

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA PRODUK THE BODY SHOP**

DI YOGYAKARTA

SKRIPSI



Disusun Oleh:

RENTI RATTEBUA'

11130017

Prodi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Yogyakarta

2018

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PRODUK THE BODY SHOP
DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI:

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi

Disusun Oleh:

RENTI RATTEBUA ‘

Nim : 11130017

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2018

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul :

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PRODUK THE BODY SHOP**

DI YOGYAKARTA

Disusun oleh ;

RENTI RATTEBUA

1130017

Dalam ujian Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana
Dan dinyatakan LULUS untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar
Sarjana Manajemen Pada tanggal 06 JUN 2018

Nama dosen

Tanda tangan

Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., MM

(Ketua Tim / Dosen Penguji)

Drs Purnawan Herdianto, MEdDev

(Dosen Penguji)

Dra. Purwani Retno Andalas, MM

(Dosen Pembimbing/ Dosen Penguji)

Yogyakarta, 25 JUN 2018

Disahkan oleh:


Dr. Singgih Santoso, MM

Ketua Program Studi Manajemen


Drs. Sisnuhadi, MBA, Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi ini dengan judul:

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK

TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PRODUK THE BODY SHOP DIYOGYAKARTA

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

Yogyakarta, 25 Juni 2018

Penulis



Renti Rattebua'

11130017

HALAMAN MOTTO

“ Hormatilah Ayahmu Dan Ibumu Supaya Lanjut Umurmu Ditanah Yang Diberikan Tuhan Allahmu,Kepadamu “

(Keluaran 20 : 12)

“Diberkatilah Orang Yang Mengandalkan Tuhan Yang Menaruh Harapannya Pada Tuhan “

(Yeremia 17 : 7)

“ Tidak ada jalan yang sunak menuju keberhasilan ,tidak mungkin tiba-tiba datang begitu saja. Tetapi mereka yang mau berjuang,berikhtiar dan bekerja keraslah yang akan meraih cita-cita nya itu

(Susilo Bambang Yudhoyono)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Laporan Skripsi Ini Saya Dipersembahkan Kepada:

- + Allah Didalam Nama Yesus Kristus
- + Kedua Orang Tua Saya
- + Kakak Dan Adik Saya
- + Dosen Pembimbing Saya Ibu Dra. Purwani Retno Andalas,MM
- + Seluruh Dosen Fakultas Bisnis Ukdw
- + Almamater Universitas Kristen Duta Wacana (Ukdw)
- + Sahabat Tercinta

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul ***“Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Produk The Body Shop Diyogyakarta”***. Penulisan ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi Pada Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana .

Penulisan menyadari bahwa selama persiapan ,penyusunan ,hingga terselesainya skripsi ini,tidak lepas dari bantuan ,dukungan dan bimbingan berbagai pihak untuk memperlancar skripsi ini .untuk itu dengan ketulusan dan kerendahan hati ,penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan kasih-Nya yang tidak pernah berkesudahan dalam kehidupan saya,yang Tuhan telah menyertai saya dari awal perkuliahan sampai dengan selesainya penulisan Skripsi ini.
2. Orang tua tercinta yang selalu memberikan dukungan dan motivasi untuk saya lewat doa serta selalu memberikan nasehat untuk saya dengan kasih sayang yang tulus dan pengorbanan secara materi sehingga saya dapat menyelesaikan kuliah dan Skripsi ini tepat waktu dan terselesaikan dengan baik.
3. Bapak Dr.Singgih Santoso,MM, selaku dekan fakultas bisnis ,Universitas Kristen Duta Wacana.
4. Bapak Drs . Sisnuhadi ,MBA.,Ph.D ,selaku wakil dekan 1 fakultas bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
5. Ibu Dra.Purwani Retno A,Dra ,Mm selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar memberikan bimbingan dan saran-saran dalam penulisan Skripsi ini sehingga selesai tepat waktu.
6. Bapak Edy Nugroho,SE.,MSc. yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membantu saya dalam mengolah data Skripsi.

7. Seluruh keluarga terkasih di Balikpapan dan di Toraja yang tidak pernah berhenti memberikan motivasi dan doa kepada saya.
8. Para sahabat terkasih yaitu (Caroline, Ninik, Elis, Anton, Desla, Jeanette, dan Victor) yang sudah bersama-sama dalam suka dan duka melewati perkuliahan ini dari awal sampai selesainya Skripsi ini, menjadi motivator dan saudara yang baik.
9. Teman-teman Manajemen 2013 yang telah membagikan ilmu dan kebahagiaan selama masa perkuliahan.
10. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak demi kesempurnaan laporan ini.

Besar harapan, semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua, khususnya bagi pembaca untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan serta berguna untuk penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 25 juni 2018

Penulis,



Renti rattebua

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGANTAR.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAKSI.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	2
1.3. Tujuan Masalah.....	3
1.4. Manfaat Penelitian.....	3

BAB II.	LANDASAN TEORI.....	5
2.1.	Pengertian Produk.....	5
2.1.1.	Definisi Kualitas Produk.....	5
2.1.2.	Dimensi Kualitas Produk.....	7
2.2.	Pengertian Citra Merek.....	9
2.2.1.	Faktor- Faktor Yang Membentuk Citra Merek	9
2.3.	Pengertian Kepuasan Pelanggan	10
2.3.1.	Manfaat kepuasan pelanggan.....	10
2.4.	Penelitian Terdahulu.....	11
2.5.	Kerangka Pemikiran.....	12
2.6.	Hipotesis Penelitian.....	12
BAB III.	METODE PENELITIAN.....	13
3.1.	Data.....	13
3.1.1.	Pengumpulan dan sampel penelitiann	14
3.2.	Definisi Operasional Variabel Dan Pengukuran.....	15
3.2.1.	Definisi Operasional.....	15
3.3.	Metode Analisis Data.....	16
3.3.1.	Uji Validitas.....	16
3.3.2.	Uji Reliabilitas.....	17
3.3.3.	Analisis Deskriptif.....	19
3.3.4.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	19
3.3.5.	Koefisien Determinasi.....	22

BAB IV. HASIL PENELITIAN	23
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	23
4.1.1. Objek Penelitian	23
4.1.2. Sejarah Produk The Body Shop	23
4.1.3. Produk The Body Shop	24
4.1.4. Pengertian Macam –Macam Produk The Body Shop	25
4.2. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	27
4.2.1. Analisis Validitas	27
4.2.2. analisis Reliabilitas.....	29
4.3. Deskripsi Karakteristik Deskriptif.....	29
4.3.1. Jenis Kelamin	30
4.3.2.Usia.....	30
4.3.3. Pekerjaan	31
4.3.4. Pendapatan	32
4.3.5. Rutinitas Berpelanggan	32
4.3.6. Frekuensi Kunjungan	33
4.4. Pengujian hipotesis.....	34
4.4.1. Koefisien Determinasi	35
4.4.2. Uji T (T Test).....	36
4.4.3. Uji F (F Test) Pekerjaan	37
4.5. Pembahasan Hasil.....	38
4.5.1. Variabel kualitas produk	38
4.5.2 Variabel Citra Merek	39

BAB V	Penutup	40
	5.1. Kesimpulan	41
	5.2. Keterbatasan Penelitian	41
	5.3. Saran.....	41
	5.3.1 Kepada Pihak Perusahaan.....	41
	5.3.2 Kepada Pihak The Body Shop	41
	5.3.3 Bagi Penelitian.....	42
DAFTAR PUSTAKA		43
LAMPIRAN.....		46

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas.....	28
Tabel 4.2. Hasil Reliabilitas	29
Tabel 4.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	30
Tabel 4.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	30
Tabel 4.5. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	31
Tabel 4.6. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	32
Tabel 4.7. Deskripsi Responden Berdasarkan Rutinitas Berlangganan.....	32
Tabel 4.8. Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	33
Tabel 4.9. Hasil Regresi Linier Metode OLS.....	34
Tabel 4.10. Analisis Regresi Untuk Koefisien Determinasi.....	35
Tabel 4.11. Uji T.....	36
Tabel 4.12. Uji F.....	37

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.5. Kerangka Pemikiran.....	12

©UKDWN

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Kuesioner.....	47
Data Uji Validitas Dan Reliabilitas (N=30).....	51
Data Penelitian (N = 100).....	55
Surat ijin Penelitian	57
Formulir Revisi judul skripsi.....	58

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada Produk The Body Shop Di Yogyakarta.

Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah konsumen pada produk the body shop di Yogyakarta. Sampel untuk penelitian ini adalah konsumen yang membeli dan mengonsumsi produk-produk The Body Shop. Jumlah sampel diambil 100 responden. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *Purposive Sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan membagikan kuesioner. Adapun metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda.

Dari hasil analisis data menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merek terhadap secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Produk The Body Shop Di Yogyakarta.

Kata kunci : Kualitas Produk ,Citra Merek,Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality and brand image towards customer satisfaction on The Body Shop Products In Yogyakarta.

The population studied in this research is the consumer of the body shop products in Yogyakarta. Samples for this research are consumers who buy and consume The Body Shop products the number of samples taken 100 respondents. Method of sampling in this research is done by Purposive Sampling. Data collection used in this research is koesioner. Data analysis method in this research using multiple regression analysis.

From the results of analysis indicate that product quality and brand image to customer satisfaction in both persial and simultant have significant effect toward customer satisfaction of The Body Shop Product In Yogyakarta.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Customer Satisfaction

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada Produk The Body Shop Di Yogyakarta.

Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah konsumen pada produk the body shop di Yogyakarta. Sampel untuk penelitian ini adalah konsumen yang membeli dan mengonsumsi produk-produk The Body Shop. Jumlah sampel diambil 100 responden. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *Purposive Sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan membagikan kuesioner. Adapun metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda.

Dari hasil analisis data menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merek terhadap secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Produk The Body Shop Di Yogyakarta.

Kata kunci : Kualitas Produk ,Citra Merek,Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality and brand image towards customer satisfaction on The Body Shop Products In Yogyakarta.

The population studied in this research is the consumer of the body shop products in Yogyakarta. Samples for this research are consumers who buy and consume The Body Shop products the number of samples taken 100 respondents. Method of sampling in this research is done by Purposive Sampling. Data collection used in this research is koesioner. Data analysis method in this research using multiple regression analysis.

From the results of analysis indicate that product quality and brand image to customer satisfaction in both persial and simultant have significant effect toward customer satisfaction of The Body Shop Product In Yogyakarta.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Customer Satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan dunia bisnis setiap perusahaan dihadapkan oleh banyak persaingan dunia yang semakin ketat. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut setiap perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta dapat memenangkan persaingan memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui produk dan merek yang berkualitas dengan harga bersaing. Untuk mencapai hal ini dapat dilakukan dengan cara mengembangkan produk dan membangun citra merek lebih baik dari para pesaing yang ada. Dengan implementasi strategi pemasaran akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan serta kepuasan tersendiri bagi pelanggan dalam arti, dengan memahami kebutuhan konsumen maka perusahaan akan memperoleh informasi yang penting mengenai konsumen yang merupakan landasan keberhasilan suatu perusahaan untuk membangun strategi pemasaran. Dengan ini kita bisa melihat dan menyatakan bahwa salah satu faktor kunci yang menjadi perhatian perusahaan adalah memelihara kepuasan pelanggan.

Produk *THE BODY SHOP* telah menjadi bagian dari perkembangan dunia bisnis, dan salah satu kelebihan produk *THE BODY SHOP* adalah produk yang ramah lingkungan. Perusahaan, mengintegrasikan segala aspek bisnisnya terhadap lingkungan melalui *green marketing*. Produk kosmetik hijau merek *THE BODY SHOP* produk perawatan tubuh dan kecantikan yang sejak dua tahun belakang telah mengembangkan sayapnya ke dunia *online* bagi kepuasan pelanggan. Produk *THE BODY SHOP* yang lengkap siap untuk memenuhi kebutuhan pelanggan berbagai produk perawatan tubuh, perlengkapan mandi, perawatan wajah, perawatan kulit tersedia dengan

lengkap. Seluruh produk perawatan menggunakan bahan baku yang alami. Dengan ini produk *THE BODY SHOP* pembawa kecantikan sejati berasal dari kepercayaan diri, vitalitas dan pikiran positif, berusaha untuk membangkitkan rasa percaya diri melalui produk *THE BODY SHOP*. yang memencarkan aura dan mengekspresikan kepribadian bagi pelanggan yang unik. Perusahaan membangun komitmen bersama untuk menjadi sebuah bisnis yang mendorong kebaikan, sebuah bisnis yang memiliki nilai etika yang baik dalam menjalankan bisnis produk *THE BODY SHOP* telah merambah konsumen di Yogyakarta.

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan produk *THE BODY SHOP* di Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan –permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan produk *THE BODY SHOP* Di Yogyakarta?
- b. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan produk *THE BODY SHOP* Di Yogyakarta?
- c. Apakah kualitas produk dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan produk *THE BODY SHOP* Di Yogyakarta?

1.2 Tujuan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai yaitu:

- a. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan produk *THE BODY SHOP* Di Yogyakarta.
- b. Untuk Mengetahui Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk *THE BODY SHOP* Di Yogyakarta.
- c. Untuk Mengetahui Pengaruh Secara Simultan Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk *THE BODY SHOP* Di Yogyakarta.

1.3 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak,antara lain:

- a. Bagi Penulis

Menambah wawasan ,pengalaman ,dan keterampilan dari ilmu yang telah didapat serta dapat mempraktekannya dilapangan .

- b. Bagi Penelitian Berikutnya

Bagi peneliti berikutnya ,hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber inspirasi dan referensiterutama dalam bidang kualitas produk ,citra merek ,dan kepuasan pelanggan.

- c. Bagi Akademik

Dapat menambah sumber informasi yang berguna terhadap dunia akademik, khususnya

1.4 Batasan Penelitian

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus agar tidak menjadi lebih luas.maka dengan demikian penulisan membatasi atas ruang lingkup masalahnya dapat kita lihat sebagai berikut:

- a. Penelitian ini dilakukan terhadap Produk *THE BODY SHOP* Di Yogyakarta , khususnya tentang kepuasan pelanggan.
- b. Jumlah responden 100 orang.
- c. Penelitian ini dilakukan selama bulan januari – Desember 2017
- d. Karakteristik responden yang diteliti meliputi:
 1. Usia
 2. Jenis kelamin
 3. Pekerjaan
 4. Tingkat pendapatan
 5. Frekuensi Kunjungan Pembelian *THE BODY SHOP* perbulan .

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa diperoleh nilai probabilitas (sig.) $t_{\text{-hitung}}$ (0,014) < *Level of Significant* (0,05), maka disimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna produk *The Body Shop* di Yogyakarta. Hal ini berarti , bahwaKepuasan Pelanggan produk *The Body Shop* di Yogyakarta ditentukan oleh baik atau tidaknya kualitas produk.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa diperoleh nilai probabilitas (sig.) $t_{\text{-hitung}}$ (0,001) < *Level of Significant* (0,05), maka disimpulkan bahwa Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna produk *The Body Shop* di Yogyakarta. Hal ini berarti , bahwaKepuasan Pelanggan produk *The Body Shop* di Yogyakarta ditentukan oleh kekuatan citra merk *The Body Shop* di benak pelanggannya.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa diperoleh nilai probabilitas (sig.) $F_{\text{-hitung}}$ (0,000) < *Level of Significant* (0,05), maka disimpulkan bahwa Kualitas Produk dan Citra Merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna produk *The Body Shop* di Yogyakarta.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mempunyai keterbatasan penelitian agar bermanfaat pada penelitian mendatang .keterbatasan dapat dijelaskan berikut ini :

- A Dalam Penelitian ini hanya dilakukan di wilayah kota Yogyakarta saja serta memiliki keterbatasan . penelitian dengan responden sebanyak 100 responden yang merupakan pelanggan yang pernah menggunakan Produk The Body Shop di Yogyakarta, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan.
- B Penelitian ini menyediakan kuesioner dengan jawaban tertutup,sehingga memaksa responden . untuk mengisi jawaban sesuai dengan pilihan yang disediakan oleh penulis.
- C Variable independen yang diteliti hanya kualitas produk dan citra merek .

5.3. Saran

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan atau referensi bagi pihak –pihak yang berkepentingan .Adapun saran –saran yang diajukan penulis antara lain:

- 5.3.1 **Kepada Pihak Perusahaan *THE BODY SHOP*** di Yogyakarta agar mempertahankan kualitas produk yang terjangkau dan citra merek yang memuaskan agar konsumen dapat menjadi pelanggan yang setia menggunakan produk *THE BODY SHOP* .
- 5.3.2 **Kepada Pihak *THE BODY SHOP*** disarankan pula untuk terus mengembangkan kualitas produk agar pelanggan bisa bertahan dan bahkan semakin bertambah .serta kepuasan pelanggan juga ikut semakin meningkat.

5.3.3 Bagi Penelitian Selanjutnya ,disarankan untuk menambah variabel lain yang memiliki hubungan dan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan agar hasil penelitian dapat lebih berkembang lagi serta dapat memberikan informasi lebih banyak lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma.2011.*Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*.Penerbit ,Alfa Beta,Bandung.
- Astri Ayu Lutfiana,Saryadi,Andi Wijayanto.2013.*Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Air Minum Merek AQUA* , Universitas Diponegoro Semarang.
- Arikunto, S.2009.*Prosedur Penelitian*.Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, Saifuddin.2003.*Reliabilitas Dan Validitas*.Yogyakarta:Pustaka Pelajar.
- Evawati . 2012. *Kualitas Produk dan Citra Merek (Brand Image) Mc Donald : Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen*.Universitas Mercu Buana.Yogyakarta.
- Fatimah,2012:41-42.*Artikel Sejarah Produk The Shop* .Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler dan Amstrong. 2008. *Principles Of Marketing*,Penerjemah Bob Sabran .Edisi ke tigabelas,Erlangga.Jakarta.
- Kotler dan Amstrong.2009.*Marketing Management* ,Penerjemah Bob Sabran. Edisi Ketiga Belas ,Erlanggan,Jakarta.
- Kotler dan Keller.2008.*Manajemen Pemasaran* .Jilid 1. Edisi ke 13 . Jakarta : Erlangga.

Kotler dan Keller.2008.*Manajemen Pemasaran*.Jilid 1. Edisi ke 13 . Jakarta : Erlangga.

Keller ,L.1993.*How To Manage Brand Equity*.Jakarta: Gramedia Pustaka.

Kotler, 1997.*Manajemen Pemasaran Jasa* .Edisi 3.Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Linda Nita Dewi .2014.*Jurnal Manajemen Pemasaran.Analisis Pengaruh Kualitas Produk,Citra Merek,Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pengguna Produk Advan Dikota Semarang* .

Murdan.2003.*Analisis Prosentase*.jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Nugroho.2011. *Statistik Pendidikan Dan Aplikasi*.jakarta: Gramedia Pustaka

Ni Putu Hani Susanti .2013.*Jurnal Manajemen Pemasaran.Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Produk Kosmetik Hijau Merek The Body Shop*)

Orviie ,Larrebbe ,Dan Body .2005.*Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global*.Jakarta; Erlanggan Utama.

Paula Dinar Widya Pranastiti,2012.*Hubungan Antara Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen Dengan Word Of MouthCommunication Pada Manasiswa Pengguna Blackberry* .Universitas Surabaya.

Priska Nita Anggraeni .2014.*Jurnal Manajemen Pemasaran .Analisis Pengaruh Citra Merek Tehadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Mediasi Pada Produk Viva Kosmetik Dikota :Surabaya*.

Rangkuti.2002: 75-78.*Riset Pemasaran*.Jakarta :PT.Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono.2007.*Metode Penelitian*.Bandung:Alfabeta.

Sugiyono.2012.*Statistik Untuk Penelitian*.Bandung:Alfabeta.

Santoso, Singgih.2011.*Buku Latihan SPSS*.Jakarta:Felix Media Komputindo.

Tjiptono.2008.*Strategi Pemasaran* .Andi Offset .Yogyakarta.

©UKDWN