nilai R^2 (*adjusted R square*) adalah sebesar 0,829 atau 82,9 persen. Artinya kontribusi variabel kepuasan (X1), antusiasme (X2), dan *switching barrier* (X3) terhadap loyalitas anggota (Y) adalah sebesar 82,9 persen sisannya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

TABEL 10
Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,913 ^a	,834	,829	,621

a. Predictors: (Constant), Switching Barrier, Antusiasme, Kepuasan

Sumber: Hasil Uji SPSS 22, 2021

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis maka diperoleh kesimpulan mengenai permasalahan *Credit Union* Keluarga Kudus di Pontianak sebagai berikut:

Hasil pengujian secara parsial variabel kepuasan (X1) terhadap loyalitas anggota (Y) memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini dapat diketahui dari hasil uji t yang dimana nilai signifikan variabel kepuasan (X1) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 9,122 > r_{tabel} 1,985$. Kemudian hasil pengujian secara parsial untuk variabel antusiasme (X2) terhadap loyalitas anggota (Y) tidak memiliki pengaruh. Hal ini dapat diketahui dari hasil uji t yang dimana nilai signifikannya adalah sebesar $0,054 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 1,984 < r_{tabel} 1,985$. Selanjutnya hasil pengujian secara parsial variabel *switching barrier* (X3) terhadap loyalitas anggota (Y) memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini dapat diketahui dari hasil uji t yang dimana nilai signifikannya adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 8,993 > r_{tabel} 1,985$.

Adapun saran yang dapat diberikan penulis adalah dengan harapan *Credit Union* Keluarga Kudus dapat mempertahankan loyalitas anggota dengan membuat anggota puas sehingga anggota akan antusias dan tidak akan beralih ke CU lain. Contohnya dengan memberikan produk sesuai harapan anggota, memberikan produk yang bisa membantu permasalahan anggota. Kemudian *Credit Union* Keluarga Kudus di Pontianak harus mempertahankan dan lebih lagi meningkatkan komitmen, kepercayaan, dan kedisiplinan anggota.

DAFTAR PUSTAKA

Agatha Engel, Yohanes dan Susanto, Heru. *Pahlawan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2019.

Chang, William. *Metodologi Penulisan Ilmiah*. Jakarta: Erlangga, 2014.

- Ferdinand, Augusty. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi Ke-5. Semarang: Seri Pustaka Kunci, 2014
- Hill, Napoleon. *Think and Grow Rich*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2019.
- Hurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Cetakan Ke-4. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Noor, Zulki. *Manajemen Pemasaran Stratejik*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2012.
- Nuralam, Inggang Purwangsa. *Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen dalam Pemasaran Perbankan Syariah*. Cetakan Ke-1. Malang: UB Press, 2017.
- Priansa, Juni. *Perilaku Konsumen*. Cetakan Ke-1. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Setiawan, Supriadi. *Loyalitas Pelanggan Jasa: Studi Kasus Bagaimana Rumah Sakit Mengelola Loyalitas Pelanggannya*. Cetakan Ke-1. Bogor: IPB Press, 2011.
- Suryati, Lili. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Ke-1. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2015.
- Undang-Undang RI Nomor 25 Tahun 1992 tentang: Perkoperasian.
- Zalukhu, Eloy. *Sales Warrior: Using Rave Sales Principles*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015.
- Zulkarnain. *Entrepreneurial Marketing*. Cetakan Ke-1. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.