PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN COZMEED DI CARTENZ PURWOKERTO

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syari'ah (S.E.Sy.)

Oleh:
ALI ISNAENI SOLEH
NIM. 1123205006

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2016

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**

PERNYATAAN KEASLIAN ..... **ii**

HALAMAN PENGESAHAN ..... **iii**

NOTA DINAS PEMBIMBING ..... **iv**

KATA PENGANTAR ..... **v**

ABSTRAK ..... **vii**

MOTTO ..... **viii**

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA ..... **ix**

DAFTAR ISI ..... **xiv**

DAFTAR TABEL ..... **xvi**

DAFTAR GAMBAR ..... **xvii**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xviii**

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Pembatasan Masalah 8
C. Rumusan Masalah 8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian 9
E. Sistematika Pembahasan 9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori 11
1. Pengertian Produksi 13

IAIN PURWOKERTO

2. Kualitas Produk 17
3. Kepuasan Konsumen 23
4. Loyalitas Konsumen 29
B. Kerangka Pemikiran Teoritik 36
C. Pengajuan Hipotesis 37

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 39
B. Populasi dan Sampel 40
C. Tempat dan Waktu Penelitian 41
D. Variabel dan Indikator Penelitian 41
E. Pengumpulan Data Penelitian 44
F. Analisis Data Penelitian 45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian 52
B. Analisis Data Penelitian 56
C. Pembahasan 64

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 68
B. Saran-Saran 69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rata-Rata Pemasukan

Tabel 1.2 Produk-Produk Cozmeed

Tabel 2.1 Diskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk

Tabel 2.2 Diskripsi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen

Tabel 2.3 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Loyalitas Konsumen

Tabel 2.4 Hasil Uji Validitas

Tabel 2.5 Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 2.6 Hasil korelasi Rank Spearman

Tabel 2.7 Hasil Koefisien Konkordasi Kendall W

Tabel 2.8 Hasil Analisis Regresi Ordinal

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pemasukan Cartenz Purwokerto Bulan Agustus - Oktober 2015

Gambar 2. Konsep kepuasan dan loyalitas pelanggan

Gambar 3. Kerangka Pemikiran Teoritis

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Data Input Analisis

Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4. korelasi Rank Spearman

Lampiran 5. Koefisien Konkordasi Kendall W

Lampiran 6. Analisis Regresi Ordinal

Lampiran 7. Surat-surat

Lampiran 8. Sertifikat

Lampiran 9. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 10. Surat Pernyataan Penelitian

IAIN PURWOKERTO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Melihat kondisi perekonomian sekarang di Indonesia yang semakin maju, kebutuhan masyarakat mulai bertambah banyak, hal inilah yang menjadikan kompetisi antar perusahaan-perusahaan dalam memasarkan produknya. Dalam menyikapi kondisi seperti ini perusahaan harus mempunyai strategi yang dapat menciptakan loyalitas konsumen atau konsumen, salah satunya dengan meningkatkan kualitas agar konsumen merasa puas dengan produk tersebut, sehingga akan menciptakan loyalitas konsumen.

Berawal dari hal tersebut perusahaan akan menginginkan agar konsumen yang sudah diciptakan dapat selalu merasa terpuaskan dengan produknya. Secara teori, konsumen yang merasa puas dengan produk, jasa atau merek, kemungkinan besar akan membelinya dan memberitahukan kepada orang lain perihal pengalaman-pengalaman menyenangkan yang dirasakan dengan produk, jasa atau merek tersebut. Sebaliknya bila tidak merasa puas , kemungkinan besar konsumen akan berganti produk atau merek dan mengadukan keluhan kepada produsen barang, pengecer, dan konsumen lain. Proses itu akan terus berulang sampai konsumen merasa terpuaskan atas keputusannya. Kemudian pengalaman maupun pemikiran itu akan dibentuk sikap atau penilaian terhadap perusahaan bersangkutan. Sikap atau penilaian

IAIN PURWOKERTO

tersebut akan menjadi referensi bagi konsumen untuk mengambil keputusan pembelian selanjutnya dan loyalitas konsumen.

Dalam menyikapi hal tersebut perusahaan perlu membangun loyalitas dengan berbagai cara. Karena loyalitas adalah tujuan utama para pemasaran atas produk, merk atau pelayanannya, kekuatan dari konsumen sebagai salah satu kunci sukses dalam bisnis. Konsumen yang loyal pada suatu produk tertentu akan memberikan prioritas pertama dalam berbelanja pada produk tersebut. Hal ini dapat berlangsung dalam jangka panjang dan berakhir pada saat terjadi ketidak cocokan yang akan memutus ikatan kuat antara konsumen dengan produk.[1]

Kualitas produk adalah salah satu hal yang sangat penting. Pada dasarnya kualitas adalah kreasi dan inovasi berkelanjutan yang dilakukan untuk menyediakan produk atau jasa yang memenuhi atau melampaui harapan para konsumen, dalam usaha untuk terus memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.[2] Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil *out come* sama atau melampaui harapan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen atau dengan kata

IAIN PURWOKERTO

[1] Sadi, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Tahu Bakso Ibu Pudji, Ungaran-Semarang*, Semarang: Tesis UNDIP, 2009, hlm. 2.

[2] Murdifin Haming dan Mahfud Nurnajamuddin, *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa*, Jakarta: Bumi Aksara, 2007, hlm. 103.

lain konsumen adalah tingkah perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang konsumen rasakan dibandingkan dengan harapan.[3]

Kepuasan konsumen juga merupakan sesuatu hal yang penting dalam membangun perusahaan dalam jangka panjang. Kepuasan konsumen dapat dapat dicapai dengan keberhasilan perusahaan dalam mewujudkan harapan-harapan konsumen. Mewujudkan kepuasan konsumen juga dapat menghambat konsumen untuk berpindah ke perusahaan lain. Dengan demikian konsumen akan loyal terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

Pada era globalisasi di saat kompetisi di bidang usaha semakin ketat, perusahaan-perusahaan harus mempunyai strategi pertahanan untuk mempertahankan konsumen melalui kualitas produk dan jasa yaitu waktu penyerahan lebih cepat, layanan yang lebih baik dibandingkan pesaingnya, dan empati yang tinggi kepada konsumen agar bisa ikut dalam persaingan. Dimana hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa informasi produk atau layanan berpengaruh terhadap reputasi dan kepuasan konsumen, yang pada akhirnya reputasi dan kepuasan akan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.[4]

Ada beberapa hal yang mempengaruhi loyalitas konsumen antara lain sebagai berikut:

IAIN PURWOKERTO

---

[3] Chandra Warsito, *Citra Lembaga Keuangan Syariah Dalam Mediasi Kualitas Pelayanan Dan Kepuasa Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Survey Nasabah BMT Dana Mentari dan PT BPR BAS DI Purwokerto)*, Vol. 2. No. 1, el-Jizya, Januari-Juni 2014

[4] Liana Prahastuti, *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen Indosat*, Semarang: Skripsi UNDIP Semarang, 2011, hlm. 4.

a. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi pembelian dimana produk yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melebihi harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil *(outcome)* tidak memenuhi harapan. Pengertian kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara prestasi atau hasil yang dirasakan.

b. Kualitas Jasa atau Pelayanan

Kualitas jasa ini mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Pemasar dapat meningatkan kualitas jasa untuk mengembangkan loyalitas konsumen.

c. Citra atau *Brand*

Citra didefinisikan sebagai seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki seorang terhadap suatu objek. Sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu objek sangat dikondisikan oleh citra objek tersebut.

IAIN PURWOKERTO

d. Rintangan untuk Berpindah

Besar kecilnya rintangan berpindah *(switching barrier)* juga dapat mempengaruhi loyalitas konsumen.[5]

Dan dari beberapa hasil penelitian menunjukan bahwa konsumen akan menjadi loyal pada beberapa merek berkualitas tinggi. Mowen dan Minor dalam skripsi Lina Prahastuti mendefinisikan loyalitas sebagai kondisi di

[5]Sadi, *Pengaruh Kulitas Pelayanan,* hlm. 4.

mana konsumen mempunyai sikap positif terhadap suatu objek, mempunyai komitmen pada objek tersebut, dan bermaksud meneruskan pembeliannya di masa mendatang. Mardalis menyatakan bahwa loyalitas berkembang melalui tiga tahap, yaitu kognitif , afektif, dan konatif, dan akhirnya pada aspek kognatif. Ketiga aspek tersebut biasanya sejalan, meskipun tidak semua kasus mengalami hal yamg sama. Loyalitas konsumen yang tahap kognitif dapat di pertahankan dengan meningkatkan nilai produk terutama penurunan harga serta peningkatan manfaat dan kualitas produk. Loyalitas yang pada tahap afektif dapat dipertahankan dengan memberikan kapuasan, memberikan nilai tambahan serta menciptakan rintangan berpindah seperti diskon bagi konsumen yang loyal. Sedangkan konsumen yang loyalitasnya pada tahap konatif dan tindakan, selain memberikan kepuasan, kesetiaan dapat diraih dengan adanya *relationship*.[6]

Cartenz adalah salah satu toko yang bergerak dalam ritel penjualan produk alat-alat keperluan *adventure* seperti: Daypack, Jaket, Kaos, Kemeja, Celana,Carier, Sleeping bed, Topi, Travel pouch, Cover bag, Raincoat dan Sabuk. Toko Cartenz ini berpusat di Solo tepatnya di Jl. Slamet Riyadi no 100 Surakarta. Dimana perusahaan ini mempunyai visi: menjadi penyedia jasa *adventure* terkemuka di Indonesia. Dan memiliki Misi: mewujudkan kualitas kehidupan *stake holder* yang lebih baik. Produk Cozmeed ini dijual kepada konsumen dan konsumen sendiri yang akan menilai apakah memang

IAIN PURWOKERTO

---

[6] Lina Prhastuti, *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen Indosat(Studi Pada Pelanggan Indosat Di Wilayah Semarang)*, Skripsi, Semarang: Universitas Diponogoro Semarang, 2011.

produk ini memang benar apa yang diiklankan bahwa produk Cozmeed adalah yang berkualitas baik.

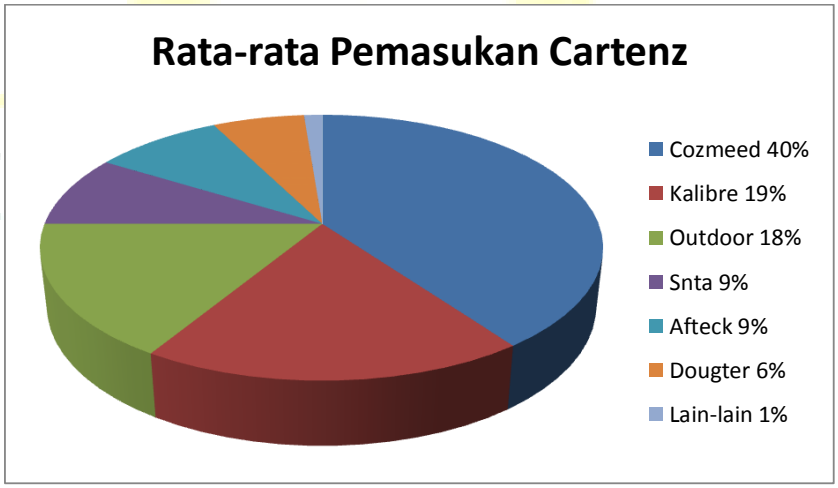
Menurut observasi yang telah dilakukan peneliti Cartenz mempunyai pemasukan rata-rata pada tiga bulan yaitu bulan Agustus sampai Oktober ditahun 2015 sebagai berikut[7]:

Tabel 1.1 Rata-Rata Pemasukan

No	Bulan	Rata-Rata Dari Semua *Brand*	*Brand* Cozmeed
1	Agustus	Rp. 82.000.000	Rp. 32.000.000
2	September	Rp. 96.000.000	Rp. 44.000.000
3	Oktober	Rp. 76.000.000	Rp. 29.000.000

Dengan presentase pemasukan pada bulan Agustus sebagai berikut[8]:

Gambar 1. Pemasukan Cartenz Purwokerto Bulan Agustus 2015



[7] Data bersumber dari Cartenz Purwokerto, diambil pada tanggal 5 November 2015.
[8] Data bersumber dari Cartenz Purwokerto, diambil pada tanggal 5 November 2015.

Rata-rata jumlah barang Cozmeed yang keluar perbulan sebagai berikut[9]:

Tabel 1.2 Produk-Produk Cozmeed

No	Nama Barang	Julah Keluar
1	Jaket	33
2	Daypack	25
3	Kaos	20
4	Celana	17
5	Kemeja	9
6	Carier	5
7	Cover bag	13
8	Travel pouch	12
9	Topi	11
10	Sabuk	10
11	Raincoat	7
12	Sleeping bed	12

IAIN PURWOKERTO

Penelitian ini meneliti produk Cozmeed tentang kualitas, kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap produk itu di toko Cartenz yang beralamat di Jl. Jend Sudirman ruko PJKA no.5 Purwokerto, yang mempunyai lebih dari 1000 *member*. Karena sesuai dengan pengamatan penulis, bahwa walaupun produk Cozmeed memang sedikit lebih mahal dari produk-produk yang biasa

[9] Data bersumber dari Cartenz Purwokerto, diambil pada tanggal 5 November 2015.

dijual di toko-toko lain, misalnya *daypack* dengan ukuran yang sama Cozmeed menjual mulai dari Rp. 399.000 sedangkan yang merek yang lain itu mulai dari Rp.225.000, bahkan ada yang lebih murah. Namun menurut salah satu tuturan konsumen bahwa mereka tidak keberatan membeli mahal namun kualitasnya bagus dan awet, dan produk Cozmeed ini hanya dijual di toko yang di bawah Grup Cartenz Indonesia dan tidak dijual di toko-toko yang lain, tidak seperti merek yang lain.

Loyalitas konsumen merupakan suatu ukuran keterikatan konsumen terhadap sebuah merek. Ukuran ini mampu memberikan gambaran tentang mungkin tidaknya konsumen beralih ke produk yang lain. Banyak faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen misalnya *consumer satisfaction* (kepuasan konsumen) yang biasanya juga dipengaruhi oleh *product quality* (kualita s produk) dan *service quality* (kualitas pelayanan).[10]

B. Pembatasan Masalah

Variabel bebas yang diteliti terdiri atas kualitas produk dan kepuasan konsumen, sedangkan variabel terikattnya adalah loyalitas konsumen.

IAIN PURWOKERTO

C. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah di atas, maka penulis dapat membuat rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen?
2. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen ?

---

[10] Lina Prhastuti, *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan* ,2011.

3. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah:
   a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Cozmeed di Cartenz Purwokerto.
   b. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Cozmeed di Cartenz Purwokerto.
   c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.
2. Manfaat Penelitian
   a. Bagi peneliti, menambah pengetahuan dan wawasan peneliti tentang pengaruh kualitas yang dihasilkan terhadap loyalitas konsumen di Cartenz khususnya produk Cozmeed.
   b. Bagi IAIN, hasil penelitian ini dapat menambah referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.
   c. Bagi perusahaan Cozmeed, dapat mengetahui kualitas produk barang yang dihasilkan. Dan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat secara teoritis bagi pengembangan wawasan dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas konsumen.

IAIN PURWOKERTO

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika laporan digunakan untuk memudahkan dalam penulisan laporan, dalam penelitian ini direncanakan akan terdiri dari 5 (lima) bab.

Bab I merupakan bahasan yang berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II merupakan bahasan yang berisi tentang tinjauan pustaka di dalamnya berisi tentang kajian pustaka, kerangka pemikiran teoritis dan rumusan hipotesis.

Bab III merupakan bahasan yang berisi tentang metode penelitian yang di dalamnya memuat tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel dan indikator penelitian, pengumpulan data penelitian serta analisa data penelitian.

Bab IV merupakan bahasan yang berisi gambaran umum, pembahasan hasil penelitian yang antara lain tentang pengujian dan hasil analisis, pembuktian hipotesis, pembahasan hasil analisis data dan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang disebutkan dalam perumusan masalah.

IAIN PURWOKERTO

Bab V merupakan penutup yang meliputi kesimpulan dan saran yang bersatu dalam bagian penutup. Kemudian pada bagian akhir skripsi ini penulis camtumkan daftar pustaka, lampiran-lampiran serta daftar riwayat hidup.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil pengujian pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Cozmeed dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara variabel kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.
2. Berdasarkan hasil pengujian pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Cozmeed dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara variabel kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.
3. Berdasarkan hasil pengujian pengaruh kepuasan konsumen dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Cozmeed dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara variabel kepuasan konsumen dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.
4. Berdasarkan hasil analisis disimpulkan akan bertambah loyalitas konsumen jika menambahkan nilai kualitas produk dan kepuasan konsumen.

B. Saran

1. Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen melalui upaya-upaya yang berkaitan dengan kualitas produk dari segi *Aesthetic*, yaitu keindahan atau daya tarik suatu produk dan *Feature*, yaitu suatu ciri khas suatu produk yang membedakan dengan produk yang lainnya.

IAIN PURWOKERTO

2. Perusahaan juga dapat meningkatkan kualitas produknya supaya konsumen yang sudah diciptakan dapat selalu merasa terpuaskan dengan produk yang dihasilkan. Dengan begitu loyalitas konsumen juga dapat meningkat, karena konsumen yang loyal terhadap perusahaan merupakan hal yang sangat penting untuk keberlangsungan perusahaan.

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

Edwin Nasution, Musthafa dkk. 2007. *Pengenalan Ekslusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.

Hadi. Amirul. 2005. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia.

Haming, Murdifin dan Mahfud Nurnajamuddin. 2007. *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa*. Jakarta: Bumi Aksar.

Hasan, Ali. 2009. *Manajemen Bisnis Syari'ah.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Hidayat, Rahman. 2009. *"Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Bank Mandiri"*,Jurnal Manajeman dan Kewirausahaan, Vol 11, No 1. Maret 2009. http: www.mendeley.com.

Isnaeni, Alifah Nur.2014. "*Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kripik Jiwel UD. Ubaidindo Jaya. Padamara Purbalingga"*. Skripsi. Purwokerto: STAIN Purwokerto.

Jogiyanto, Hartono. 2014. *Metodologi Penelitan Bisnis Edisi 6*. Yogyakarta: BEFE- Yogyakarta.

Jogiyanto. 2014. *Pedoman Survei Kuesioner Edisi Ke 2.* Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.

Kardianti Nst, Novi. 2014. "*Pengaruh Strategi Penetapan Terhadap Loyalitas Konsumen Dirifa Swalayan Garuda Sakti Pekan Baru Menurut Ekonomi Islam".* Skripsi. UIN Suska Riau.

Karomah, Aini. 2012. "*Analisis Kesesuaian Antara Harapan Dan Kepuasan Nasabah Pada Kualitas Pelayanan Di BPRS Bumi Arta Sampang (Kantor Pusat)"*. Skripsi. Purwokerto: STAIN Purwokerto.

Kotler, Philip dan A.B. Susanto. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.

Kuncoro, Mudrajad. 2007. *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan (UPP) STIM YKPN.

Longenecker, Justin G, dkk. 2001. *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil.* Jakarta: Salemba Empat.

Mamang Sangadji, Etta dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset, 2013.

IAIN PURWOKERTO

Muflih, Muhammad. 2006. *Perilaku Konsume Dalam Persepektif Ilmu Ekonomi*. Islam. Jakarta: PT Rajagrafindo.

Novi Yanah,Vivi.2011. "*Manajemen Kualitas Produk Home Industri Perspektif Ekonomi Islam. (Studi di Home Industri Fair Lady Karang Banjar Bojongsari Purbalingga)"*. Skripsi. Purwokerto: STAIN Purwokerto.

Pabundu Tika,Moh. 2006. Metodologi Riset Bisnis. Jakarta: Bumi Aksara.

Peter J. Paul dan Jerry C. Plson. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.

Prahastuti, Liana. 2011. "*Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen Indosat"*. Semarang: Skripsi UNDIP Semarang.

Prawirosentono, Prasadi. 2001. *Filosof Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu Total Quality Manajement Abad 21 Studi Kasus Dan Analisi*. jakarta: Bumi Aksara.

Rivai, Veithal.2012. *Islamic Business And Economic Ethis*. Jakarta: Bumi Aksara.

Rizky Nur Hayati, Rizky. 2009. "*Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Studi Pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2009".* Skripsi. Yogyakarta: UPN Yogyakarta.

Sadi. 2009. "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Tahu Bakso Ibu Pudji, Ungaran-Semarang"*. Semarang: Tesis UNDIP.

Sarjono, Haryadi. 2011. *SPSS vs Lisrel*. Jakarta: Salemba Empat.

Suliyanto. 2005. *Metode Riset Bisnis*. Purwokerto: ANDI Yogyakarta.

Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Tjiptono, Fandy. 2000. *Total Quality Managemen*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.

Warsito, Chandra. 2013. "*Citra Lembaga Keuangan Syariah Dalam Mediasi Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Survey Nasabah BMT Dana Mentari dan PT BPR BAS di Purwokerto)"*. Jurnal. El-Jizya, Vol. 2, No. 1: Stain Purwokerto.

Warto, Alizar Isna. 2012. *Analisis Data Kuantitatif*. Purwokerto: STAIN PRESS

IAIN PURWOKERTO