

## PENGARUH VARIASI PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAPUR PANDHAWA

Maichael

Jurusan Manajemen Bisnis, Universitas Ciputra  
E-mail: maikel.khoe@gmail.com

**Abstract:** *The purpose of this research is to find out the effect of product variety and service quality towards customer satisfaction at Dapur Pandhawa. This research is focused on Universitas Ciputra inhabitants in which Dapur Pandhawa operates. The sample that is researched in this researched is totally 95 people. Data collection method uses questionnaire method. Independent variable that is researched are product variety and service quality, whereas dependent variable in this researched is customer satisfaction. It is concluded in this researched that service quality influences significantly towards customer satisfaction with sig. value  $< 0,05$ . Another conclusion from this researched is that product variety doesn't influence significantly towards customer satisfaction with sig. value  $> 0,05$ .*

**Keywords:** *product variants, service quality, customer satisfaction, restaurant, food and beverage*

**Abstrak:** *Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh variasi produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Dapur Pandhawa. Penelitian ini berfokus pada penduduk Universitas Ciputra, dimana Dapur Pandhawa beroperasi. Sampel yang diteliti pada penelitian ini berjumlah 95 orang. Metode pengumpulan data menggunakan metode kuisioner, dan analisis data menggunakan metode regresi linier berganda. Variabel bebas yang diteliti adalah variasi produk dan kualitas layanan, sedangkan variabel terikat pada penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Penelitian ini berkesimpulan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan hasil sig.  $< 0,05$ . Kesimpulan lain dari penelitian ini adalah variasi produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai sig.  $> 0,05$ .*

**Kata kunci:** *variasi produk, kualitas layanan, kepuasan konsumen, restoran, makanan dan minuman.*

### PENDAHULUAN

Bisnis kuliner adalah salah satu bisnis yang berkembang di Indonesia belakangan ini. Fakta menarik dari bisnis kuliner ini adalah, ternyata bisnis kuliner juga menyumbang angka yang signifikan pada pendapatan per provinsi di Indonesia, serta membantu penyerapan tenaga kerja dengan rata-rata 28 orang per rumah makan (BPS 2012). Terhitung jumlah restoran startup tahun 2009 – 2012 sebesar 8,59% (BPS 2012). Struktur PDB triwulan II-2014, restoran menyumbang angka 14,61% (BPS 2015). Melihat data di atas, dapat dikatakan bisnis kuliner adalah salah satu pilar perekonomian Indonesia. Tren kuliner di Indonesia juga semakin berkembang, ditandai dengan munculnya berbagai makanan yang variatif, unik, dan adanya tempat-tempat wisata kuliner. Perkembangan tren kuliner di Indonesia dapat dikatakan pesat.

Dapur Pandhawa adalah bisnis yang bergerak dibidang kuliner dengan menyajikan makanan tradisional Indonesia. Visi dan Misi Dapur Pandhawa adalah Dapur Pandhawa ingin mengenalkan makanan nusantara Indonesia secara global. Terhitung sejak hari berdirinya bisnis ini, Dapur Pandhawa telah memiliki 2 cabang yang berada di Surabaya. Cabang pertama telah berdiri sejak tahun 2014 yang

berada di UC Walk Universitas Ciputra. Terhitung mulai tahun 2015, cabang kedua dari Dapur Pandhawa telah dibuka yang berlokasi di Manukan, Surabaya. Stan pertama Dapur Pandhawa yang terletak di UC Walk berdiri pada pertengahan tahun 2014. Dapur Pandhawa berkolaborasi dengan D'Mandailing Cafe. Tahun 2016, Dapur Pandhawa tidak lagi berkolaborasi dengan D'mandailing cafe, dan merelokasi stan ke stan yang lebih besar sebesar 40 m<sup>2</sup>.

Putusnya kontrak dengan D'Mandailing Cafe, membuat Dapur Pandhawa lebih leluasa untuk berkreasi. Terhitung sejak relokasi stan, Dapur Pandhawa menawarkan 13 makanan utama, 1 makanan ringan, dan 10 varian minuman. Dapur Pandhawa pernah beberapa kali mengalami masalah mengenai produk. Mengingat adanya kontrak dengan D'Mandailing Cafe, Dapur Pandhawa kurang mampu memuaskan pasar dengan produk yang variatif. Diharapkan dengan adanya relokasi stan ini, Dapur Pandhawa mampu menawarkan kepuasan kepada konsumen secara maksimal.

Variasi produk adalah hal yang penting untuk diperhatikan pelaku bisnis. Hal ini bertujuan untuk dapat mengantisipasi titik jenuh pasar akan suatu produk. Menurut Spark dan Legault (dalam Budi *et al*, 2016) variasi produk adalah jenis produk yang tersedia. Setiap konsumen tentu memiliki selera yang berbeda-beda. Diharapkan dengan adanya variasi produk akan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk memutuskan konsumsinya. Hal yang tidak kalah penting untuk diperhatikan bagi pelaku bisnis kuliner adalah permasalahan kualitas pelayanan yang diberikan. Kualitas layanan ini penting untuk mendapatkan kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen suatu usaha. Menurut Delafrozz *et al*, (dalam Muslichati dan Wartini, 2015:343) menyatakan bahwa kunci kesuksesan suatu bisnis adalah kepuasan konsumen, karena tidak ada bisnis yang dapat berkembang tanpa memperhatikan kepuasan konsumen. Maka dari itu, pelaku bisnis harus memberikan kesan yang baik dalam segi produk maupun layanan agar kepuasan konsumen dapat didapatkan dan menjadi pertimbangan keputusan konsumsi sekarang dan di masa mendatang. Kepuasan konsumen menurut Kotler (dalam Sangadji dan Sopiah, 2013:181) adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipresepsikan sesuai dengan harapan pembeli.

## **LANDASAN TEORI**

### **Variasi Produk**

Kotler (dalam Anggraeni *et al*, 2016) keanekaragaman produk adalah kumpulan produk yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen. Asep (dalam Anggreani *et al*, 2016) mengatakan bahwa keanekaragaman produk adalah dimana barang dalam jumlah dan jenis yang sangat variatif, sehingga memberikan konsumen proses belajar dan pilihan konsumsi. Menurut Kotler (dalam Budi *et al*, 2016), variasi produk adalah hal tersendiri dalam suatu produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan dan ciri-ciri.

### **Kualitas Layanan**

Menurut Essiam (dalam Muslichati dan Wartini, 2015:342) kualitas layanan adalah sesuatu yang diterima dan dirasakan oleh konsumen atas pelayanan yang diberikan perusahaan, karena adanya perbedaan pengetahuan dari konsumen maka konsumen dapat menilai kinerja dari karyawan dalam memberikan pelayanan. Menurut Supriyanto & Soesanto (dalam Muslichati dan Wartini, 2015:342) bahwa peningkatan sarana dan prasarana perusahaan diperlukan untuk memberikan pelayanan yang lebih berkualitas.

Menurut Chandra dan Tjiptono (2012:75) terdapat 5 indikator yang mencerminkan kualitas layanan, yaitu:

- Kemampuan memenuhi pelayanan yang dijanjikan secara terpercaya (Reliabilitas)
- Kemauan membantu konsumen dan melayani dengan tepat (Responsivitas)

- Kemampuan pegawai untuk menerima kepercayaan konsumen (Jaminan)
- Perhatian dari pelayan untuk konsumen (Empati)
- Tersedianya fasilitas fisik, peralatan (Bukti fisik)

### Kepuasan Konsumen

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:180) kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang terhadap kinerja produk aktual dengan kinerja produk yang diharapkan. Sedangkan menurut Zeithaml dan Bitner dalam (Sangadji dan Sopiah, 2013:180) konsumen yang merasa puas akan menggunakan kembali produk yang sama. Menurut Kotler (dalam Sangadji dan Sopiah, 2013:181) kepuasan adalah bagaimana produk dipresepsikan sesuai dengan harapan konsumen. Menurut Kivetz dan Simonson (dalam Sangadji dan Sopiah, 2013:182) kepuasan konsumen dapat menjalin hubungan yang harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar untuk pembelian ulang, terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk rekomendasi untuk koneksinya.

## METODOLOGI PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:288) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang lebih berdasarkan pada data yang dapat dihitung untuk menghasilkan suatu penafsiran.

### Populasi dan Sampel

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:309) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Pada penelitian kali ini populasi yang akan diteliti adalah konsumen Dapur Pandhawa. Populasi dari penelitian akan mencakup rata-rata kedatangan konsumen Dapur Pandhawa per hari bulan Agustus hingga September yang berjumlah 50 orang, dan 1000 per bulannya.

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:310) Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang akan diteliti. Sampel yang diteliti pada penelitian adalah 95 orang.

### Teknik Pengumpulan Data

#### Kuisisioner

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:302) pengumpulan data penelitian pada kondisi tertentu mungkin tidak memerlukan kehadiran peneliti. Pertanyaan peneliti dan jawaban responden dapat dikemukakan secara tertulis melalui kuisisioner. Teknik ini memberikan tanggung jawab kepada responden untuk membaca dan menjawab pertanyaan. Kuisisioner dapat didistribusikan dengan dua cara, yaitu secara personal dan lewat pos.

### Definisi Operasional

Variabel	Indikator
Variasi produk ( $X_1$ ) Kotler (dalam Anggraeni <i>et al</i> , 2016) keanekaragaman produk adalah kumpulan produk yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kelengkapan produk yang dijual.</li><li>• Variasi produk.</li><li>• Ketersediaan produk yang dijual.</li><li>• Macam merk yang tersedia. (Minarsih <i>et al</i>, 2016).</li></ul>
Kualitas layanan ( $X_2$ ) Menurut Essiam (dalam Muslichati dan Wartini, 2015:342) kualitas layanan dapat dijelaskan segala sesuatu yang diterima atau yang dirasakan oleh konsumen atas pelayanan yang diberikan perusahaan	<ul style="list-style-type: none"><li>• Reliabilitas.</li><li>• Responsivitas.</li><li>• Jaminan.</li><li>• Empati.</li><li>• Bukti fisik.</li></ul> Chandra dan Tjiptono (2012:75).

Kepuasan pelanggan (Y) Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:180) kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang terhadap kinerja produk aktual dengan kinerja produk yang diharapkan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesesuaian harapan.</li> <li>• Konsumen merasa puas.</li> <li>• Niat pembelian ulang konsumen.</li> <li>• Konsumen berniat merekomendasikan ke relasi.</li> <li>• Konsumen membawa relasi saat pembelian ulang.</li> <li>• Secara keseluruhan konsumen puas. (Sugianto dan Sugiharto 2013.)</li> </ul>
--	---

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut Nasution (dalam Mustafidah dan Taniredja 2012:43) suatu alat pengukur dikatakan reliabel jika alat ukur tersebut dapat menunjukkan hasil yang sama untuk mengukur suatu gejala pada waktu berlainan. Menurut Ghozali, (dalam Hasiolan et al, 2014:8) kriteria uji reliabilitas menggunakan formula Cronbach's Alpha, secara umum dianggap reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,6.

Menurut Arikunto (dalam Mustafidah dan Taniredja, 2012:42), validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrumen. Secara mendasar, validitas adalah keadaan yang menggambarkan tingkat instrumen yang bersangkutan mampu mengukur apa yang akan diukur. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila nilai signifikansi  $\geq 0,05$  (Priyatno, 2013:17).

Indikator	Sig 2 Tailed	Kesimpulan	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
X <sub>1.1</sub>	0,000	Valid	0,728	Reliabel
X <sub>1.2</sub>	0,000	Valid		Reliabel
X <sub>1.3</sub>	0,000	Valid		Reliabel
X <sub>1.4</sub>	0,000	Valid		Reliabel
X <sub>2.1</sub>	0,000	Valid	0,772	Reliabel
X <sub>2.2</sub>	0,000	Valid		Reliabel
X <sub>2.3</sub>	0,000	Valid		Reliabel
X <sub>2.4</sub>	0,000	Valid		Reliabel
X <sub>2.5</sub>	0,000	Valid		Reliabel
X <sub>2.6</sub>	0,000	Valid		Reliabel
Y <sub>1.1</sub>	0,000	Valid	0,619	Reliabel
Y <sub>1.2</sub>	0,000	Valid		Reliabel
Y <sub>1.3</sub>	0,000	Valid		Reliabel
Y <sub>1.4</sub>	0,000	Valid		Reliabel
Y <sub>1.5</sub>	0,000	Valid		Reliabel

### Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Priyatno (2013:47) analisis ini untuk meramalkan variabel dependen jika variabel independen dinaikan atau diturunkan. Berikut persamaan analisis regresi linier berganda :

$$Y' = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.591	.290		5.479	.000
1 variasi_produk	.129	.069	.158	1.868	.065
kualitas_layanan	.490	.069	.603	7.130	.000

Didapatkan persamaan untuk regresi linier berganda sebagai berikut,

$$Y = 1,591 + 0,129X_1 + 0,490X_2$$

Arti dari persamaan ini adalah, jika Dapur Pandhawa tidak memiliki variasi produk dan tidak memberikan kualitas layana, kepuasan konsumen akan bernilai 1,591 satuan. sedangkan, jika Dapur Pandhawa memberikan 1 variasi produk untuk konsumennya, maka kepuasan konsumen akan bertambah senilai 0,129 satuan. begitu juga dengan kualitas layanan, jika Dapur Pandhawa memberikan layanan berkualitas 1 satuan, maka kepuasan konsumen Dapur Pandhawa akan bertambah 0,490 satuan.

### Uji F dan Uji t

Menurut Priyatno (2013:48) uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen, apakah berpengaruh signifikan aatau tidak. Dapat diketahui bahwa F hitung > F tabel maka hipotesis nol ditolak, dan begitu pula sebaliknya.

Uji t untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara pasrial terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Jika t hitung  $\leq$  t kritis (0,05), maka H0 diterima, dan sebaliknya. Priyatno (2013:51).

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.918	2	3.959	41.432	.000 <sup>b</sup>
	Residual	8.792	92	.096		
	Total	16.710	94			

Coefficient

Model		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Beta		
1	(Constant)		5.479	.000
	variasi_produk	.158	1.868	.065
	kualitas_layanan	.603	7.130	.000

Dari perhitungan SPSS, didapatkan uji F memiliki nilai sig. kurang dari 0,05. Artinya secara bersama-sama variabel variasi produk dan kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Dapur Pandhawa.

Perhitungan SPSS untuk uji t menghasilkan nilai sig. dari variasi produk adalah 0,065 dan nilai sig. dari kualitas layanan adalah 0,000. Artinya, secara parsial variasi produk tidak mempengaruhi kepuasan konsumen Dapur Pandhawa, sedangkan kualitas layanan secara parsial mempengaruhi kepuasan konsumen Dapur Pandhawa. Setelah penelitian lebih lanjut, variasi produk pada Dapur Pandhawa ini tidak berpengaruh dikarenakan konsumen lebih memilih produk menu andalan Dapur Pandhawa untuk dikonsumsi (nasi kuning cakalang, nasi kuning rendang, dll). Menu andalan tersebut dapat dijangkau konsumen, bahkan sebelum Dapur Pandhawa yang baru dibuka. Secara tidak langsung, positioning Dapur Pandhawa dibenak konsumen telah menjadi sebuah rumah makan yang menyajikan nasi kuning sebagai menu andalannya. Maka dari itu, variasi menu yang ditawarkan seperti nasi rawon, nasi goreng, dll kurang diminati oleh konsumen, karena konsumen lebih cenderung memilih menu andalan Dapur Pandhawa yang identik dengan nasi kuning

Analisa yang dilakukan penulis untuk menemukan jawaban dari fenomena ini adalah dengan melakukan pengecekan hasil penjualan bulan September, data tersebut menyatakan produk yang terjual selama sebulan adalah mayoritas dari konsumen Dapur Pandhawa memilih menu andalan dari Dapur Pandhawa, yaitu sebesar 87%. Menu lain diluar menu nasi kuning andalan Dapur Pandhawa dikonsumsi sebesar 13% selama sebulan beroperasi.

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

Menurut Hasiolan *et al* (2014:9) uji normalitas maksudnya untuk mengetahui bagaimana distribusi residual. Uji ini melihat nilai dari signifikansi variabel. Uji ini dilakukan dengan uji *Kolmogorov Smirnov*, residual dikatakan normal jika  $\text{sig.} > 0,05$ . Hasil perhitungan menunjukkan nilai sig. 0,632 yang artinya distribusi residual normal.

### Uji Multikolinieritas

Menurut Haryono *et al* (2016) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinearitas. Untuk mengetahui multikolinieritas antar variabel, dapat dilihat dari variance inflation factor (VIF), jika nilai VIF  $< 10$ , maka tidak terdapat multikolinieritas. Nilai VIF kedua variabel adalah 1,251, yang artinya tidak terjadi gejala multikolinieritas.

### Uji Heterokedastisitas

Menurut Hasiolan *et al* (2014:9), Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual. jika varian berbeda disebut heteroskedasitas. Sulyanto, (dalam Mekel *et al*, 2014:1230) untuk mendeteksi gejala heteroskedastisitas, metode yang dapat digunakan seperti metode rank spearman. Jika nilai sig.  $> 0,05$ , maka dapat dipastikan model tidak mengandung unsur heteroskedastisitas. Nilai sig. untuk variabel variasi produk adalah 0,490 dan kualitas layanan adalah 0,235, yang artinya tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

### Uji Linieritas

Menurut Hasiolan *et al* (2014:9) uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Hubungan linier antara dua variabel tidak tercipta bila signifikansi kurang dari 0,05. Nilai sig. perhitungan SPSS menunjukkan nilai 0,000 yang artinya tidak adanya hubungan linier antara 2 variabel tersebut.

### Uji Autokorelasi

Uji Asumsi Klasik		
Uji	Ketentuan lolos uji	Hasil perhitungan
Uji Multikolinieritas	VIF $< 10$	Variasi Produk VIF = 1,251 Kualitas Layanan VIF = 1,251
Uji Heterokedastisitas	Sig. $> 0,05$	Variasi Produk Sig. 0,490 Kualitas Layanan Sig. 0,235
Uji Normalitas	<i>Kolmogorov Smirnov Test</i> , Sig $> 0,05$	Sig. 0,632
Uji Autokorelasi	$dU < d < 4-dU$ ( $dU = 1,7091$ )	$d = 1,847$
Uji Linieritas	Sig. $< 0,05$	Sig. 0,000

Menurut Prayitno (2013:61) autokolerasi adalah keadaan dimana terjadinya kolerasi dari residual untuk pengamatan satu dengan pengamatan lain yang disusun menurut runtun waktu. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah autokolerasi. Untuk melakukan tes ini, digunakan uji *Dubin-Watson*, dengan kriteria lolos uji  $dU < d < 4-dU$ .  $dU$  penelitian kali ini adalah 1,791 (2 variabel dengan 95 sampel), nilai  $d$  perhitungan SPSS adalah 1,874 yang artinya tidak adanya gejala autokorelasi.

Menurut Prayitno (2013:61) autokolerasi adalah keadaan dimana terjadinya kolerasi dari residual untuk pengamatan satu dengan pengamatan lain yang disusun menurut runtun waktu. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah autokolerasi. Untuk melakukan tes ini, digunakan uji *Dubin-*

Watson, dengan kriteria lolos uji  $dU < d < 4-dU$ .  $dU$  penelitian kali ini adalah 1,791 (2 variabel dengan 95 sampel), nilai  $d$  perhitungan SPSS adalah 1,874 yang artinya tidak adanya gejala autokorelasi.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Penelitian ini berfokus pada variasi produk dan kualitas layanan yang menjadi acuan untuk menciptakan kepuasan bagi konsumen Dapur Pandhawa, penelitian ini berkesimpulan sebagai berikut,

1. Variasi Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Dapur Pandhawa. Hal ini dikarenakan secara tidak langsung, Positioning Dapur Pandhawa adalah rumah makan yang menyajikan makanan spesial nasi kuning. Maka dari itu, menu-menu tambahan diluar nasi kuning kurang diminati konsumen.. Maka dari itu, menu-menu tambahan diluar nasi kuning kurang diminati konsumen. (Uji t, nilai Sig. > 0,05)
2. Kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Dapur Pandhawa.(Uji t nilai Sig. < 0,05)

### **Keterbatasan dan Saran**

Sampel penelitian hanya menggunakan perusahaan Dapur Pandhawa dengan menggunakan metodapurposeful sampling, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasi secara luas untuk setiap perusahaan di Indonesia. Penelitian selanjutnya diharapkan bisa menggunakan semua sektor dan menambah tahun pengamatan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, J., *et al* (2016). Pengaruh keanekaragaman produk, kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap impulse buying di butik cassanova Semarang, *Journal Of Management, Volume 2 No.2*.
- Budi, L., *et al* (2016). Analisis pengaruh variasi produk, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen pada konsumen pada Indonesian Coffeeshop Semarang, *Journal Of Management, Volume 2 No.2*.
- Badan Pusat Statistik Indonesia 2012, Statistik restoran / rumah makan 2012, *Katalog BPS No. 8204004*.  
Badan Pusat Statistik Indonesia. 2016. Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan II/2014 mencapai 5,12 Persen. Diakses 7 September 2016, dari <https://www.bps.go.id/Brs/view/id/224>.
- Chandra,G.,Tjiptono,F.(2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Fathoni,A., *et al* (2016). Pengaruh citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada PT Pelabuhan Indonesia III Semarang, *Journal Of Management, Volume 2 No. 2*.
- Haryono, T.A., *et al* (2016). Analisis Pengaruh Brand Equity, Kualitas Pelayanan, dan Word Of Mouth Positif Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening, *Journal Of Management, Volume 2 No.2*
- Hasiolan, L.B., *et al* (2014). Pengaruh produk, harga dan promositerhadap keputusan konsumen dalam membeli rumah pada perumahan BSB City Semarang, *Jurnal Skripsi Ekonomi Manajemen*.
- Kannan, R., Duke T. (2015).Linkage Between Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: A Study in Luxury Hotels in Bangalore, India, *Global Journal For Reasearch Analysis*.
- Mekel, P., *et al* (2014) Pencitraan merk, penetapan harga dan inovasi produk pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen dalam membeli mobil toyota avanza di kota Manado, *Jurnal EMBA*.
- Minarsih, M.M, *et al* (2016) Analisis Pengaruh Letak, Variasi Produk dan Lingkungan Fisik Terhadap Loyalitas Konsumen, *Journal Of Management Volume 2 No. 2*.
- Muslichati, E., (2015) Pengaruh Kualitas Layanan Dan Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Sakit Buah Hati Kudus., *Management Analysis Journal 4*, (341-347).
- Priyatno, D. (2013). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta:Gavamedia.
- Sopiah, Sangdji. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta:Andi.
- Sugianto, J., Sugiharto, S., (2013) Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality, dan Price Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 1 No. 2*.
- Taniredja, Mustafidah. (2012). *Penelitian Kuantitatif*. Bandung:Alfabeta.
- Utami, B., (2015) Pengaruh Inovasi Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening, *Management Analysis Journal 4*, (229-235).