

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PESERTA DIDIK YPLTBI DI LOTTE SHOPPING AVENUE KUNINGAN JAKARTA

Jonatan, Hery Kuswanto

STIE UniSadhuguna Jakarta, Indonesia

Email: jonatan_nsp@yahoo.co.id, herirayhan@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to determine how much influence the quality of service, location and learners' satisfaction to loyalty learners against two English language institutions in Jakarta. Respondents involved in this study were 78 learners, the method used is non-probability sampling, the sampling purposive. Data was collected by multiple linear regression using SPSS 23 software. Results of regression showed that the variables of service quality and significant positive effect on loyalty learners towards English language institutions, YPLTBI Lotte Shopping Avenue Kuningan Jakarta, quality of service and location together / simultaneous correlated with loyalty learners. This study shows that the loyalty of the students in the institutions of English in Jakarta, YPLTBI Lotte Shopping Avenue Kuningan Jakarta can be influenced by factors of service quality and location of the Loyalty earners.

Keywords: *quality of service; location; loyalty learners*

Pendahuluan

Seiring dengan tuntutan perkembangan jaman status bahasa Inggris sebagai bahasa internasional tidak dapat dipisahkan dengan globalisasi.

Penggunaan bahasa Inggris dalam berbagai bidang kehidupan di seluruh dunia dan peranannya yang sangat dominan di media global, forum - forum internasioanal, bisnis, politik, keuangan, diplomasi, hiburan dan olah raga internasional menunjukkan bahwa bahasa Inggris tidak hanya digunakan secara global tapi juga fakta bahwa bahasa Inggris merupakan bagian integral dari seluruh proses globalisasi.

Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, banyak bermunculan jasa kursus bahasa Inggris ataupun yang sejenisnya.

Meningkatnya minat masyarakat dalam meningkatkan kemampuan dan keterampilan berbahsa Inggris, membuat kursus-kursus bahasa Inggris memiliki prospek yang cerah dan berpotensi menjadi peluang bisnis yang cukup menguntungkan. Hal ini pula yang mendorong bisnis tersebut telah beredar di berbagai daerah dan kota untuk memenuhi permintaan pasar. Sebab bukan hanya para pelajar dan mahasiswa saja yang menjadi target pasarnya, masyarakat umum juga menjadi target pasar yang sangat berpotensi

Dengan dasar dari alasan di atas maka para investor tertarik untuk berbisnis lembaga pendidikan Bahasa. Oleh karena itu, tidak heran bila pendidikan sekolah sudah memasukkan mata pelajaran bahasa Inggris mulai dari sekolah dasar hingga

keperguruan tinggi. Hal lain menyangkut pentingnya penguasaan berbahasa Inggris karena dalam dunia kriteria ini selalu diutamakan dalam penerimaan karyawan baru.

Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2009: 610) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah peserta didik pada lembaga pendidikan bahasa Inggris YPLTBI Lotte Shopping Avenue Kuningan Jakarta.

Dalam penelitian ini, tipe penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian *survey* dengan menggunakan teknik *purpose sampling*, yaitu metode penentuan *sample* berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/*insidental* bertemu dengan peneliti (Sugiyono 2009:67). Berdasarkan *survey* kepada lembaga ini, jumlah peserta didik sebanyak 300 orang.

Hasil dan Pembahasan

1. Uji Validitas

Berdasarkan Tabel diatas, dapat dilihat bahwa untuk masing- masing pernyataan pada variabel Lokasi (X_2) seluruh instrument dapat dikatakan valid, karena nilai r_{hitung} yang dihasilkan jauh lebih besar dari pada nilai r_{tabel} yang ada untuk $n = 78$ (Tujuh puluh delapan) yaitu 0.227.

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa untuk masing-masing pernyataan pada variabel Loyalitas Peserta Didik (Y) seluruh instrument dapat dikatakan valid, karena nilai r_{hitung} yang dihasilkan jauh lebih besar dari pada nilai r_{tabel} yang ada untuk $n = 78$ (Tujuh puluh delapan) yaitu 0.227.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas pada dasarnya adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukur yang dilakukan berulang menghasilkan hasil yang relatif sama maka pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Berikut kriteria tingkat reliabilitas menurut Sugiyono (2007: 257);

Tabel 1 Kriteria Tingkat Realiabilitas

No	Interval	Kriteria
1.	<0,200	Sangat Rendah
2.	0,200-0,399	Rendah
3.	0,400-0,599	Cukup
4.	0,600-0,799	Tinggi
5.	0,800-1,000	Sangat Tinggi

Tabel 2 Realiability Statistics

<u>Cronbach'sAlpha</u>	<u>N of items</u>
.813	4

Berdasarkan tabel di atas, untuk uji reliabilitas variabel kualitas Pelayanan (X_1) dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.813, sehingga dapat disimpulkan instrumen penelitian mengenai variabel kualitas Pelayanan (X_1) adalah Reliabel.

Tabel 3 Realiability Statistics

<u>Cronbach'sAlpha</u>	<u>N of items</u>
.872	4

Berdasarkan tabel 3, untuk uji reliabilitas variabel Lokasi (X_2) dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.872, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian mengenai variabel Lokasi (X_2) adalah Reliabel.

Tabel 4 Realiability Statistics

<u>Cronbach'sAlpha</u>	<u>N of items</u>
.904	4

Berdasarkan tabel 4, untuk uji reliabilitas variabel Loyalitas Peserta Didik (Y) dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.904, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian mengenai variabel Loyalitas Peserta Didik (Y) adalah Reliabel

3. Status Pendidikan Responden

Tabel 5 Status Pendidikan Responden

<u>Keterangan</u>	<u>Frekuensi</u>	<u>Persentase</u>
SMA	38	48,7%
Diploma	28	35,9%
Sarjana/S1	9	11,5%
Pasca Sarjana	3	3,8%
Total	78	100%

Dari data 5, dapat dilihat bahwa responden dalam penelitian ini status tingkat pendidikan SMA berjumlah 38 orang atau (48%), Diploma berjumlah 28 orang atau (35,9%), Sarjana berjumlah 9 orang atau (11,5%) dan Pasca sarjana berjumlah 3 orang atau (3,8%). Hal ini dapat digambarkan bahwa secara umum status tingkat pendidikan dalam penelitian ini didominasi oleh tingkat pendidikan SMA.

Tabel 6 Hasil Uji Validitas

		<u>X₁₁</u>		<u>Valid percent</u>	<u>Cumulative percent</u>
	<u>Frequency</u>	<u>percent</u>			
Valid	1.00	9	11.5	11.5	11.5
	2.00	28	35.9	35.9	47.4
	3.00	23	29.5	29.5	76.9
	4.00	15	19.2	19.2	96.2
	5.00	3	3.8	3.8	100.0
	6.00	78	100.0	100.0	

Mengenai pernyataan pertama variabel kualitas pelayanan (X_1) yang menjawab sangat setuju sebanyak 3 orang atau 3,8%, yang menjawab setuju sebanyak 15 orang atau 19,2%, yang menjawab cukup setuju sebanyak 23 orang atau 29,5%, yang menjawab tidak setuju sebanyak 28 orang atau 35,9% dan yang menjawab sangat tidak setuju 9 orang atau 11,5%.

Tabel 7 Hasil Uji Validitas X_{12}

	Frequency	percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid 1.00	6	7.7	7.7	7.7
2.00	22	28.2	28.2	35.9
3.00	30	38.5	38.5	74.4
4.00	15	20.5	20.5	94.9
5.00	4	5.1	5.1	100.0
Total	78	100.0	100.0	

Mengenai pernyataan kedua variabel kualitas pelayanan (X_1) yang menjawab sangat setuju sebanyak 4 orang atau 5,1%, yang menjawab setuju sebanyak 16 orang atau 20,5%, yang menjawab cukup setuju sebanyak 30 orang atau 38,5%, yang menjawab tidak setuju sebanyak 22 orang atau 28,2% dan yang menjawab sangat tidak setuju 6 orang atau 7,7%.

Tabel 8 Hasil Uji Validitas X_{13}

	Frequency	percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid 1.00	12	15.4	15.4	15.4
2.00	23	29.5	29.5	44.9
3.00	25	32.1	32.1	76.9
4.00	13	16.7	16.7	93.6
5.00	5	6.4	6.4	100.0
Total	78	100.0	100.0	

Mengenai pernyataan ketiga variabel kualitas pelayanan (X_1) yang menjawab sangat setuju sebanyak 5 orang atau 6,4%, yang menjawab setuju sebanyak 13 orang atau 16,7%, yang menjawab cukup setuju sebanyak 25 orang atau 32,1%, yang menjawab tidak setuju sebanyak 23 orang atau 29,5% dan yang menjawab sangat tidak setuju 12 orang atau 15,4%.

Tabel 9 Hasil Uji Validitas X_{14}

	Frequency	percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid 1.00	3	3.8	3.8	3.8
2.00	28	35.9	35.9	39.7
3.00	30	38.5	38.5	78.2

4.00	10	12.8	12.8	91.0
5.00	7	9.0	9.0	100.0
Total	78	100.0	100.0	

Mengenai pernyataan keempat variabel kualitas pelayanan (X₁) yang menjawab sangat setuju sebanyak 7 orang atau 9,0%, yang menjawab setuju sebanyak 10 orang atau 12,8%, yang menjawab cukup setuju sebanyak 30 orang atau 38,5%, yang menjawab setuju sebanyak 28 orang atau 35,9% dan yang menjawab sangat tidak setuju 3 orang atau 3,8%.

4. Variabel lokasi (X₂)

Tabel 10 Hasil Uji Validitas X₂₁

	Frequency	percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid 1.00	9	11.5	11.5	11.5
2.00	30	38.5	38.5	50.0
3.00	20	25.6	25.6	75.6
4.00	14	17.9	17.9	93.6
5.00	5	6.4	6.4	100.0
Total	78	100.0	100.0	

Mengenai pernyataan pertama variabel lokasi (X₂) yang menjawab sangat setuju sebanyak 5 orang atau 6,4%, yang menjawab setuju sebanyak 14 orang atau 17,9%. yang menjawab cukup setuju sebanyak 20 orang atau 25,6%, yang menjawab tidak setuju sebanyak 30 orang atau 38,5% dan yang menjawab sangat tidak setuju 9 orang atau 11,5%.

Tabel 11 Hasil Uji Validitas X₂₂

	Frequency	percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid 1.00	10	12.8	12.8	12.8
2.00	24	30.8	30.8	43.6
3.00	22	28.2	28.2	71.8
4.00	18	23.1	23.1	94.9
5.00	4	5.1	5.1	100.0
Total	78	100.0	100.0	

Mengenai pernyataan kedua variabel lokasi (X₂) yang menjawab sangat setuju sebanyak 4 orang atau 5,1%, yang menjawab setuju sebanyak 18 orang atau 23,1%, yang menjawab cukup setuju sebanyak 22 orang atau 28,2%, yang menjawab tidak setuju sebanyak 24 orang atau 30,8%, yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 10 orang atau 12,8%.

Tabel 12 Hasil Uji Validitas X₂₃

	Frequency	percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid 1.00	12	15.4	15.4	15.4
2.00	23	29.5	29.5	44.9
3.00	18	23.1	23.1	67.9
4.00	18	23.1	23.1	91.0
5.00	7	9.0	9.0	100.0
Total	78	100.0	100.0	

Mengenai pernyataan ketiga variabel lokasi (X₂) yang menjawab sangat setuju sebanyak 7 orang atau 9,0%, yang menjawab setuju sebanyak 18 orang atau 23,1%, yang menjawab cukup setuju sebanyak 18 orang atau 23,1%, yang menjawab tidak setuju sebanyak 23 orang atau 29,5%, yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 12 orang atau 15,4%.

Tabel 13 Hasil Uji Validitas X₂₄

	Frequency	percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid 1.00	7	9.0	9.0	9.0
2.00	28	35.9	35.9	44.9
3.00	18	23.1	23.1	67.9
4.00	15	19.2	19.2	87.2
5.00	10	12.8	12.8	100.0
Total	78	100.0	100.0	

Mengenai pernyataan keempat variabel lokasi (X₂) yang menjawab sangat setuju sebanyak 10 orang atau 12,8%, yang menjawab setuju sebanyak 15 orang atau 19,2%, yang menjawab cukup setuju sebanyak 18 orang atau 23,1%, yang menjawab tidak setuju sebanyak 28 orang atau 35,9%, yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 7 orang atau 9,0%.

Tabel 14 Hasil Uji Validitas Y₁

	Frequency	percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid 1.00	14	17.9	17.9	17.9
2.00	22	28.2	28.2	46.2
3.00	20	25.6	25.6	71.8
4.00	18	23.1	23.1	94.9
5.00	4	5.1	5.1	100.0
Total	78	100.0	100.0	

Mengenai pernyataan pertama variabel loyalitas peserta didik (Y) yang menjawab sangat setuju sebanyak 4 orang atau 5,1%, yang menjawab setuju sebanyak 18 orang atau 23,1%, yang menjawab cukup setuju sebanyak 20 orang atau 25,6%, yang menjawab tidak setuju sebanyak 22 orang atau 28,2%, yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 14 orang atau 17,9%.

Tabel 15 Hasil Uji Validitas Y₂

	Frequency	percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid 1.00	11	14.1	14.1	14.1
2.00	19	24.4	24.4	38.5
3.00	23	29.5	29.5	67.9
4.00	16	20.5	20.5	88.5
5.00	9	11.5	11.5	100.0
Total	78	100.0	100.0	

Mengenai pernyataan kedua variabel loyalitas peserta didik (Y) yang menjawab sangat setuju sebanyak 9 orang atau 11,5%, yang menjawab setuju sebanyak 16 orang atau 20,5%, yang menjawab cukup setuju sebanyak 23 orang atau 29,5%, yang menjawab tidak setuju sebanyak 19 orang atau 24,4%, yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 11 orang atau 14,1%.

Tabel 16 Hasil Uji Validitas Y₃

	Frequency	percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid 1.00	13	16.7	16.7	16.7
2.00	22	28.2	28.2	44.9
3.00	14	17.9	17.9	62.8
4.00	22	28.2	28.2	91.0
5.00	7	9.0	9.0	100.0
Total	78	100.0	100.0	

Mengenai pernyataan ketiga variabel loyalitas peserta didik (Y) yang menjawab sangat setuju sebanyak 7 orang atau 9,0%, yang menjawab setuju sebanyak 22 orang atau 28,2%, yang menjawab cukup setuju sebanyak 14 orang atau 17,9%, yang menjawab tidak setuju sebanyak 22 orang atau 28,2%, yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 13 orang atau 16,7%.

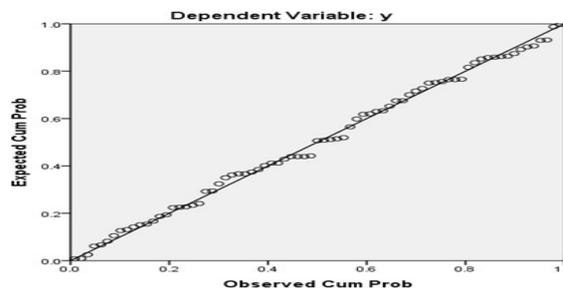
Tabel 17 Hasil Uji Validitas Y₄

	Frequency	percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid 1.00	6	7.7	7.7	7.7
2.00	28	35.9	35.9	43.6

3.00	16	20.5	20.5	64.1
4.00	15	19.2	19.2	83.3
5.00	13	16.7	16.7	100.0
Total	78	100.0	100.0	

Mengenai pernyataan keempat variabel loyalitas peserta didik (Y) yang menjawab sangat setuju sebanyak 13 orang atau 16,7%, yang menjawab setuju sebanyak 15 orang atau 19,2%, yang menjawab cukup setuju sebanyak 16 orang atau 20,5%, yang menjawab tidak setuju sebanyak 28 orang atau 35,9%, yang menjawab sangat setuju sebanyak 6 orang atau 7,7%.

5. Uji Normalitas



Dari gambar di atas diketahui bahwa data berdistribusi normal. Hal ini dapat kita lihat dari penyebaran titik-titik observasi berada di sekitar garis prediktor.

6. Analisis Regresi Linier Berganda (Multiple)

Tabel 18 Hasil Analisis Regresi Linire Berganda (Multiple)

Modal	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std Error	Beta		
1 (Constant)	-144	.967		-149	..882
X1	418	.109	.327	3.827	.000
X2	-627	.091	.567	6.863	.000

a. Dependent Variable y

Untuk menentukan nilai persamaan regresi linear bergandanya sebagai berikut: $Y = -0.144 + 0,418 X1 + 0.627 X2$, Dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta intersep sebesar -0.144 menyatakan bahwa jika variabel kualitas pelayanan (X1), variabel lokasi (X2) tetap (tidak mengalami perubahan) maka nilai variabel loyalitas peserta didik (Y) akan menurun sebesar -0.144
2. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap variabel loyalitas peserta didik (Y) adalah sebesar 0,418. Hal ini berarti jika variabel kualitas pelayanan (X1) naik 1 satuan akan meningkatkan variabel loyalitas

peserta didik (Y) sebesar 0,418, dengan asumsi variabel lokasi (X2) dan konstanta dianggap konstan.

3. Nilai koefisien regresi variabel lokasi (X2) terhadap variabel loyalitas peserta didik (Y) adalah sebesar 0.627 Hal ini berarti jika variabel lokasi (X2) naik 1 satuan akan meningkatkan variabel loyalitas peserta didik (Y) sebesar 0.627, dengan asumsi variabel kualitas pelayanan (X1) dianggap konstan.

7. Uji t

a) Hubungan Variabel kualitas pelayanan (X1) dengan loyalitas peserta didik (Y)

Jika diperhatikan hasil tabel *coefficients* di atas dengan menggunakan perhitungan analisis SPSS Versi 23.00, maka nilai t_{hitung} untuk variabel X_1 (kualitas pelayanan) sebesar 3.827, sedangkan nilai t_{tabel} untuk $n = 78$ sebesar 1.992 Jadi $3.827 > 1.992$, dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan (X_1) berkorelasi terhadap loyalitas peserta didik (Y).

b) Hubungan Variabel lokasi (X2) dengan loyalitas peserta didik (Y)

Jika diperhatikan hasil tabel *coefficients* di atas dengan menggunakan perhitungan analisis SPSS Versi 23.00, maka nilai t_{hitung} untuk variabel X_2 (lokasi) sebesar 6.863, sedangkan nilai t_{tabel} untuk $n = 78$ sebesar 1.992 Jadi $6.863 > 1.992$, dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel lokasi (X_2) berkorelasi terhadap loyalitas peserta didik (Y).

Tabel 19 Hasil Uji Variabel X2 dengan Y

Modal	Sum Squares	df	Means Square	F	Sig.
1.	933.846	2	466.923	87.513	.000 ^b
Regression					
Residual	384.154	72	5.335		
Total	1318.000	74			

a. Dependent Variable y

b. Predictor (Constant, x2, x2)

Dari hasil uji ANOVA atau fhitung didapat nilai fhitung sebesar 87.513 dimana lebih besar dari nilai ftabel untuk $n = 78$ sebesar 3,12 atau $87.513 > 3.12$ dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 karena $0,000 < 0,05$, maka dapat dikatakan kualitas pelayanan (X_1) dan lokasi (X_2) secara bersama-sama mampu menjelaskan loyalitas peserta didik (Y) pada $\alpha = 5\%$.

8. Koefisien Determinasi

R Square sebesar 0.709, artinya bahwa kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama mapu menjelaskan variabel loyalitas peserta didik sebesar 70,9% sedangkan sisanya sebesar 29,1% adalah faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

9. Uji Multikolinearitas

Tabel 20 Hasil Uji Multikolinearitas

Modal	Unstandardized Coefficients		standardized Coefficients	t	Sig	Collinearity Statistics	
	B	Std.Error				Tolerance	VIF
1 Constant							
x ₁	-262	1.018		-257	.789		
x ₂	462	.115	.357	4.013	.000	.552	1.813
	.590	.098	.537	6.045	.000	.552	1.813

a. Dependent Variable: y

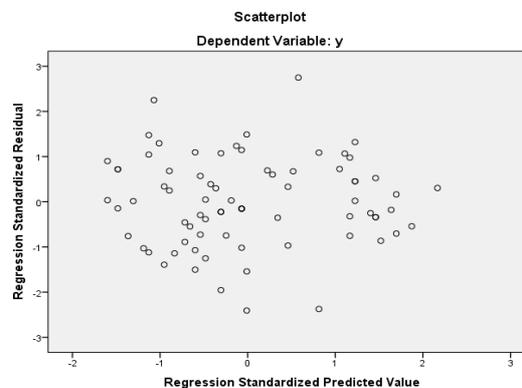
Nilai Variance Inflation Factor (VIF) dari masing-masing variabel independent tidak memiliki nilai yang lebih dari 10 dan tolerance, lebih besar dari 0,10 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengandung multikolinieritas.

Tabel 21 Hasil Uji Multikolinieritas

Modal	Unstandardized Coefficients		standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std.Error			
1 Constant					
x ₁	2.199	.580		3.794	.000
x ₂	.019	.065	.046	.291	.772
	-0.54	.055	-1,54	-9.79	.331

Dengan menggunakan metode Glejser, diketahui bahwa bahwa di dalam model tidak terdapat gejala heteroskedastisitas atau dengan kata lain bahwa model homoskedastisitas.

10. Uji Linearitas



Dari gambar di atas menunjukkan bahwa model linier, karena plot antara nilai residual terstandarisasi dengan nilai prediksi terstandarisasi tidak membentuk pola tertentu (acak).

Kesimpulan

Sebagai penutup dari penulisan tugas akhir ini, berikut ini akan penulis sampaikan kesimpulan dari pembahasan pada bab sebelumnya.

Terdapat hubungan kualitas pelayanan dengan loyalitas peserta didik, hal tersebut dapat dilihat dari thitung untuk variabel X1 (kualitas pelayanan) sebesar 3.827, sedangkan nilai ttabel untuk $n = 78$ sebesar 1.992. Jadi $3.827 > 1.992$, dapat

disimpulkan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan (X1) berkorelasi positif signifikan terhadap loyalitas peserta didik (Y) pada $\alpha = 5\%$.

Terdapat hubungan lokasi dengan loyalitas peserta didik, ini dapat dilihat dari nilai thitung untuk variabel X2 (lokasi) sebesar 6.045, sedangkan nilai ttabel untuk $n = 78$ sebesar 1.992. Jadi $6.045 > 1.992$, dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Lokasi (X2) berkorelasi positif signifikan terhadap loyalitas peserta didik (Y) pada $\alpha = 5\%$.

Kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama/simultan berkorelasi dengan loyalitas peserta didik. Hal tersebut dapat kita lihat dari nilai Fhitung sebesar 87.513, sedangkan nilai Ftabel untuk $n = 78$ sebesar 3.12, Jadi $87.513 > 3.12$, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama/simultan berkorelasi dengan loyalitas peserta didik (Y) pada $\alpha = 5\%$.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreassen, Tor Wallin & Lindestad, Bodil. (1998). Customer Loyalty and Complex Services: the impact of corporate image on quality, degrees satisfaction and loyalty for customer with varying Services Industry Management, Vol.9 No. 1, pp. 7-23.
- Ananto Tjahyadi, Rully. (2006). "Brand Trust Dalam Konteks Loyalitas Merek; Peran Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan dan Karakteristik Hubungan Pelanggan Merek". Jurnal Manajemen, Vol. 6 No. 1.
- Berry, L., et all (1991). *"Improving Service Quality in Amerca: Lessons Leamed*, Academy of Management Executive.
- Engel, James F, at all, 1992, *Perilaku Konsumen*, Terjemahan oleh F.X. Budiyanto, 1994, Edisi Keenam, Jilid I, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Tjiptono, 2002. *Manajemen Jasa*, Edisi kedua, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- _____, 2004. *Manajemen Jasa*, Andi Offset, Yogyakarta.
- _____, 2006. *Pemasaran Jasa*, Bayumedia Publishing, Malang
- Griffin, Jill, (2003), *Costumer Loyalty: How to earn it, How to Keep It*, Jossey-Bass Publisher, Los Angeles.
- _____, Jill. (1995). *Costomer Loyalty, How to Earn it How to Keep it*. Loxington: books An Imprint of The Free Press;Singapore.
- Ghozali, Imam, (2001), *Aplikasi Analisis Mutivariate dengan Program SPSS*, BP Undip Semarang.
- <http://pinterdw.blogspot.com/2012/01/teori-lokasi.html>
- <http://tatangmanguny.wordpress.com/2010/04/19/ukuran-sampel-rumus-slovin.html>
- julita, Tanpa Tahun. *Menuju Kepuasan Pelanggan melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan* (Medan: Jurnal Ilmiah Manajeen & Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utama Vol. 01 No. 01. (2001).
- Kotler, dan Amstrong. (2008). *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kurniawan, Dedy. 2009. "Analisis Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Konsumen Mie Sedap di Kota Semarang". Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro: Semarang.

Lupiyoadi, Rambat, (2001), *Manajemen Pemasaran jasa*, Edisi Kedua. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Lupiyoadi, Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran jasa* Edisi Kedua. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Moenir, (1995). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
Pramana, Partua, 2010, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan”. Fakultas Ekonomi Universitas DiPonegoro: Semarang.

Sabihaini, (2002), *Analisis Konsekuensi Perilaku Kualitas Layanan: Suatu Kajian Empirik*, Usahawan, No. 02 Th xxxi pp.29-36.

Sugiyono. (2001). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: CV Alfabeta

T. Hani Handoko, (2002). “*Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*”. Edisi Pertama, Yogyakarta, BPFEE.

Weber, A., (1909). *Theory of Location of Industries Chicago*: University of Chicago Press.

www.topbrand-award.com Tahun 2015