

**ANALISIS PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS  
KONSUMEN PADA JOGJA CITY MALL**

**YOGYAKARTA**



**SKRIPSI**

Diajukan Guna Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi  
Syarat-syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Yogyakarta

**Disusun oleh :**

**JULRIONOBIO MARIA DASILVA**

**11104891**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2015**

**ANALISIS PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS  
KONSUMEN PADA JOGJA CITY MALL YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

**JULRIONOBIO MARIA DA SILVA**

**11104891**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2015**

**Analisis Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Konsumen  
Pada Jogja City Mall Yogyakarta**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi

**Disusun Oleh:**

**JULRIONOBIO MARIA DA SILVA**

**NIM : 11104891**

**Program Studi : Manajemen**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2015**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul:

**Analisis Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jogja City  
Mall Yogyakarta**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

**JULRIONOBIO MARIA DA SILVA**

**11104891**

Dalam Ujian Skripsi Program Studi SI Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana

Ekonomi pada tanggal **25 JAN 2016**

**Nama Dosen**

1. Dra. Ambar Kusuma Astuti, M.Si

(Ketua Tim)

2. Jonathan Herdioko, SE, MM

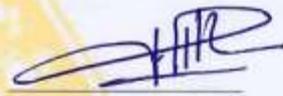
(Dosen Penguji)

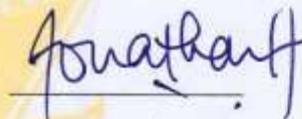
3. Dr. Singgih Santoso, MM

(Dosen Penguji)

Yogyakarta, **25 JAN 2016**

**Tanda Tangan**







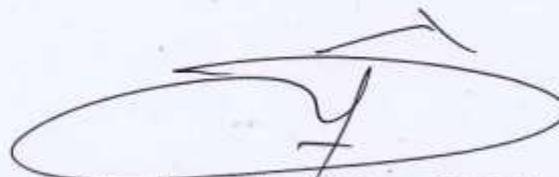
**Disahkan oleh:**

**Dekan,**



**DR. Singgih Santoso, MM**

**Wakil Dekan I Manajemen,**



**Petra Surya Mega Wijaya, SE, MSi**

## HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul "ANALISIS PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA JOGJA CITY MALL YOGYAKARTA" yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 10 / 12 / 2015



( Julrionobio Maria Dasilva )

11104891

## **MOTTO**

Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah.

- Thomas Alva Edison

©UKDW

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, hanya dengan rahmat hadaya-Nyalah penulis dapat menyelesaikan karya yang sederhana ini.

Karya ini dipersembahkan untuk :

- Almahrum Aya dan Ibuku tercinta, terima kasih atas cinta, kasih sayang, dan doanya yang selalu menyertaiku.
- Pacarku tersayang Jenicia Reis Amaral yang selalu mendukung dan berdoa serta saya bias menyelesaikan karya ilmiah ini dengan semangat dan kerja keras.
- kaka – kakaku, Salvador, Nelia, Juvenia, Jonorio, Justa, dan Jorjinha yang selalu memberikan dorongan serta kasih sayangnya untuk menjadi yang terbaik.
- Adik-adikku, Jonemia, Jujonia dan Jeniva yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada saya.
- Teman – teman semua, terima kasih atas kebersamaan, bantuan, dan motivasinya selama ini.
- Siapapun dan apapun yang mengakui keberadaanku, terimakasih telah sama-sama berjuang dalam mengarungi hidup ini.
- Almamater.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan Anugrah-Nya sehingga skripsi dengan judul “ANALISIS PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA JOGJA CITY MALL YOGYAKARTA” dapat diselesaikan dengan baik. Penulisan skripsi ini digunakan untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar sarjana S1 Jurusan Manajemen Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Duta Wacana.

Bimbingan, dorongan, kesabaran dan bantuan dari pengajar, rekan – rekan serta ketulusan hati dan keramahan dari banyak pihak, sangat membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ini menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Singgih Santoso MM, selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran, kasih sayang, dan perhatian dalam memberikan pengarahan dan petunjuk demi terselesaikannya skripsi ini.
2. Kedua orang tua saya dan keluarga saya yang telah memberikan kasih sayang, semangat, materi, serta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada pacar tercinta Jenicia Reis Amaral yang selalu mendukung dan membantu saya dalam menyusun skripsi ini.
4. Teman - teman Manajemen angkatan 2010 khususnya dan seangkatan yang lain, terima kasih atas segala bantuan yang diberikan selama ini.

5. Seluruh responden yang bersedia meluangkan waktu dan pikiran untuk membantu penelitian ini.

6. Kaka juvenia dan adik Jonemia terimakasih atas kasih sayang dan kesabarannya.

7. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun yang akan digunakan demi perbaikan di masa yang akan datang. Besar harapan, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 09 November 2015



Julrionbio Maria Dasilva

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGANTAR.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
1.5 Batasan Masalah.....	5
<b>BAB II    LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Service Quality.....	6
2.1.1 Pengertian Service Quality.....	6
2.1.2 Dimensi Service Quality .....	8
2.1.3 Model Service Quality .....	9
2.1.4 Karakteristik Service Quality.....	11

2.1.5 Prinsip-Prinsip Service Quality.....	13
2.2 Loyalitas Konsumen.....	15
2.2.1 Pengertian Loyalitas Konsumen .....	15
2.2.2 Karakteristik Loyalitas Konsumen.....	17
2.3 Pasar .....	19
2.3.1 Pengertian Pasar .....	19
2.3.2 Segmentasi Pasar.....	19
2.3.3 Pasar Moderen.....	20
2.4 Penelitian Terdahulu .....	21
2.4 Kerangka Pemikiran.....	24
2.5 Pengembangan Hipotesis .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Populasi dan Sampel .....	26
3.3 Jenis Data dan Sumber .....	28
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	29
3.4.1 Metode Kuisisioner.....	29
3.4.2 Metode Wawancara.....	29
3.4.3 Observasi.....	30
3.5 Definisi Operasional Operasi .....	30
3.6 Skala Pengukuran Variabel .....	33
3.7 Metode Analisis Data.....	35
3.7.1 Uji Validitas dan Reabilitas .....	35
3.7.4 Analisis Regresi Berganda .....	37
3.7.5 Uji F .....	38
3.7.6 Uji t .....	39
3.7.7 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	40

<b>BAB VI</b>	<b>ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1	Karakteristik Responden .....	41
4.2	Metode Analisis Data .....	46
4.2.1	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas .....	46
4.2.2	Analisis Regresi Berganda .....	48
4.2.3	Hasil Uji F .....	50
4.3.4	Hasil Uji t .....	51
4.2.5	Koefisien Determinasi $R^2$ .....	54
4.3	Pembahasan .....	55
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1	Kesimpulan .....	58
5.2	Saran .....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	61
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN</b>	.....	63

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Skala Likert .....	34
Tabel 2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Tabel 2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	43
Tabel 2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	44
Tabel 2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	45
Tabel 2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan .....	45
Tabel 2.7 Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 2.8 Hasil Uji Realibilitas.....	48
Tabel 2.9 Hasil Analisis Regresi Berganda .....	49
Tabel 2.10 Hasil uji F.....	50
Tabel 2.11 Hasil Uji t.....	51
Tabel 2.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Gap Kualitas Pelayanan (Service Quality) .....	11
---	----

©UKDW

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran .....	63
Lampiran 1 Kuisisioner .....	64
Lampiran 2 Uji Validitas dan Realibilitas.....	69
Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	73
Lampiran 4 Regresi Linier Berganda.....	76

©UKDW

## **ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel service quality secara parsial terhadap loyalitas konsumen. Penelitian mengambil studi kasus “Jogja City Mall.” Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Regresi Linear Berganda dengan bantuan program SPSS (Statistical Product and Service Solution) versi 16.0 dan metode pengumpulan data berupa kuesioner dengan responden sebanyak 100 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan secara parsial kualitas produk terhadap loyalitas konsumen. Hasil juga menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan secara bersama-sama kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.*

*Kata Kunci : Service quality, loyalitas konsumen*

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of partially variable service quality on customer loyalty. Research case study "Jogja City Mall." The analytical method used in this research is multiple linear regression test with SPSS (Statistical Product and Service Solution) version 16.0 and methods of data collection in the form of questionnaires with respondents as many as 100 people. The results showed that there was a significant effect partial product quality to customer loyalty. Results also showed that there was a significant effect together quality of service and product quality on customer loyalty.*

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha yang tidak lepas dari persaingan saat ini menuntut perusahaan untuk kreatif dan berinovasi agar dapat. Kondisi terus bertahan persaingan bisnis, kemajuan teknologi, dan perkembangan ekonomi mendorong terjadinya pengembangan kualitas pelayanan (*service quality*) yang menekankan pada pentingnya pemenuhan harapan dan kebutuhan pelanggan. Kualitas sendiri apabila dikelola dengan tepat, berkontribusi positif terhadap terwujudnya loyalitas pelanggan.. Kualitas yang baik harus dimiliki oleh perusahaan. Jika setiap perusahaan memberikan layanan kepada konsumen kapan saja, dimana saja, dan dalam kondisi apapun, konsumen akan merasa dipedulikan dan kepedulian terhadap konsumen ini yang mengikat konsumen dengan perusahaan (Kolter, 1996,dalam jasfar,2002).

Agar perusahaan dapat memenangkan persaingan tersebut, mereka memanfaatkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka untuk menguasai pasar. Perusahaan-perusahaan yang unggul adalah mereka yang dengan cerdas dan menyiasati berbagai perubahan yang terjadi dalam lingkungan bisnisnya, serta dapat melakukan perubahan yang berarti dalam upaya memuaskan konsumen.

Penelitian tentang pemasaran yang menyangkut *service quality* dan loyalitas konsumen bukan merupakan hal yang baru. Misalnya penelitian (Gasbarino dan Johnson, 1999, dalam Jasfar, 2002) menemukan adanya hubungan antara *service quality* dengan loyalitas konsumen dilihat dari segi kecenderungan berperilaku (*behaviour intention*). Sementara Fullerton dan Taylor (2000) dalam jasfer (2002), mencoba membuktikan hubungan antara *service quality*. Selanjutnya Fullerton dan

Taylor (2000) dalam jasfar (2002), membedakan loyalitas atas tiga kategori pula, yaitu: pertama: *repurchase intention* adalah keinginan yang kuat dari konsumen untuk membeli kembali jasa tertentu, kedua; *advocacy intentions*, dan ketiga; *paymore* adalah kesediaan untuk membayar lebih.

Loyalitas konsumen merupakan salah satu bentuk sikap kecenderungan berperilaku konsumen dalam menggunakan atau tidak menggunakan produk/jasa yang pernah dipakai. Terdapat beberapa keuntungan strategik bagi perusahaan tentang pentingnya mempertahankan loyalitas pelanggan. Imbalan dari loyalitas bersifat jangka panjang dan kumulatif. Jadi semakin lama loyalitas seorang konsumen, semakin besar laba yang dapat diperoleh perusahaan dari seorang konsumen (Griffin,2002). Seorang pelanggan yang loyal akan menjadi aset yang sangat bernilai bagi organisasi. Dipertahankannya pelanggan yang loyal dapat mengurangi usaha mencari pelanggan baru, memberikan umpan balik positif kepada organisasi, dan loyalitas mempunyai hubungan positif dengan profitabilitas (Dharmmesta, 2005). Sementara Kotler (2000) berpendapat bahwa 3 pelanggan yang puas dan loyal (setia) merupakan peluang untuk mendapatkan pelanggan baru. Mempertahankan semua pelanggan yang ada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan pergantian pelanggan karena biaya untuk menarik pelanggan baru bisa lima kali lipat dari biaya mempertahankan seorang pelanggan yang sudah ada.

Penelitian mengenai konsep *service quality*, dalam hubungan dengan konsumen secara empirik menenjukan hasil yang beragam (Jasfar,2002). Untuk itu peneliti tertarik untuk melakukan pengujian ulan dari segi pengukuran instrument *service quality* yaitu pada JOGJA CITY MALL YOGYAKARTA. Pengujian pada tingkat pengukuran ini perlu dilakukan, karena adanya perbedaan dari segi karakteristik

konsumen yang berbeda untuk masing-masing kota, termasuk pula jasa yang ditawarkan.

Jogja City Mall atau biasanya disingkat JCM merupakan sebuah pusat perbelanjaan yang berada dalam satu kawasan dengan The Sahid Rich Hotel Yogyakarta. Shopping Mall ini berlokasi di Jalan Magelang Km. 6 No. 8, Sinduadi, Sleman, Yogyakarta. JCM memiliki keunikan dibandingkan dengan mall lain. Peralnya JCM dirancang dengan arsitekur Romawi dengan bangunan fasade dengan pilar-pilar tinggi khas arsitektur Romawi. Lalu ciri khas lainnya dengan interior budaya Jawa yakni tegel-tegel kunci dan railing khas Kraton Ngayogyakarta.

Adanya perbedaan latar belakang budaya, social, dan tingkat ekonomi konsumen akan memberikan kecenderungan perilaku yang berbeda. Apabila indikator service quality dan loyalitas antara satu kelompok konsumen dengan kelompok konsumen lainnya akan dapat memberikan hasil yang berbeda.

Salah satu faktor produsen jasa yang berkembang di Yogyakarta salah satunya adalah pusat perbelanjaan modern. Perkembangan jasa ini membawa konsekuensi bagi pelaku usaha yang bergerak dibidang ini untuk mampu bertahan dan bersaing dengan mengandalkan keunggulan-keunggulan fasilitas dan service quality yang dimiliki. Pusat perbelanjaan harus menyediakan sarana, fasilitas dan kualitas pelayanan yang lengkap untuk menarik dan memanjakan konsumen. Pelaku bisnis harus mampu menjaga loyalitas yang ditimbulkan akibat service quality yang diberikan kepada konsumen. Loyalitas konsumen untuk menggunakan jasa dapat dipelihara apabila konsumen puas dengan service quality yang diberikan. Sebaliknya apabila service quality yang diberikan rendah maka konsumen akan

kecewa dan berakibat pada menurunnya kepercayaan konsumen terhadap perusahaan

Berdasarkan paparan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai service quality serta loyalitas konsumen pada Jogja City Mall. Maka penelitian ini mengambil judul “Analisis Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Konsumen pada Jogja City Mall Yogyakarta”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut;

1.2.1 Apakah service quality berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Jogja City Mall?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian ini dilakukan untuk:

1.3.1 Menganalisis pengaruh service quality terhadap loyalitas konsumen pada Jogja City Mall.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1.4.1 Bagi Jogja City Mall

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pihak Jogja City Mall untuk mempertahankan dan meningkatkan service quality serta jumlah pelanggan.

1.4.2 Bagi pihak lain

Sebagai bahan informasi untuk penelitian lebih lanjut dan diharapkan berguna sebagai bahan bacaan pihak lain.

## **1.5 Batasan Masalah**

- 1.5.1 Responden yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Jogja City Mall dan berjumlah 100 responden.
- 1.5.2 Variabel yang diteliti adalah Tanggibel, Realibility, Responsiveness, Assurance dan Emphaty.
- 1.5.3 Responden yang ke Jogja City Mall harus lebih dari 3 kali.

©UKDWN

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan yang sudah dijelaskan pada bab IV, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Setelah melakukan penelitian terhadap 100 responden sebagai sampel maka diperoleh profil responden yang dihitung dengan menggunakan analisis presentase.
  - a. Berdasarkan jenis kelamin jumlah responden yang terbanyak adalah Pria yaitu sebanyak 69% dari seluruh jumlah responden yang diteliti.
  - b. Berdasarkan pendapatan perbulan para responden kebanyakan mempunyai pendapatan Rp 500.000 – 1.000.000 yaitu sebesar 56% dari seluruh jumlah responden yang diteliti.
  - c. Berdasarkan karakteristik usia responden, yang terbanyak adalah berusia antara 20 tahun s/d 30 tahun yaitu sebanyak 97% dari seluruh jumlah responden yang diteliti.
  - d. Berdasarkan karakteristik tingkat pendidikan, paling banyak berpendidikan SMU/Sederajat, yaitu 76% dari seluruh jumlah responden yang diteliti.
  - e. Berdasarkan karakteristik jenis pekerjaan, paling banyak adalah Mahasiswa yaitu sebanyak 95% dari seluruh jumlah responden yang diteliti

- f. Berdasarkan karakteristik frekuensi kunjungan, paling banyak yaitu 1 kali dalam sebulan adalah 67% dari seluruh jumlah responden yang diteliti.
2. Variabel Reliability dan Responsiveness merupakan variabel yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Jogja City Mall Yogyakarta.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, dapat dikembangkan beberapa saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

1. Jogja City Mall untuk dapat bersaing dengan pusat perbelanjaan lainnya, maka perusahaan harus tetap mengevaluasi kualitas pelayanan (service quality) yang dihasilkan. Hal ini karena bisa menjadi celah bagi para kompetitor untuk merebut konsumen apabila tidak diantisipasi. Pihak Jogja City Mall dalam hal ini sebaiknya meningkatkan lagi usaha untuk menarik konsumen dengan cara meningkatkan dimensi dari service quality (*tanggibel, reliability, responsiveness, empathy, dan assurance*), salah satunya berupa fasilitas fisik yang bisa menarik dan dapat memuaskan konsumen sesuai dengan slogan Jogja City Mall, yaitu Dunia belanja dan Rekreasi. Meningkatnya pelanggan yang loyal untuk tetap memilih Jogja City Mall sebagai tempat berbelanja, dengan demikian perusahaan dapat bersaing dengan pusat – pusat perbelanjaan lain yang ada di Yogyakarta.
2. Variabel *reliability* dan *responsiveness* merupakan salah satu variabel yang sangat dominan bagi terbentuknya loyalitas konsumen, oleh karena itu,

hendaklah perusahaan memperhatikan, serta terus meningkatkan faktor tersebut. Karena walaupun variabel *reliability* dan *responsiveness* kelihatannya tidak terlalu penting, tetapi pada kenyataannya variabel *reliability* dan *responsiveness* yang ternyata berpengaruh paling dominan.

3. Service quality dan loyalitas konsumen pada Jogja City Mall sudah cukup tinggi, dengan mempertahankan service quality yang sudah terbentuk, maka loyalitas konsumen dapat tetap terjaga.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Syaifudding. 2008. *Realibilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Aryani, D dan Rosinta, F. 2010. *Pengaruh kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi.Vol.17.No.2 hal: 114-126
- Deswandy, Wandi. (2009). *Pengaruh Kinerja Operasi Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Merpati Nusantara Airlines*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNPAD Bandung: tidak diterbitkan.
- Fandi Tjiptono. 2000. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Giddens, Nancy (2002), Brand Loyalty. *European Journal Of Marketing*, Vol. 15 pp.1238-1238.
- Ghozali, Imam, (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (edisi ketiga,) Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gasperz, Vincent. 2001. *Total Quality Management*. Jakarta: Grandia Pustaka utama
- Griffin, Jill. 2002. *Customer Loyalty : “How to learn it, how to keep it”*, First Edition. Kentucky : Mc
- Ismail, A.G. (2009). *Pelaksanaan Promosi Dalam Upaya Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Pada PT. Indosat Tbk. Cabang Bandung*. Skripsi Manajemen Pemasaran UNPAD Bandung: tidak diterbitkan.
- Muhtosim Arief. 2005. *Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan*. Malang; Banyumedia Publishing
- Nikita, Ulivia. 2012. *Preferensi Konsumen Terhadap Layanan, Kepuasan, dan Loyalitas Di Campus Resto Jember*. Skripsi. Universitas Jember. Jember

Parasuraman, A., Valerie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry,. 1988."SERVQUAL : A Multiple Item Scalefor measuring Consumer Perception of Service Quality."Journal of Marketing, vol 64, p 12-40

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius, (2005), *Service, Quality, and Satisfaction, edisi pertama*, Yogyakarta : Andi Offset

Tjiptono, Fandy. 2005. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: penerbit Andi

Tjiptono. 2004. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publising

Tjiptono, Fandy dan Gregorius, Chandra. 2011. *Service, Quality and Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi

Usman, Husaini dan Purnomo Setiady Akbar. 2006. *Pengantar Statika*. Jakarta: PT. Bumi Aksara