

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA PADA CU KHATULISTIWA BAKTI KP SUNGAI AMBAWANG KABUPATEN KUBU RAYA

Hendrikus

e-mail: heddrikuss28@gmail.com

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Widya Dharma Pontianak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap loyalitas anggota. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota *Credit Union* Khatulistiwa Bakti KP Sungai Ambawang di Kabupaten Kubu Raya. Pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling* sejumlah 117 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan metode wawancara, kuesioner dan studi dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu metode kausalitas dengan analisis statistik deskriptif, uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, korelasi dan koefisien determinasi serta uji hipotesis berupa uji F dan uji t dengan program SPSS 22. Hasil pengujian menunjukkan kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,573 yang menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap loyalitas anggota sebesar 57,30 persen.

KATA KUNCI: Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Anggota

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis di jasa keuangan terutama pada lembaga keuangan non bank seperti pegadaian, koperasi atau *Credit Union* (CU) dan lembaga investasi lainnya telah menimbulkan persaingan yang ketat antar lembaga keuangan non bank terutama CU. CU merupakan lembaga keuangan non bank yang bergerak pada bidang jasa keuangan untuk kesejahteraan anggotanya. CU akan berupaya memenuhi harapan anggota agar dapat meningkatkan keputusan menyimpan.

Kualitas pelayanan merupakan sebagai kegiatan yang diperlukan oleh calon anggota dan anggota CU untuk mendapatkan suatu keinginan atau kebutuhan, sehingga CU berusaha memberikan pelayanan yang terbaik. CU memberikan pelayanan yang baik jika mampu menyediakan produk atau jasa sesuai dengan keinginan calon anggota dan anggota, dan dilakukan dengan tindakan yaitu tindakan tidak berwujud dan mudah hilang, namun dapat dirasakan dan dapat diingat atau mampu melaksanakan tugas dengan efektif dan efisien.

Citra merek merupakan nama, istilah, simbol, desain dan kombinasinya, yang dimaksud untuk mengidentifikasi produk atau jasa dari CU untuk membedakan dari produk dan jasa pesaing. Citra merek mencerminkan perasaan yang dimiliki anggota CU dan bisnis tentang keseluruhan CU serta produk atau lini produk (Kotler dan Keller, 2016: Kenneth dan Donald, 2018). Citra merek adalah pengamatan dan kepercayaan yang dipegang anggota, seperti yang dicerminkan diasosiasi atau diingatan anggota. Citra merek mempunyai pengaruh dalam keputusan anggota. Beberapa faktor yang membentuk citra merek adalah *Economicfit* (Kesesuaian Ekonomi), *Symbolicfit* (Kesesuaian Simbolik), *Sensorfit* (Kesesuaian Perasaan), *Futuristicfit* (Kesesuaian Futuristic) dan *Tilitarianfit* (Kesesuaian Kegunaan).

Loyalitas adalah komitmen anggota untuk bertahan secara mendalam dengan bertransaksi kembali atas produk atau jasa. Anggota CU memiliki tingkat loyalitas yang berbeda-beda, hal ini berdasarkan pada tingkat objektifitas anggota masing-masing. Kotler & Keller (2016: 84) mengemukakan bahwa loyalitas merupakan kewajiban yang mengarahkan untuk menggunakan kembali produk atau jasa yang diprioritaskan, meskipun ada kegiatan pemasaran yang dapat mempengaruhi situasi atau menyebabkan pemasaran berpotensi menyebabkan perilaku beralih.

Data yang berfluktuasi menjadi salah satu masalah yang harus diselesaikan oleh pihak CU Khatulistiwa Bakti Pontianak agar dapat berkembang dengan baik. Maka hal ini membuat penulis tertarik meneliti lebih lanjut dan berdasarkan *research problems* penelitian dengan variabel yaitu kualitas pelayanan dan citra merek.

KAJIAN TEORITIS

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan memiliki fungsi untuk memberikan kepuasan sebesar mungkin kepada calon anggota dan anggota CU dengan dapat menerima dengan baik atau tidak setiap CU memiliki kewajiban untuk menjaga kepuasan tersebut sesuai dengan fungsi kualitas pelayanan. Fungsi kualitas pelayanan yaitu memberikan perasaan nyaman dan puas kepada calon anggota dan anggota CU. Dengan demikian calon anggota dan anggota CU akan memiliki rasa bahagia saat melakukan transaksi dan hal tersebut berdampak positif terhadap CU.

Menurut Parasuraman, (2013:32-69) indikator kualitas pelayanan terdiri dari:

1. Keandalan,
2. Daya tanggap,
3. Jaminan,
4. Empati,
5. Bukti fisik.

2. Citra Merek

Menurut Kotler dan Keller (2008: 346) citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh anggota CU seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori anggota. Citra merek merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan bentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Anggota yang memiliki citra yang positif terhadap merek, akan lebih memungkinkan untuk loyal

Indikator citra merek (David Aaker dan Alexander L Biel, 2010: 61), yaitu:

1. Citra pembuat,
2. Citra pemakai,
3. Citra produk.

3. Loyalitas Anggota

Rangkuti (2006: 3) mengatakan bahwa loyalitas merupakan gabungan antara proses intelektual atau emosional, antar anggota dengan CU. Jika yang didapat sudah sesuai dengan harapan, maka proses ini terus berulang. Griffin (2005: 5) menjelaskan bahwa loyalitas menunjukkan kondisi dari durasi waktu tertentu dan mensyaratkan bahwa tindakan terjadi tidak kurang dari dua kali. Loyalitas anggota sangat penting bagi CU untuk bertahan dari pesaing. Oleh karena itu kunci membangun loyalitas anggota bisa diupayakan dengan cara membangun hubungan yang baik, sehingga CU bisa memahami kebutuhan, keinginan dan harapan dari anggota.

Kesimpulan loyalitas anggota adalah bentuk kesetiaan anggota terhadap CU dengan melakukan transaksi secara berulang yaitu dengan melakukan menggunakan

produk atau jasa yang ditawarkan secara konsisten. Indikator loyalitas anggota (Mamang dan Sopiah, 2013: 115) yaitu:

1. Transaksi berulang,
2. Kebiasaan bertransaksi,
3. Rasa suka yang besar pada CU,
4. Keyakinan pada CU,
5. Merekomendasi kepada orang lain.

HIPOTESIS

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti terdahulu, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Anggota.

H₂: Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Anggota.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kausalitas dengan data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebar di CU Khatulistiwa Bakti KP Sungai Ambawang di Kabupaten Kubu Raya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota CU Khatulistiwa Bakti KP Sungai Ambawang di Kabupaten Kubu Raya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive sampling* dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 117 responden. Skala yang dipakai adalah *rating scale*, kuesioner disusun dengan menggunakan 10 alternatif jawaban, kemudian menghilangkan angka indeks dan rata-rata nilai indeks yang dikelompokkan menggunakan kriteria tiga kotak (*three-boxmethod*), maka rentang sebesar 90 akan dibagi tiga sehingga menghasilkan rentang sebesar 30 yang digunakan sebagai alat ukur dalam nilai indeks, yaitu: (tinggi/sangat setuju) dengan nilai 70,01-100 (sedang/netral) dengan nilai 40,01-70,00 (rendah/sangat tidak setuju) dengan nilai 10,00-40,00. Pengujian instrumen dengan uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, korelasi dan koefisien determinasi serta uji hipotesis berupa uji F dan uji t dengan program SPSS 22.

PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

TABEL 1
CU KHATULISTIWA BAKTI KP SUNGAI
AMBAWANG KABUPATEN KUBU RAYA
UJI VALIDITAS

Variabel	Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0.591	0,180	VALID
	X1.2	0.734	0,180	VALID
	X1.3	0.782	0,180	VALID
	X1.4	0.738	0,180	VALID
	X1.5	0.623	0,180	VALID
Citra Merek (X2)	X2.1	0.864	0,180	VALID
	X2.2	0.666	0,180	VALID
	X2.3	0.851	0,180	VALID
Loyalitas Anggota (Y)	Y1	0.735	0,180	VALID
	Y2	0.880	0,180	VALID
	Y3	0.728	0,180	VALID
	Y4	0.869	0,180	VALID
	Y5	0.712	0,180	VALID

Sumber: Data olahan, 2022

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa semua data dan jawaban responden pada indikator variabel kualitas pelayanan, citra merek dan loyalitas anggota dalam pengujian validitas dinyatakan valid karena pada perhitungan r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sebesar 0,180.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Koefisien reliabilitas dikatakan *reliabel* dengan melihat *Alpha Cronbach*, dimana apabila *alpha* hitung lebih besar dari 0,70.

TABEL 2
CU KHATULISTIWA BAKTI KP SUNGAI
AMBAWANG KABUPATEN KUBU RAYA
UJI RELIABILITAS

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Koefisien Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,710	0,70	<i>Reliabel</i>
Citra Merek (X2)	0,709	0,70	<i>Reliabel</i>
Loyalitas Anggota (Y)	0,847	0,70	<i>Reliabel</i>

Sumber: Data olahan, 2022

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 2, menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel. Hal ini dapat dilihat dari

hasil *Alpa Cronbach* yang dihasilkan dari masing-masing variabel berada diatas nilai yang disarankan yaitu sebesar 0,70, sehingga analisis tersebut dapat dilanjutkan pada pengujian selanjutnya dan dapat dipercaya sebagai alat ukur data penelitian.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

TABEL 3
CU KHATULISTIWA BAKTI KP SUNGAI
AMBAWANG KABUPATEN KUBU RAYA
UJI NORMALITAS ONE-SAMPLE KOLMOGOROV-SMIRNOV TEST

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		117
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2,31636696
Most Extreme Differences	Absolute	.094
	Positive	.089
	Negative	-.094
Test Statistic		.094
Asymp. Sig. (2-tailed)		.014 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)		.244 ^d
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data olahan, 2022

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa nilai signifikansi (*2-tailed*) adalah 0,244 lebih besar dari 0,05 dan dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

TABEL 4
CU KHATULISTIWA BAKTI KP SUNGAI AMBAWANG KABUPATEN
KUBU RAYA
UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,042	3,201		,326	,745		
	Kualitas Pelayanan	,249	,078	,195	3,185	,002	,999	1,001
	Citra Merek	1,208	,102	,726	11,865	,000	,999	1,001

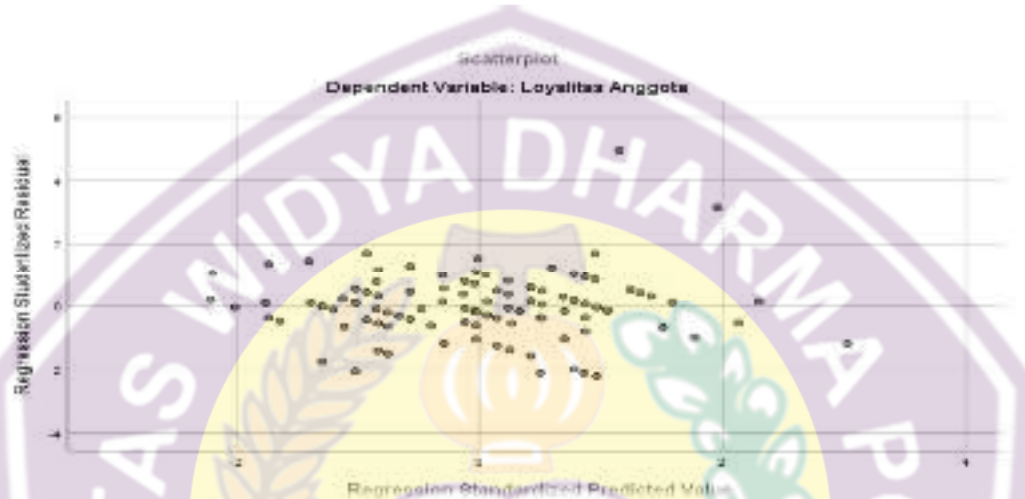
a. Dependent Variable: Loyalitas Anggota

Sumber: Data olahan, 2022

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada Tabel 4 menunjukkan bahwa variabel citra lembaga dalam model regresi di atas terjadi hubungan yang sempurna antar variabel karena $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,1$.

c. Uji Heteroskedastisitas

TABEL 5
CU KHATULISTIWA BAKTI KP SUNGAI AMBAWANG
KABUPATEN KUBU RAYA
UJI HETEROSKEDASTISITAS



Sumber: Data olahan, 2022

Berdasarkan Tabel 5, Berdasarkan hasil pengolahan data diatas dengan menggunakan SPSS 22 *for windows* didapatkan titik-titik menyebar di atas sumbu Y, dan tidak mempunyai pola yang teratur, jadi kesimpulan variabel bebas tidak terjadi heteroskedastisitas atau bersifat homoskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

TABEL 6
CU KHATULISTIWA BAKTI KP SUNGAI AMBAWANG
KABUPATEN KUBU RAYA
UJI AUTOKORELASI

Model Summary ^b									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,757	,573	,566	2,337	,573	76,629	2	114	,000
a. Predictors: (Constant), Citra merek, Kualitas pelayanan									
b. Dependent Variabel: Loyalitas Anggota									

Sumber: Data olahan, 2022

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa hasil pengujian koefisien korelasi pada *Credit Union* Khatulistiwa Bakti KP Sungai Ambawang di Kabupaten Kubu Raya diperoleh nilai R sebesar 0,757.

e. Uji Koefisien Korelasi

TABEL 7
CU KHATULISTIWA BAKTI KP SUNGAI AMBAWANG
KABUPATEN KUBU RAYA
HASIL UJI KOEFISIEN KORELASI

Model Summary ^b									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,757	,573	,566	2,337	,573	76,629	2	114	,000

a. Predictors: (Constant), Citra merek, Kualitas pelayanan
b. Dependent Variabel: Loyalitas Anggota

Sumber: Data Olahan SPSS 22,2022

Berdasarkan tabel 7 dapat dilihat bahwa hasil pengujian koefisien korelasi pada CU Khatulistiwa Bakti KP Sungai Ambawang di Kabupaten Kubu Raya diperoleh nilai R sebesar 0,757.

f. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

TABEL 8
CU KHATULISTIWA BAKTI KP SUNGAI AMBAWANG
KABUPATEN KUBU RAYA
UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.757 ^a	.573	.566	2,337

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Citra Merek

Sumber: Data olahan, 2022

Berdasarkan tabel 8 dapat dilihat besarnya hubungan antara kualitas pelayanan dan citra merek terhadap loyalitas anggota pada *Credit Union* Khatulistiwa Bakti KP Sungai Ambawang yang dihitung dengan koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0,573 yang ditunjukkan oleh kolom *R Square*

g. Analisis regresi Berganda

TABEL 9
CU KHATULISTIWA BAKTI KP SUNGAI AMBAWANG
KABUPATEN KUBU RAYA
UJI REGRESI BERGANDA
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,042	3,201		,326	,745
	Kualitas Pelayanan	,249	,078	,195	3,185	,002
	Citra Merek	1,208	,102	,726	11,865	,000

Sumber: Data olahan, 2022

Dari Tabel 9 dapat diketahui bahwa hasil pengujian yang telah diperoleh, dapat disusun dalam bentuk persamaan regresi linear berganda yaitu:

$$Y = 0,249X_1 + 1,208X_2$$

Berdasarkan persamaan tersebut hasil penilaian terhadap persamaan regresi linear berganda adalah kualitas pelayanan mempunyai nilai 0,249 dan citra merek mempunyai nilai 1,208 maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel berpengaruh positif terhadap loyalitas anggota

h. Uji F

TABEL 10
CU KHATULISTIWA BAKTI KP SUNGAI AMBAWANG
KABUPATEN KUBU RAYA
UJI F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	836,741	2	418,370	76,629	,000 ^b
	Residual	622,404	114	5,460		
	Total	1459,145	116			

a. Dependent Variable: Loyalitas Anggota

b. Predictors: (Constant), Citra Merek, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data olahan, 2022

Berdasarkan Tabel 10 dapat diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 76,629 dengan menggunakan taraf kesalahan sebesar lima persen ($\alpha = 0,05$), maka didapatkan F_{tabel} sebesar 5,460. Nilai F_{hitung} (76,629) lebih besar dari F_{tabel} (5,460) serta hasil uji F simultan menunjukkan Sig. F sebesar 0,000 yang mana lebih kecil dari 0,05. Hal ini mempunyai arti bahwa model regresi tersebut layak terhadap persamaan regresi variabel bebas terhadap variabel terikat.

i. Uji t

TABEL 11
CU KHATULISTIWA BAKTI KP SUNGAI AMBAWANG
KABUPATEN KUBU RAYA
UJI t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,042	3,201		,326	,745
	Kualitas Pelayanan	,249	,078	,195	3,185	,002
	Citra Merek	1,208	,102	,726	11,865	,000

Sumber: Data olahan, 2022

Berdasarkan Tabel 11 diatas dapat disimpulkan, pengujian kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota diketahui nilai t_{hitung} yang diperoleh adalah 3,185 dan t_{tabel} sebesar 1,676 sehingga t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,185 > 1,676$), maka H_0 ditolak, H_a diterima

Selanjutnya pengujian hipotesis kedua pengujian citra merek terhadap loyalitas anggota nilai t_{hitung} yang diperoleh adalah 2,181 dan t_{tabel} sebesar 1,655 sehingga t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($11,865 > 1,676$), maka H_0 ditolak, H_a diterima.

PENUTUP

Berdasarkan uraian pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan dari hasil pengujian bahwa kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota. Bagi penelitian selanjutnya penelitian ini memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang berhubungan kualitas pelayanan dan citra merek terhadap loyalitas anggota pada *Credit Union Khatulistiwa Bakti KP Sungai Ambawang* di Kabupaten Kubu Raya dalam hal ini diharapkan memberikan informasi dan manfaat bagi penelitian selanjutnya agar mampu melakukan penelitian yang lebih baik dari penelitian sebelumnya.

DAFTAR PUSAKA

- Aaker, David, A. dan Alexander, L. Biel, 2009, *Brand Equality and Advertising: Advertising Role In Building Strong Brand*, Lawrence Elbaym Associates, Inc., Hillsdale
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologi ke Arah Ragam Varian Kontemporer*, edisi pertama. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008.

- Chusnul Rofiah¹, Dwi Wahyuni². Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang, 2017.
- Endah Irjayanti, Johny Revo Elia Tampi, Danny David Samuel Mukuan. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Klinik Esther House of Beauty Manado (Studi Kasus Pada Pelanggan Klinik Esther House of Beauty Manado, 2017).
- Erni Setyowati¹ dan Wiyadi². Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemeditasi: Universitas Muhammadiyah, 2016.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin (2009) dalam Priansa (2017), *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Yogyakarta: Alfabeta, 2017), 220
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Handoko, T. Hani. 2016. *Manajemen edisi kedua*. Yogyakarta :BPFE-Yogyakarta
- Hardiyansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik Konsep,Dimensi,Indikator dan Implementasinya*. Yogyakarta: Gava Media
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., dan Armstrong. *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 2* Pernhallindo. Jakarta. 2005.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Alih Bahasa: Benyamin Molan*.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallinho. 2002.
- Lovelock, C and Wirtz, J. (2004). *“Services Marketing”*, Fifth Edition, Prentice Hall, New Jersey.
- Mamang, Etta Sangdji dan Sopiah (2013). *Perilaku Konsumen*. Edisi ke-1. Yogyakarta: Andi Offset.
- Manajemen Pemasaran*. Edisi Dua belas. Jilid 2. Cetakan Kedua. PT. Indeks. Jakarta, 2008.
- Munaldus, Yuspita Karlana dan Herlina. 2014. *Kiat Mengelola Credit Union*. Jakarta: Media Komputindo.
- Priansa, Juni Donni. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan BisnisKotemporer*. Bandung: Alfabeta
- Rangkuti, Freddy. 2003. *Measuring Costumer Satisfaction*. PT. Elex Media Computindo.

- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, J. Nugroho, dalam Edi Cahyono. 2003. *Prilaku Konsumen: Konsep Dan Implikasi Untuk dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Perdana Media.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sugiyono. *Metodologi Pendidikan: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sunyoto, Danang. *Uji Khi Kuadrat dan Regresi*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Tias Widiaswara, Sutopo 1. Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening 2017.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andy.
- Umar, Husein. 2000. *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Widiyanti, Ninik, dan Y. W. Sunindhia. *Koperasi dan Perekonomian Indonesia*, edisi kelima. Jakarta: Rineka Cipta, 2008.
- Wijaya, Tony. *Metodelogi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.