

**PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN DAN
DIMENSI BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI
MEDIASI**

TESIS



Disusun Oleh :

YOHANES ANDRIANTO

13170020

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2019

**Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan Dimensi Bauran
Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan
Konsumen Sebagai Mediasi**

TESIS

**Diajukan kepada Program Studi Magister Manajemen
Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
untuk Memenuhi sebagian syarat guna
memperoleh gelar Magister Manajemen**

Disusun Oleh :

YOHANES ANDRIANTO

DUTA WACANA

13170020

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis dengan judul

Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan Dimensi Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Mediasi

Telah diajukan dan dipertahankan oleh

YOHANES ANDRIANTO

(13170020)

Dalam ujian Tesis Program Studi S2 Magister Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

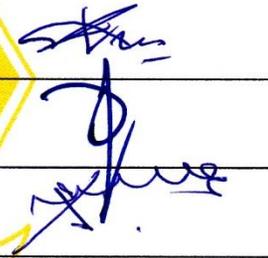
dan dinyatakan telah DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Magister Manajemen pada tanggal 25 OCT 2019

Dewan Penguji

1. **Dr. Perminas Pangeran, S.E., M.Si., CSA**
(Ketua Penguji)
2. **Dr. Singgih Santoso, M.M**
(Dosen Pembimbing/Penguji)
3. **Dr. Andreas Ari Sukoco, M.M., M.Min**
(Dosen Penguji)

Tanda Tangan



DUKUTAWACANA
Yogyakarta, 05 NOV 2019

Disahkan Oleh :

Dekan Fakultas Bisnis



Dr. Perminas Pangeran, SE., M.Si., CSA

Ketua Program Studi Magister Manajemen



Dr. Singgih Santoso, M.M

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Dengan ini, saya menyatakan bahwa Tesis dengan judul :

PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN DAN DIMENSI BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI MEDIASI

Merupakan hasil karya saya, dan judul ini belum pernah diajukan sebagai syarat atau sebagai bagian dari syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen di perguruan tinggi.

Apabila saya dengan sengaja atau tidak sengaja melakukan hal tersebut seperti diatas dan terbukti melanggar, maka saya bersedia mendapatkan sanksi yang ditentukan oleh Universitas berupa pembatalan ijazah dan gelar akademik.

Yogyakarta, Oktober 2019

Yang Menyatakan



Yohanes Andrianto

(13170020)

HALAMAN MOTO

- ☞ *Kesuksesan hanya dapat diraih dengan segala upaya dan usaha yang disertai dengan doa, karena sesungguhnya nasib seorang manusia tidak akan berubah dengan sendirinya tanpa usaha*
- ☞ *Ciptakan hidup yang bermakna yang memberikan kebahagiaan bagi dirimu dan belajar cara menggunakannya untuk memberikan pengaruh dan perbedaan bagi hidup orang lain.*
- ☞ *Jadilah diri sendiri dan jangan menjadi orang lain, walaupun dia terlihat lebih baik dari kita*
- ☞ *Jangan menunda – nunda untuk melakukan suatu pekerjaan karena tidak ada yang tahu apakah kita dapat bertemu hari esok atau tidak*
- ☞ *Lakukan yang terbaik, bersikaplah yang baik maka kau akan menjadi orang yang terbaik*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan, saya persembahkan laporan internship ini sebagai bentuk rasa terima kasih untuk :

1. Kepada Tuhan Yesus Kristus sebagai sumber berkat dan pengharapan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan baik
2. Kepada Kedua Orang Tua Saya yang penulis cintai, selalu memberi semangat dan support dalam setiap proses di hidup penulis.
3. Kepada Dr Singgih Santoso, MM selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberi banyak arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan Thesis dengan baik.
4. Universitas Kristen Duta Wacana dengan Program Studi Magister Manajemen yang telah menerima saya sebagai alumnus sehingga saya dapat mengembangkan ilmu yang telah saya pelajari selama perkuliahan.
5. Pihak-pihak yang tidak dapat saya sampaikan satu persatu yang selama ini telah memberikan dukungan maupun doa selama berlangsungnya studi saya di Magister Manajemen.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN KEASLIAN TESIS	iv
HALAMAN MOTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Batasan Penelitian	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.2 Kualitas Pelayanan.....	6
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	7
2.1.4 Kepuasan Konsumen	9
2.1.5 Loyalitas Konsumen	9
2.2 Penelitian Terdahulu	10
2.3 Kerangka Penelitian	11
2.4 Hipotesis.....	11
BAB 3 METODELOGI PENELITIAN.....	13
3.1 Deskripsi.....	13
3.2 Populasi Penelitian.....	13

3.3	Sampel Penelitian.....	13
3.4	Teknik Sampling	14
3.5	Skala Likert	14
3.6	Uji Validitas	15
3.7	Metode Analisis Data.....	15
3.8	Uji Hipotesis.....	17
Bab 4	HASIL DAN ANALISIS	18
4.1	Data Deskripsi	18
4.2	Hasil Olah Data	21
4.2.1	Hasil Uji Validitas.....	21
4.2.2	Hasil Kriteria GOF (<i>Goodness – of – Fit</i>)	25
4.2.3	Hasil Uji Hipotesis.....	25
4.3	Pembahasan.....	30
4.3.1	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen	30
4.3.2	Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen	30
4.3.3	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	31
4.3.4	Kepuasan Konsumen Memediasi Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen	31
4.3.5	Kepuasan Konsumen Memediasi Variabel Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen	31
4.3.6	Kepuasan Konsumen Memediasi Variabel Kualitas Pelayanan dan Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen.....	32
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	33
5.1	Kesimpulan.....	33
5.2	Keterbatasan Penelitian	34
5.3	Saran.....	34
DAFTAR PUSTAKA	36
LAMPIRAN	39

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Distribusi Kuesioner	18
Tabel 4.2 Profil Sosial Demografi Responden	18
Tabel 4.3 Profil Sosial Demografi Responden (Lanjutan).....	19
Tabel 4.4 Uji Validitas	23
Tabel 4.5 Hasil Goodness of Fit Model	25
Tabel 4.6 Nilai Probabilitas Antar Variabel	26
Tabel 4.7 Nilai Direct Effects dan Indirect Effects.....	28

©UKYDWN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	11
Gambar 3.1 Bagan Sampling	14
Gambar 4.1 Konstruk Penelitian.....	22
Gambar 4.2 Modifikasi Konstruk Penelitian	24

©UKDW

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis pada era saat ini mempengaruhi persaingan pasar bertumbuh semakin kuat. Masyarakat dapat membuat keputusan mengenai barang dan jasa yang mereka kehendaki sesuai dengan kemampuan ekonomi yang mereka miliki, sehingga kebanyakan pelaku usaha mengarah kepada pasar konsumen, sehingga menjadikan keadaan pasar ditentukan oleh konsumen (Ruusen., et al, 2014). Ketika pelaku usaha menjalankan sebuah bisnis maka mereka harus mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen agar bisnis dapat berjalan dengan baik dan dapat menguasai pangsa pasar. Banyak hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan minat konsumen salah satunya dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan perusahaan juga perlu memperhatikan aspek – aspek bauran pemasaran.

Kualitas pelayanan dan bauran pemasaran merupakan faktor yang berperan penting terhadap kepuasan konsumen sehingga membuat para konsumen menjadi loyal. Konsumen akan loyal dan percaya apabila suatu jasa sesuai dengan harapan yang diinginkan (Wijaya, 2008). Apabila konsumen merasa puas, maka tingkat loyalitas para konsumen terhadap toko akan terwujud. Loyalitas konsumen terhadap toko juga merupakan faktor penting untuk menentukan keberlangsungan toko tersebut.

Fenomena munculnya banyak toko oleh-oleh berlaku juga di daerah Purbalingga Jawa Tengah. Ada toko oleh-oleh dengan skala besar maupun hanya seukuran kios saja. Hal ini perlu diperhatikan oleh para pelaku usaha oleh-oleh agar mau melakukan penelitian terhadap para konsumennya. Hal ini perlu dilakukan agar pihak manajemen dapat membuat strategi demi bersaing dengan perusahaan lain agar dapat menguasai pangsa pasar.

Ada banyak jenis oleh-oleh khas daerah Purbalingga Jawa tengah, salah satunya adalah kue Nopia atau yang dikenal di beberapa daerah dengan sebutan telur gajah. Di daerah tersebut ada banyak toko oleh-oleh dan kios yang menjual kue Nopia. Dari beberapa tempat tersebut, ada toko yang dapat dikatakan sebagai awal mula tempat yang menjual kue Nopia yakni Toko Nopia Asli Purbalingga yang beralamatkan di JL AW Soemarmo nomor 10 Purbalingga. Tidak hanya Nopia, namun toko ini menjual berbagai makanan khas Purbalingga yang biasanya dijadikan sebagai oleh-oleh. Bapak Matius Hirawan sebagai generasi kedua merupakan pemilik toko sekaligus tempat produksi nopia. Bapak Ting Lie Liang merupakan ayah dari Bapak Matius merupakan generasi pertama pembuat Nopia di Purbalingga di awal tahun 1940. Namun seiring berjalannya waktu proses bisnis harus mengikuti perkembangan jaman agar lebih berkembang serta dapat bertahan. Video tentang toko dan tempat pembuatan Nopia tertera di alamat website <https://www.youtube.com/watch?v=8XLWJpO3f6o>

Berdasarkan gambaran yang dikemukakan di atas maka peneliti selaku mahasiswa Magister Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana mencoba untuk membantu mengembangkan toko yang sudah ada. Salah satunya dengan cara melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan Dimensi Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi”. Menurut Liu, (2005) dalam Mulyono., et al, (2007) ada pengaruh yang signifikan antara kepuasan konsumen dengan kualitas pelayanan. Oleh karena itu penelitian ini akan mencoba menelusuri pengaruh kualitas layanan dan bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen sehingga menimbulkan loyalitas kepada para konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Toko Nopia Asli?
2. Apakah bauran pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Toko Nopia Asli?
3. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Nopia Asli?
4. Apakah kepuasan konsumen memediasi kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Toko Nopia Asli?
5. Apakah kepuasan konsumen memediasi bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen Toko Nopia Asli?
6. Apakah kepuasan konsumen memediasi kualitas layanan dan bauran pemasaran secara bersamaan terhadap kepuasan konsumen Toko Nopia Asli?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menguji kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Toko Nopia Asli?
2. Menguji bauran pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Toko Nopia Asli?
3. Menguji kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Nopia Asli?
4. Menguji kepuasan konsumen memediasi kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Toko Nopia Asli?
5. Menguji kepuasan konsumen memediasi bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen Toko Nopia Asli?
6. Menguji kepuasan konsumen memediasi kualitas layanan dan bauran pemasaran secara bersamaan terhadap kepuasan konsumen Toko Nopia Asli?

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut adalah manfaat yang diharapkan oleh penulis dengan mengadakan penelitian ini :

1. Manfaat Pengembangan Ilmu :

Peneliti mampu menerapkan dan mengembangkan ilmu yang telah didapat dari perkuliahan dalam memahami strategi yang dilakukan oleh Perusahaan Nopia Asli agar dapat membuat konsumen merasa puas dan menjadi loyal.

2. Manfaat Bagi Lembaga Pendidikan :

Penelitian yang dilakukan dapat dijadikan sebagai referensi untuk lembaga pendidikan, serta mahasiswa dikemudian hari yang akan membuat penelitian di bidang yang relevan.

3. Manfaat Bagi Perusahaan :

Perusahaan mampu mengerti dan mengetahui apa yang menjadi kebutuhan serta keinginan para konsumennya sehingga perusahaan dapat membuat strategi pemasaran yang relevan terhadap kondisi bisnis saat ini.

1.5 Batasan Penelitian

Berikut adalah batasan agar permasalahan dalam penelitian ini tidak terlalu luas :

1. Variabel yang diteliti dalam penelitian.

a. Variabel Dependen :

1. Kepuasan konsumen (*Consumer Satisfaction*)
2. Loyalitas konsumen (*Consumer Loyalty*)

b. Variabel Independen :

1. Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)
2. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

2. Responden Penelitian

Responden yang dilibatkan dalam penelitian ini sebanyak 200 orang yang terdiri dari pelanggan yang sudah pernah berbelanja di Toko Nopia Asli Purbalingga.

3. Periode penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada 01 Januari 2019 sampai dengan 01 April 2019.

©UKDWN

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian terhadap objek Toko Nopia Asli Purbalingga, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Mayoritas pengunjung Toko Nopia Asli berjenis kelamin pria, berusia diatas 40 tahun, berpendidikan sarjana, memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta, mengeluarkan diatas Rp 3.000.000,00 , telah berbelanja kurang dari 2 kali dalam sebulan, berasal dari daerah Purbalingga, mengenal nopia asli dari teman atau kerabat dan berbelanja jenis makanan Nopia.
2. Hasil uji statistik menggunakan AMOS dengan metode Structural Equation Modeling (SEM), maka diperoleh data sebagai berikut :
 - a. Kualitas Layanan (bukti fisik, empati, daya tanggap, kehandalan dan jaminan) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen,
 - b. Bauran Pemasaran (produk, harga, tempat dan promosi) berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen,
 - c. Kepuasan konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen,
 - d. Kepuasan konsumen tidak memediasi antara pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen,
 - e. Kepuasan konsumen mampu memediasi antara pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas konsumen,

- f. Kepuasan konsumen tidak memediasi antara pengaruh kualitas pelayanan dan bauran pemasaran secara bersamaan terhadap loyalitas konsumen.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis tidak terlepas dari keterbatasan dan kekurangan. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan hanya di daerah Purbalingga kota saja,
2. Penelitian ini hanya berfokus pada satu toko oleh-oleh makanan yang ada di daerah Purbalingga,
3. Penelitian ini hanya terkait dengan pengaruh kualitas pelayanan dan bauran pemasaran terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai mediator,
4. Masih ada sebagian alasan yang tidak dapat dijelaskan pada penelitian ini terutama pada hipotesis empat dan hipotesis lima karena penelitian ini tidak mencakup hal tersebut.

5.3 Saran

Dengan melihat hasil dari penelitian ini, berikut adalah beberapa saran dari penulis yang dapat direkomendasikan :

1. Bagi perusahaan Toko Nopia Asli Purbalingga

Pengaruh strategi mengenai penetapan bauran pemasaran harus lebih ditingkatkan lagi, karena terbukti bauran pemasaran tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Perusahaan juga harus lebih memperhatikan mengenai faktor-faktor selain kualitas pelayanan dan bauran pemasaran yang dapat menyebabkan konsumen loyal atau tidak loyal.

2. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Area tempat diadakan penelitian selanjutnya diharapkan lebih luas lagi dan tidak hanya satu objek penelitian saja,
- b. Jumlah responden penelitian lebih ditingkatkan lagi agar hasil yang diharapkan lebih akurat.
- c. Kajian literatur dalam penelitian selanjutnya diharapkan dari sumber yang lebih *update* lagi semenjak diadakannya penelitian ini dan tidak mengambil sumber-sumber yang terlalu lama.

©UKYDWN

DAFTAR PUSTAKA

- Andreas, A. (2010). Verifying alternative measures of the service-quality construct: Consistencies and contradictions. *Journal of Marketing Management*, vol. 26, no. 5/6, pp. 570-587
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Mahasiswa Sarjana Reguler dan Diploma FISIP UI). *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Mei-Agustus 2010, hlm. 114-126, Volume 17, Nomor 2, Universitas Indonesia
- Dwiyanda., & Martha, O. (2015). Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Promosi Ritel Modern Terhadap Keberlangsungan Usaha Ritel Tradisional Di Gresik. *JESTT*, Vol. 2 No. 9 September 2015
- Eriksson, K., & Vaghult, A.L. (2000). Customer Retention, Purchasing Behaviour and Relationship Substance in Professional Services. *Industrial Marketing Management*, vol.29, no. 4, pp. 363-372
- Ganiyu, R.A. (2017). Customer Satisfaction and Loyalty : A Study of Interrelationships and Effects in Nigerian Domestic Airline Industry. *Oradea Journal Of Business And Economics*, Volume Ii Issue 1
- Gultom, D.K., Ginting, P., & Sembiring, B.K.F. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, Vol 14 No. 01 April 2014
- Hair, J.F., Jr., Anderson, R.E., Tatham, R.L., et al. (2009). *Multivariate Data Analysis 7th Ed.* Prentice-Hall International, Inc
- Hidayat, D.R., & Firdaus, M.R. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Kepercayaan, Citra Perusahaan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan : (Studi Pada Pelanggan Telkom Speedy Di Palangka Raya). *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 2, Nomor 3, Oktober 2014
- Hidayat, R. (2009). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Nilai nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 11 (1), 59-72
- Kotler, P., & Susanto, A.B. (2008). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat dan Pearson Education Asia Pte.Ltd
- Kotler., & Amstrong. (2010). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1 dan 2, Edisi kedua belas*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management, 15th edition*, Pearson Pretice Hall Inc, New Jersey

- Kotler, P., & Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Edisi Pertama*. Penerbit Prentice Hall, Salemba Empat, Jakarta
- Kumalaningrum, F., Widajanti, E., & Sutarno. (2016), Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Konsumen Cs Kopi Tubruk Surakarta). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. Vol. 16 No. 2 Juni 2016: 226 – 233
- McDougall, G.H.G., & Levesque, T. (2000). Customer Satisfaction With Service : Putting Percieved Value Into the Equation. *Journal of Service Marketing*. 14(5): 392-410
- Marlina, E., & Ruhiat, D. (2018). Penerapan Sub Pokok Fungsi Pada Matematika Ekonomi Terhadap Fungsi Permintaan dan Fungsi Penawaran. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, Volume 9, Nomor 2, hlm. 90-96
- Maryuliana., Subroto, I.M.I., & Haviana, S.F.C. (2016). Sistem Informasi Angket Pengukuran Skala Kebutuhan Materi Pembelajaran Tambahan Sebagai Pendukung Pengambilan Keputusan Di Sekolah Menengah Atas Menggunakan Skala Likert. *Jurnal Transistor Elektro dan Informatika*, Vol. 1, No. 2, Oktober 2016, pp. 1~12
- Mulyono, B.H., Yoestini., Nugraheni, R., et al. (2007). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Perumahan Puri Mediterania Semarang). *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, Vol 4, No. 2
- Parasuraman, A., Valerie, Z., & L.Berry. (1988). Servqual: Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64 (15), 12-36
- Purnomo, S.H., Lee, Y.H., & Soekartawi. (2010). Why is understanding customer attitude toward 4Ps marketing mix important? The case of the livestock input industry in Indonesia. *Journal of Development and Agricultural Economics*, Vol. 2 (4), pp. 107-114
- Putro, S.W., Samuel, H., Brahmana., et al (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya”. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.2, No. 1, (2014) 1-9
- Ruusen, F.P., Adolfini., & Ogi, I. (2014). Kualitas Pelayanan, Promosi dan After Sales Service Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda Pt. Nusantara Surya Sakti Di Amurang. *Jurnal EMBA*, Vol.2 No.3 September 2014, Hal. 1603-1613
- Santoso, S. (2015). *Amos 22 untuk Structural Equation Modeling*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo
- Selang, C.A.D. (2013). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.3 Juni 2013, Hal. 71-80
- Semuel, H. (2006). Ekspektasi Pelanggan dan Aplikasi Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Toko Moderen Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening (Studi Kasus

- pada Hypermarket Carrefour di Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No. 2, Oktober 2006: 53-64
- Shahhosseini, A. (2011). Marketing Mix Practices in the Cultural Industry. *International Journal of Business and Management*, Vol. 6, No. 8, August 2011
- Subagiyo, R., & Adlan, M.A. (2017). Pengaruh Service Quality, Marketing Mix dan Kepuasan Mahasiswa terhadap Customer Loyalty. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 13 (1) 2017, 1-15
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga*. Penerbit ANDI. Yogyakarta
- TopikANTV. (2012, Desember 31). TOPIK ANTV Kuliner, Nopia Kue Khas Purbalingga [Berkas video]. Diperoleh dari <https://www.youtube.com/watch?v=8XLWJpO3f6o>
- Ulus, A.A. (2013). Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Pada Pt. Astra Internasional Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal. 1134-1144
- Wijaya, P.S.M., & Suradal, D.S. (2009). Pengaruh Atribut Produk, Atribut Layanan dan Atribut Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen BEE'S Family Resto di Galeria Mall Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis*, Volume : 4, No 2, Desember 2009, Hal 89-102
- Wijaya, P.S.M. (2008). Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen Starbucks Coffe di Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis*, Volume : 3, No 2, Desember 2008, Hal 158-176