

ARTIKEL ILMIAH

**ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN PONSEL Z
CELL NOGORI PASIR PENGARAIAN**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian



OLEH :

RODIAH

NIM : 1125026

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN

2015

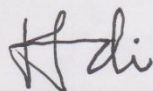
LEMBAR PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

**ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN PONSEL Z CELL NOGORI
PASIR PENGARAIAN**

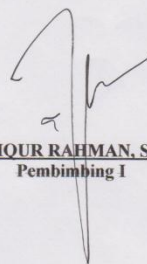
**Karya Ilmiah ini dibuat Sebagai Salah Satu Syarat Kelulusan
Studi Sarjana (S-1) di Universitas Pasir Pengaraian**

Ditetapkan dan disahkan di Pasir Pengaraian
Pada Tanggal, November 2015

Oleh:

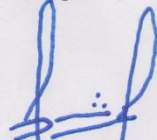


HAMDI SARI MARYONI M.Ec.Dev
Pembimbing II



ARRAFIQUR RAHMAN, SE., MM
Pembimbing I

Mengetahui,



SEPRINI, SE., MM
Ketua Program Studi

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Rodiah
Nomor mahasiswa : 1125026
Program studi : Manajemen S1
Judul Skripsi : ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN PONSEL Z
CELL NOGORI PASIR PENGARAIAN (Studi pada
Ponsel Z Cell Nogori Pasir Pengaraian)

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa yang tertulis dalam skripsi ini benar-benar karya saya sendiri, tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk apapun tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari skripsi ini terbukti hasil salinan atau tiruan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Pasir Pengaraian, Juli 2015

Yang Membuat Pernyataan


6000
ENAM RIBURUPIAH
(RODIAH)

ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN PONSEL Z CELL NOGORI PASIR PENGARAIAN

Rodiah92@gmail.com

Rodiah, Arrafiqur Rahman, Hamdi Sari Maryoni

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Loyalitas Pelanggan Ponsel Z Cell Nogori Pasir Pengaraian. Populasi penelitian ini adalah pelanggan ponsel Z Cell Nogori Pasir Pengaraian dan sampel yang diambil sebanyak 96 responden, dipilih dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan. Metode pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Untuk menganalisis menggunakan metode analisis deskriptif dengan menggunakan teknik TCR (Tingkat Capaian Responden). Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa dimensi Melakukan pembelian secara teratur (80,8%), dimensi membeli antar lini produk atau jasa (88,1%), dimensi merekomendasikan kepada orang lain (86,6) dan dimensi kekebalan terhadap tarikan dari pesaing (85,6%)

Kata kunci : *Loyalitas Pelanggan*

Abstract

Human Resources is a very important element for any company, because the success or failure of a company depends on its human resources. Every company is looking for people who are high IQ, with the hope of getting a qualified workforce that can eventually bring the company to a better direction. This study aims to determine the effect of Intelligence Quotient (IQ) on the performance of employees of the Bank Rakyat Indonesia (BRI) Pengaraian Sand Unit 1. Total population of 25 people and the technique of sample census techniques. In this study, the data used are primary data and secondary data analysis technique used is simple linear regression and hypothesis testing using the T-test test and correlation coefficient and coefficient of determination. Regression $Y = 34.114 + 0.824X$ of this study it can be concluded that based on the statistical test that the variable Intelligence Quotient (IQ) effect on performance. From this study adjusted R^2 values obtained for 0.599, it means that 59.9% of employees affect the performance IQ

Keywords:

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Perkembangan dan kemajuan teknologi yang semakin menglobal membawa dampak pada dunia usaha. Adanya perkembangan dan kemajuan teknologi, dunia usaha dituntut untuk selalu dapat bersaing dalam hal mutu produk barang dan jasa. Salah satu kemajuan teknologi tersebut adalah dibidang komunikasi yang ditandai dengan adanya berbagai alat komunikasi yang diciptakan untuk memudahkan sistem komunikasi bagi masyarakat.

Dalam upaya penciptaan loyalitas konsumen harus selalu diikuti dengan evaluasi terhadap tingkat loyalitas yang dicapai oleh konsumennya. Hal ini sangat diperlukan karena dengan mengetahui loyalitas konsumen perusahaan akan mampu mengetahui strategi pemasaran yang akan digunakan pada masa yang akan datang dengan baik. Selain itu perusahaan harus dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, sehingga konsumen dapat tertarik dan dapat loyal terhadap perusahaan. Dengan tujuan dapat mencapai keuntungan yang maksimal untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya.

Semakin meningkatnya dan keinginan masyarakat untuk menggunakan *handphone* demi memudahkan pekerjaan dan kegiatan yang ada, maka hal itu juga mendorong sebagian dari masyarakat untuk menyaring peluang bisnis yang ada dengan membuka usaha di bidang penjualan *handphone*, penjualan pulsa dan *service handphone*. Sering dijumpai Ponsel dipinggiran jalan raya, khususnya di Jl.Tuanku Tambusai.

Usaha Ponsel di pinggir jalan memang banyak, seakan-akan mereka berlomba-lomba dan bersaing dalam bisnis tersebut, karena Jl.Tuanku Tambusai ini adalah salah satu jalan utama yang paling ramai. Sehingga di sepanjang Jl.Tuanku Tambusai banyak sekali kita jumpai bermacam-macam bisnis usaha kecil menengah, salah satunya usaha ponsel, yang semakin hari

semakin bertambah jumlahnya, Hal itu dapat di lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1 Data Ponsel yang ada di Pasir Pengaraian, Kec. Rambah

No	Nama Counter	Alamat
1.	Z Cell	Jl. Tuanku tambusai, Nogori
2.	Friend's Ponsel	Jl. Tuanku tambusai, Simpang Supra
3.	Global Ponsel	Jl. Tuanku tambusai, Kampung Padang
4.	Be De Pe	Jl. Diponegoro no. 23
5.	Pelita Ponsel	Jl. Tuanku tambusai, Pasir Putih
6.	Ikhsan ponsel	Jl. Tuanku tambusai
7.	Husin Ponsel	Jl. Tuanku tambusai, Kampung Padang
8.	Fara Ponsel	Jl. Tuanku tambusai, Kampung Padang
9.	Sayyidina Ponsel	Jl. Tuanku tambusai, Kampung Padang
10.	Flash Ponsel	Jl. Tuanku tambusai, Kampung Padang
11.	Berkah Jaya Seluler	Jl. Tuanku tambusai, Nogori
12.	Sahabat Koe Ponsel	Jl. Tuanku tambusai, Pasir Putih
13.	Pasir Cell	Jl. Tuanku tambusai, Pasir Putih
14.	Multhi Phone	Jl. Tuanku tambusai, Pasir Putih
14.	Waes Ponsel	Jl. Tuanku tambusai, Pasir Putih
16.	Tasya Ponsel	Jl. Tuanku tambusai, Pasir Putih
17.	Oje Ponsel	Jl. Tuanku tambusai, Pasir Putih
18.	Hz Ponsel	Jl. Tuanku tambusai, Pasir Putih
19.	A Cell Flasher	Jl. Tuanku tambusai,

		Pasir Putih
20.	V Cell	Jl. Diponegoro
21.	Anses Ponsel	Jl. Diponegoro
22.	Master Cell	Jl. Tuanku tambusai, Pasir Putih

Sumber : Data Survey 2015

Di antara 22 ponsel yang ada, Z Cell merupakan salah satunya yang sudah berdiri hampir selama 6 tahun, dan tetap merupakan ponsel yang bersaing dengan ponsel lain untuk menarik konsumen. Dalam persaingan bisnis ponsel tersebut sangat bervariasi, selain menjual pulsa perdana, asesoris juga menjual *handphone*, sampai dengan *service handphone*.

Tabel 2 Data Penjualan Z Cell 4 Tahun terakhir

Tahun	Jumlah	Persentase Penjualan %
2011	683.460.000	31,1%
2012	493.300.000	38,5%
2013	540.334.000	8,7%
2014	690.530.000	21,7%
Jumlah	2.407.624.000	100%

Sumber : Z Cell

Berdasarkan data di atas terlihat jelas bahwa persentase pertumbuhan penjualan dari Z Cell mengalami fluktuatif, terjadi penurunan penjualan pada tahun 2012 yang menunjukkan persentase pertumbuhan sebesar 38,5%, namun naik lagi pada tahun 2013 yaitu sebesar 8,7% terjadi nya fluktuatif pada penjualan disebabkan faktor perekonomian yang menurun dan faktor lainnya, di tambah lagi datangnya banyak pesaing dan munculnya ponsel-ponsel baru di sepanjang jalan.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang loyalitas pelanggan pada ponsel Z Cell desa nogori Pasir Pengaraian.. Dengan ini penulis mengambil judul **“ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN PONSEL Z CELL NOGORI PASIR PENGARAIAN**

A. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas maka dapat dirumuskan masalah penelitian adalah Bagaimanakah Loyalitas Pelanggan pada Z Cell Nogori Pasir Pengarian ?

B. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Loyalitas Pelanggan pada Z Cell Nogori Pasir Pengarian.

Landasan Teori

1. Pemasaran

Menurut MsCharthy dalam Oldy (2010:25) ”*marketing-mix tools of four broad kinds, which he called the four Ps of marketing: product, price, place, and promotion*”. Bauran pemasaran memiliki empat jenis yang mana disebut dengan 4P : produk, harga, tempat, dan promosi. ada empat jenis. Dimana 4P tersebut saling terkait satu sama lain untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran yang merupakan strategi yang dijalankan oleh perusahaan.

2. Perilaku Konsumen

Schiffman dan Kanuk dalam Ujang Sumarwan (2011:4), Perilaku konsumen adalah proses yang dilalui oleh seorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan bertindak pasca konsumsi produk dan jasa, maupun ide yang diharapkan dapat

3. Pelanggan

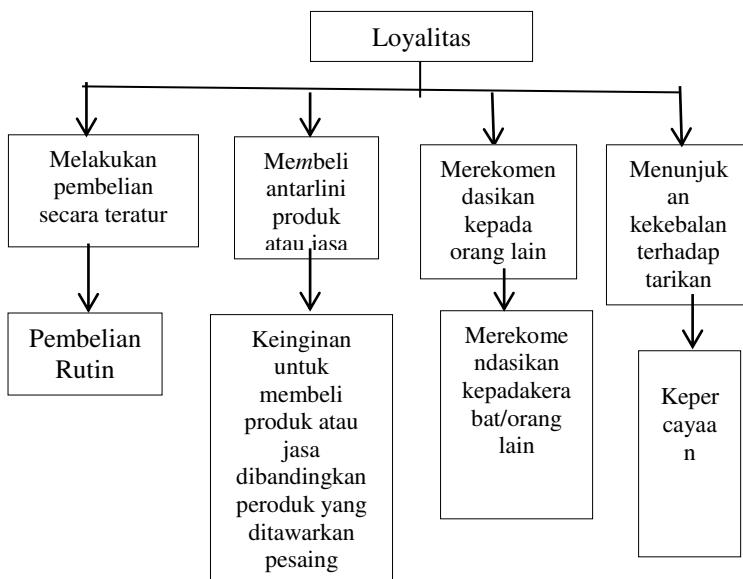
Rangkuti (2009:318) mengemukakan bahwa Pelanggan adalah orang yang mengkonsumsi atau menggunakan produk atau jasa. Seseorang bisa disebut pelanggan tanpa perlu membeli produk atau jasa, melainkan cukup hanya mengkonsumsi atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

4. Loyalitas

Indikator loyalitas menurut Griffin dalam Ma'aza Baralwi (2012:20) adalah :

1. Melakukan pembelian secara teratur
2. Membeli Antarlini Produk dan Jasa
3. Mereferensikan kepada orang lain (*refers other*)
4. Menunjukkan Kekebalan Terhadap Tarikan Pesaing

B. Alur Pikir Penelitian



Sumber : Jill Griffin dalam Baralwi (2012: 25)

Gambar1 Alur Pikir Penelitian

oOo

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen atau para pembeli pada Z CELL yang jumlahnya tidak terhingga. Populasi ini merupakan populasi tak terbatas karena tidak diketahui secara pasti ukuran populasi sebenarnya dari pelanggan Z CELL. Populasi ini juga

bersifat heterogen yang dapat dilihat dari beragamnya usia, jenis kelamin, dan pendidikan.

Dengan rumus jumlah sampel dapat ditentukan sebagai berikut:

$$n = \frac{1(Z_{0,05/2})^2}{4(0,01)}$$
$$n = \frac{1(1,96)^2}{4(0,01)}$$
$$n = \frac{1(3,8416)}{0,04}$$

n= 96,04 Maka jumlah sampel yang akan diambil sebanyak 96 responden

A. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini berupa :

- a. Data Kualitatif
- b. Data Kuantitatif

Sumber data dalam penelitian ini berupa :

- a. Data primer
- b. Data

B. Teknik Pengambilan Data

Metode pengumpulan data yang dipergunakan pada penelitian ini adalah:

1. Observasi
2. Kuesioner
3. Wawancara (*interview*)

C. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan dalam pengumpulan data. Instrument dalam penelitian ini yaitu lembar kuesioner yang berisikan pertanyaan-pertanyaan dengan beberapa alternatif jawaban yang masing-masing mempunyai nilai yang berbeda. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert yang mempunyai gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif dan untuk keperluan analisis kualitatif, maka jawaban ini dapat diberi skor yaitu 1 sampai 5. Adapun uji instrumen dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis pengujian yaitu:

1. Uji validitas
2. Uji reliabilitas

Untuk menentukan frekwensi masing-masing pilihan jawaban dihitung dengan cara merekapitulasi jawaban masing-masing responden dan selanjutnya dihitung persentase masing-masing frekwensi dengan rumus : $F = F/n \times 100\%$.

Menghitung besarnya nilai skor total dihitung dengan rumus :

$$\text{Skor Total} = \sum (F_i \times \text{Skalai})$$

Menghitung besarnya nilai rata-rata dihitung dengan rumus :

$$\text{Rata-rata} = \text{Skor total}/n$$

Dan selanjutnya nilai TCR dihitung dengan rumus sebagaimana yang telah dijelaskan diatas.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Data Penelitian

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Validitas

Uji validitas dalam penelitian menggunakan *SPSS for windows version 18* dan menyebutkan bahwa analisis item/butir tersebut dinyatakan sebagai *Corrected Item-Total Correlation* dan batas kritis untuk menunjukkan item yang valid pada umumnya adalah 0,230.

Suatu alat ukur dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila alat tersebut memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud yang dilakukannya pengukuran. Berdasarkan hasil penelitian terhadap 96 pelanggan Z Celluler (Z Cell) diperoleh hasil item pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.6 Hasil uji validitas

Item	<i>r</i> <i>hitung</i>	<i>r</i> <i>tabel</i>	Keterangan
Pernyataan 1	0,448	0.195	Valid
Pernyataan 2	0,510	0.195	Valid
Pernyataan 3	0,472	0.195	Valid
Pernyataan 4	0,639	0.195	Valid
Pernyataan 5	0,640	0.195	Valid
Pernyataan 6	0,551	0.195	Valid
Pernyataan 7	0,548	0.195	Valid

Pernyataan 8	0,633	0.195	Valid
Pernyataan 9	0,550	0.195	Valid
Pernyataan 10	0,634	0.195	Valid
Pernyataan 11	0,599	0.195	Valid
Pernyataan 12	0,530	0.195	Valid
Pernyataan 13	0,599	0.195	Valid
Pernyataan 14	0,560	0.195	Valid
Pernyataan 15	0,439	0.195	Valid

Sumber : Data diolah 2015

Berdasarkan tabel di atas yakni hasil uji validitas maka dapat dijelaskan bahwa untuk variabel loyalitas pelanggan Z Celluler (Z Cell) dengan 16 item pernyataan, maka semua item pernyataan valid sebab semua item Pernyataan sudah di atas 0,195.

b. Reliabilitas

Untuk pengukuran reliabilitas pada penelitian ini menggunakan *one shot* atau pengukuran sekali saja, dengan menggunakan program *SPSS 18* yang memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji *statistic Alpha Cronbach* dan dinyatakan *reliable* bila $\alpha \text{ cronbach} \geq 0,60$.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan terhadap 96 pelanggan Z Celluler (Z Cell) diketahui bahwa item pernyataan variabel reliabel dan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.7 hasil uji reliabilitas

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.754	.823	15

Sumber : Data diolah 2015

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis diatas mengenai loyalitas pelanggan pada ponsel Z Celluler (Z Cell) dapat diketahui bahwa loyalitas pelanggan secara umum menunjukkan dalam keadaan yang baik. Hal ini dapat terlihat dari jawaban responden yang sebagian besar menjawab setuju terhadap pernyataan yang diajukan.

Hasil penelitian yang dilakukan di ponsel Z Celluler (Z Cell) berdasarkan dengan kuisisioner yang disebarkan pada 96 responden yang dipilih dapat diketahui bahwa dari persentase yang hampir sama antara pelanggan laki-laki dan pelanggan perempuan menunjukkan bahwa pelanggan yang datang dan melakukan transaksi di Z Cell tidak terbatas pada jenis kelamin tertentu. Dari persentase yang ada, dapat terlihat bahwa mayoritas pelanggan Z Cell adalah pelanggan yang tergolong usia remaja atau usia muda dengan rentang usia di atas 20 tahun sampai dengan 30 tahun, hal ini disebabkan karena pada saat usia ini, gaya hidup dan kebutuhan seseorang lumayan tinggi. Tetapi terdapat juga pelanggan dengan usia diatas 40 tahun yang datang dan melakukan transaksi meskipun jumlahnya tidak sebanyak pelanggan dengan usia 20-30 tahun. diketahui bahwa responden terbanyak adalah responden dengan pendidikan terakhir SMA dan diketahui penghasilan responden terbanyak yaitu \geq Rp 1 juta - Rp 2 juta dengan jumlah 35 orang.

Dari analisis deskriptif hasil penelitian dimensi pertama Melakukan pembelian secara teratur yaitu tentang pembelian rutin pelanggan Z Celluler (Z Cell nilai TCR rutin sebesar 80,8% dengan klasifikasi tingkat capaian responden pada kriteria tinggi. Dimensi Membeli antarlini produk atau jasa sebesar 88,1% dengan klasifikasi tingkat capaian responden pada kriteria tinggi. Dari hasil tabel dia atas dapat dilihat ternyata pelanggan cukup loyal pada Z Cell hal itu terlihat dari hasil TCR yang menunjukkan berada pada 85 %. Nilai TCR terhadap dimensi kekebalan terhadap tarikan dari pesaing sebesar 82,4% dengan klasifikasi tingkat capaian responden pada kriteria tinggi. Dimensi Merekomendasikan kepada orang 86,6% dan dimensi kekebalan terhadap tarikan pesaing rata-rata TCR 85,6%.

Untuk mempertahankan loyalitas dari pelanggan, perusahaan harus lebih memperhatikan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.. Sebagai perusahaan yang

bergerak dalam bidang pelayanan jasa, maka pelayanan haruslah diutamakan. Kualitas pelayanan itu sendiri dapat diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Mencermati perkembangan teknologi komunikasi dewasa ini, adanya kemudahan yang diperoleh dari komunikasi dan informasi muncul kompetisi yang sangat ketat dari para pelaku bisnis. Kompetisi tersebut menimbulkan efek yang positif pada nilai yang dirasakan pelanggan. Tentu saja para pelaku bisnis akan berusaha untuk mempertahankan pelanggan serta berusaha untuk menciptakan atau meningkatkan kepuasan pelanggan agar pelanggannya lebih loyal.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Loyalitas pelanggan Z Celluler (Z Cell) Nogori Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu secara umum berada dalam kategori tinggi. Melakukan pembelian secara teratur, Membeli antarlini produk atau jasa, Merekomendasikan kepada orang lain, Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing
2. TCR atau tingkat pencapaian responden dari seluruh dimensi rata-rata diatas 80%. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa dimensi Melakukan pembelian secara teratur (80,8%), dimensi membeli antarlini produk atau jasa (88,1%), dimensi merekomendasikan kepada orang lain (86,6) dan dimensi kekebalan terhadap tarikan dari pesaing (85,6%)

Saran

Penelitian ini terbatas hanya untuk mengetahui loyalitas pelanggan Z Celuler (Z Cell). Lebih jauh, penelitian lanjutan dapat dilakukan untuk menentukan yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam pembelian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dapat diketahui bahwa loyalitas pelanggan Z Celuler (Z Cell) telah baik dan telah mendapat respon yang baik dari para pelanggannya. Sebaiknya Z Celuler (Z Cell) harus mempertahankan hal tersebut agar dapat mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan juga untuk menarik pelanggan barunya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggara, Bayu. 2014. <http://babayu.blogspot.com/10/pengertian-perilaku-konsumen-tujuan.html>. Di akses, 1 Mei 2015
- Ardhana. Oldy. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Bengkel Caesar Semarang)*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang. 1 Mei 2015
- Assauri, Sofjan, 2010, *Manajemen Pemasaran*, Cetakan ke-10, Rajawali Pers, Jakarta.
- Baralwi, Ma'aza K. 2012. *Pengaruh diskonfirmasi positif, kepuasan dan loyalitas terhadap informasi dari mulut ke mulut pengunjung taman kota di Surabaya*. Jurnal STIE Perbanas Surabaya. 1 April 2015
- Damanik, Ericson. <http://xerma.blogspot.com/2014/04/pengertiandefinisi-loyalitas-pelanggan.html>. Di akses, 2 Mei 2015
- Daryanto. 2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Cetakan Pertama. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Efrika, Beni. 2013. *Analisis keputusan Konsumen dalam Melakukan Pembelian pada Swalayan S-Mart Pasir Pengaraian*. Skripsi Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
- Griffin, Jill. 2010. *Customer Loyalty How To Earn it, How Keep It I*. Kentucky: McGraw Hill
- Fatkhiatul, Inayah. 2014. *Loyalitas Pelanggan*. Diakses, 3 Februari 2015
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*. Essex: Pearson Education Inc.
- Larasati, Veronica. 2013. *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Coffe Toffe Jatim Expo di Surabaya*. Vol 2. No 2
- Mashariono. 2009. *Analisis Nilai Pelanggan Yang Mempengaruhi Loyalitas (Studi Kasus Pada Bank Kopr Jetis Ponorogo*. Vol 1. No 2
- Oliver, R. L. 2010. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Customer*. New York: McGraw-Hill.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Riduwan. 2012. *Belajar Mudah Penelitian*. Bandung : Alfabeta

- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Cetakan Pertama. CAPS.
- Setiadi, Nugroho J. 2010. *Prilaku Konsumen, Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan keinginan Konsumen*. Jakarta: Cetakan Keempat. Kencana Prenada Media Group.
- Sitihardy. 2012. <http://digilib.unpas.ac.id/files/dis-k1/47/jbptunpaspp-gdl-sitihardiy-2338-2-6.babii.pdf>. Di akses 2 Mei 2015
- Suharsimi. Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik (edisi revisi)*. Yogyakarta. Rineka Cipta
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*. Bogor. Ghalia Indonesia
- Sukma, Alfi Wijaya. 2012. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada Counter HP "Jati Bird" Semarang*. 1 Mei 2015
- Sunyoto, Danang. 2013. *Prilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen)*. Yogyakarta: Cetakan Pertama. CAPS.
- Sugiyono. 2010. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung. Cetakan ke-15. CV. Alfabeta.
- Tjipto, Fandy. 2009. *Marketing Management: Pendekatan Pada Nilai-Nilai Pelanggan Edisi 2*. Bayumedia. Malang
- Yasir, Moh Arafat. 2014. *Analisis Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Kebutuhan Mencari Variasi, Kualitas Produk Android dan Promosi Penjualan Android Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Smartphone Blackberry ke Smartphone Android di Kota Semarang*. Skripsi Universitas diponegoro Semarang. 1 Mei 2015
- Yuliana Mulyani. 2009. *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pasar swalayan dengan kepuasan sebagai variabel intervening (studi kasus pada pasar swalayan luwes di purwodadi)*. Vol. 1 No. 1