

ANALISIS KERAGAMAN PRODUK, HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

Wildani Marghianto¹, Bayu Wijyantini²

¹Alumni Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

²Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

¹E-mail: magianto95@gmail.com

²E-mail: bayu@unmuhjember.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh keragaman produk, harga, kualitas pelayanan dan gaya hidup terhadap loyalitas pelanggan secara parsial dan simultan. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori keragaman produk, harga, kualitas pelayanan, gaya hidup dan loyalitas pelanggan. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen loyal di Warung Kopi Cakwang. Sampel yang digunakan sebanyak 80 responden, menggunakan teknik non probability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Alat analisis menggunakan regresi linier berganda dengan software SPSS. Berdasarkan penelitian yang dilakukan didapatkan kesimpulan bahwa keragaman produk, harga, kualitas pelayanan dan gaya hidup berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : keragaman produk, harga, kualitas pelayanan, gaya hidup dan loyalitas pelanggan

Abstract

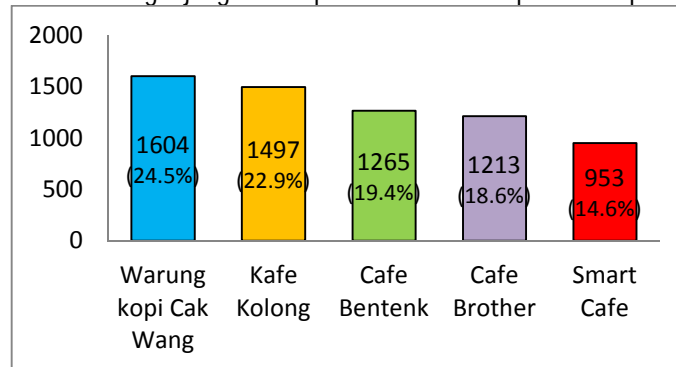
The purpose of this research is to analyze the influence of product diversity, price, service quality and lifestyle to the customers loyalty partial and simultaneous. The theory used in this research is the theory of product diversity, price, service quality, lifestyle and customers loyalty. This type of research is descriptive quantitative and research design is explanatory. The population in this research is loyal consumers in Warung Kopi Cakwang. The samples used were 80 respondents, using the technique of non-probability sampling with purposive sampling approach. The analysis tool using multiple linear regression with SPSS software. Based on the research it was concluded that the diversity of product, price, quality of service and lifestyle influence on customer loyalty.

Key words: product diversity, price, service quality, lifestyle and customers loyalty

1. Pendahuluan

Coffee shop kini telah menjadi gaya hidup bagi masyarakat. Kotler (2002) mengemukakan bahwa gaya hidup merupakan pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup inilah yang nantinya akan menjadi identitas dari kepribadian seorang konsumen. Konsumen tidak hanya menilai sebuah produk atau jasa berdasarkan kualitas, manfaat promosi yang diberikan, tetapi lebih dari itu, mereka menginginkan suatu komunikasi dan kegiatan pemasaran yang memberikan sensasi, menyentuh hati mereka, serta sesuai dengan gaya hidup mereka. Dengan kata lain, konsumen menginginkan produk yang kehadirannya dapat memberikan suatu pengalaman.

Gambar 1.1. Grafik Jumlah Pengunjung Beberapa Kafe di Jember per 1-30 April



Sumber: Data primer diolah tahun 2016

Dari Gambar 1.1. dapat diketahui bahwa jumlah pengunjung Cak Wang lebih besar dibanding pesaingnya, yakni Kafe Kolong, Cafe Bentenk, Cafe Brother dan Smart Cafe. Warung kopi Cak Wang memiliki jumlah pengunjung sebesar 1604 orang. Selanjutnya Kafe Kolong memiliki jumlah pengunjung yang cukup besar, yakni 33 %. Di posisi terendah adalah Kafe Bentenk dengan presentase market share sebesar 19%. Data diatas menunjukkan bahwa warung kopi Cak Wang masih memiliki market share terbesar dibanding dua pesaing terberatnya.

Warung kopi Cak Wang merupakan salah satu usaha kafe yang terkenal di Jember. Warung kopi Cak Wang pada awal pendiriannya terletak di Jalan Kalimantan 37 kawasan kampus UNEJ tepatnya di FISIP (Fakultas Ilmu Sosial dan Politik). Warung Kopi ini didirikan oleh Mas Rakhmat Hidayatullah pada bulan Oktober 2010. Ide bisnis pendirian warung kopi Cak Wang didasari atas keinginannya untuk lebih memperkenalkan kopi spesial arabika khususnya di kalangan para pelajar dan mahasiswa dengan harga yang relatif terjangkau. Untuk menyalurkan keinginannya, Mas Rakhmat Hidayatullah mendirikan sebuah warung kopi dengan nama Cak Wang.

Warung kopi Cak Wang adalah salah satu kedai kopi yang cukup terkenal dan menjadi favorit para mahasiswa, pelajar serta khalayak muda di kabupaten Jember. Warung kopi Cak Wang menyediakan berbagai macam jenis seduhan kopi spesial arabika dari seluruh daerah Indonesia, warung kopi Cak Wang juga menyediakan berbagai jenis makan lainnya dengan harga yang relatif terjangkau serta memberikan pelayanan yang cukup memuaskan.

Keanekaragaman produk yang ditawarkan oleh warung kopi Cak Wang membuat konsumen memiliki berbagai macam alternatif pilihan kopi. Semakin beragamnya jumlah dan jenis produk yang dijual di suatu tempat maka konsumen akan merasa puas jika ia melakukan pembelian di tempat tersebut dan ia tidak perlu melakukan pembelian di tempat yang lain dan hal serupa akan ia ulangi untuk pembelian berikutnya.

Tabel 1.2. Hasil Observasi di Warung Kopi Cak Wang

No	Variabel	Item	Keterangan
1.	Produk	Minuman	Coffe, special coffe, juice dan ice milk
		Makanan	Kentang goreng, roti bakar, pisang goreng rasa, omelet dan mie instan
2.	Pelayanan	SOP (Standart Operasional Prosedure)	Senyum salam sapa "selamat malam, mau pesan apa mas?" dan mengucapkan "terima kasih" ketika pelanggan selesai memesan
		Fasilitas	Tempat duduk dan meja dengan berbagai ukuran, tempat parkir dan wifi gratis

Sumber: Data sekunder yang diolah Januari 2016

Keaneekaragaman produk yang ditawarkan oleh Warung Kopi Cak Wang ternyata menjadi pertimbangan bagi pelanggan untuk membeli kopi di Warung Kopi Cak Wang. Ketika pelanggan membutuhkan tempat berkumpul sambil meminum kopi, berbagai jenis kopisudah disediakan oleh Warung Kopi Cak Wang. Selain itu pelanggan juga dapat memesan jenis minuman lain seperti juice dan ice milk serta disediakan juga beberapa makanan ringan. Jadi keragaman produk di satu tempat menjadi pertimbangan utama pelanggan ketika akan memilih tempat berkumpul. Selanjutnyapelayanan yang ada di Warung Kopi Cak Wang, yaitu keramahan dari karyawan ketika menyambut pelanggan yang datang dapat menciptakan rasa nyaman di hati pelanggan. Selain itu tersedianya berbagai fasilitas seperti tempat duduk dan meja dengan berbagai ukuran, tempat parkir yang cukup luas dan wifi gratis, menjadi alasan kenyamanan pelanggan untuk selalu berkumpul bersama teman di Warung Kopi Cak Wang.

Selain melakukan observasi pada Warung Kopi Cak Wang, peneliti juga melakukan survei awal pada pengunjung yang sedang berada di Warung Kopi Cak Wang menggunakan kuesioner sederhana. Sebelum memberikan kuesioner tersebut, peneliti melakukan percakapan terhadap pengunjung mengenai berapa kali pengunjung tersebut pernah melakukan pembelian di Warung Kopi Cak Wang. Dari 50 pengunjung yang peneliti survei, seluruh pengunjung mengatakan bahwa mereka pernah melakukan pembelian lebih dari lima kali di Warung Kopi Cak Wang.

Tabel 1.3. Hasil Survei Awal pada Pengunjung Warung Kopi Cak Wang

No	Variabel	Pernyataan	Setuju	Tidak
1	Keragaman produk	Warung Kopi Cakwang memiliki produk kopi yang bervariasi	48	2
2	Harga	Harga minuman dan makanan ringan di Warung Kopi Cakwang terjangkau	49	1
3	Kualitas Pelayanan	Pelayanan yang diberikan Warung Kopi Cakwang baik	47	3
4	Gaya Hidup	Gaya hidup merupakan salah satu faktor saya melakukan pembelian di Warung Kopi Cakwang	46	4
5.	Loyalitas Pelanggan	Saya akan melakukan pembelian ulang di Warung Kopi Cakwang	50	-

Sumber: Data primer diolah tahun 2016

Berdasarkan Tabel 1.3, dapat diketahui bahwa seluruh pengunjung menyatakan bahwa Warung Kopi Cakwang memiliki produk kopi yang bervariasi. Disamping itu mayoritas pengunjung mengatakan bahwa harga minuman dan makanan ringan yang dijual di Warung Kopi Cakwang terjangkau dan pelayanan yang diberikan baik. Pengunjung juga menyatakan bahwa gaya hidup merupakan salah satu faktor yang menyebabkan mereka melakukan pembelian di Warung Kopi Cakwang. Seluruh pengunjung menyatakan bahwa mereka akan melakukan pembelian ulang di Warung Kopi Cakwang, hal itu merupakan bukti bahwa Warung Kopi Cakwang memiliki konsumen yang loyal.

Tabel 1.4. Penjualan Warung Kopi Cak Wang Nov 2015 - Apr 2016

No	Bulan dan Tahun	Target (Rp)	Realisasi (Rp)
1	Oktober 2015	15.000.000	17.168.000
2	November 2015	15.000.000	17.685.000
3	Desember 2015	15.000.000	15.552.300
4	Januari 2016	15.000.000	16.794.000
5	Februari 2016	15.000.000	14.432.000
6	Maret 2016	15.000.000	15.001.500
7	April 2016	15.000.000	17.052.900
8	Mei 2016	15.000.000	16.830.200
9	Juni 2016	15.000.000	16.034.100
10	Juli 2016	15.000.000	14.012.300
11	Agustus 2016	15.000.000	10.305.000
12	September 2016	15.000.000	13.006.000

Sumber: Warung kopi Cak Wang tahun 2016

Dari Tabel 1.4 dapat bahwa target penjualan warung kopi Cak Wang adalah sebesar Rp 15.000.000 per bulan. Penjualan dari bulan ke bulan selalu berfluktuasi. Pada bulan Oktober 2015

sampai Januari 2016 penjualan melebihi target penjualan, namun jika diamati kembali setiap bulannya mengalami penurunan. Pada bulan berikutnya penjualan tidak mencapai target dengan selisih yang cukup besar dibanding bulan sebelumnya. Kemudian pada bulan Maret 2016 penjualan kembali meningkat melebihi target hingga bulan Juni 2016. Pada tiga bulan terakhir, yakni bulan Juli sampai September 2016 penjualan warung kopi Cak Wang mengalami penurunan dan berada dibawah target penjualan.

Data penjualan tersebut menunjukkan adanya penurunan jumlah pengunjung selama beberapa bulan terakhir. Penurunan penjualan paling drastis terjadi pada tiga bulan terakhir. Penurunan tersebut sekaligus menunjukkan bahwa menurunnya jumlah pelanggan yang berkunjung ke warung kopi Cak Wang. Oleh karena itu penting bagi warung kopi Cak Wang untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, karena loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan atau organisasi. Lovelock & Wirtz (2011) mengemukakan bahwa mempertahankan pelanggan berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Ketika pelanggan menjadi loyal maka mereka akan berkeinginan untuk terus berlangganan pada perusahaan dalam jangka waktu yang panjang, serta merekomendasikan produk tersebut kepada teman dan kolega.

2. Kajian Literatur

3. Metode Penelitian

3.1 Definisi Operasional Variabel

3.2 Desain Penelitian

3.3 Teknik Analisis Data

Alat analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui atau mengukur intensitas hubungan antara variabel terikat (Y) dengan beberapa variabel bebas (X), maka jenis analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda (Ghozali, 2009).

3.3.2 Uji t

Uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2009). Pengujian didasarkan pada hasil nilai signifikansi 0,05 atau =5%.

3.3.3 Uji F

Uji F yaitu suatu uji untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu pengalaman kerja, prestasi kerja, disiplin kerjaberpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel promosi jabatan sebagai variabel terikatnya (Ghozali, 2009). Pengujian didasarkan pada hasil nilai signifikansi 0,05 atau = 5%.

3.3.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu (Supranto, 2000). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

3.4 Hasil

3.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan estimasi regresi linier berganda dengan program IBM SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

No	Variabel	Unstandardized Coefficients B
1	Konstanta	0.307
2	Keragaman Produk	0.207
3	Harga	0.277
4	Kualitas Pelayanan	0.215
5	Gaya Hidup	0.244

Sumber: Hasil Olah Data dengan IBM SPSS

Berdasarkan Tabel 3.1 maka persamaan regresi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 0.307 + 0.207 X_1 + 0.277 X_2 + 0.215 X_3 + 0.244 X_4$$

Keterangan:

Y = Loyalitas Pelanggan

X1 = Keragaman produk

X2 = Harga

X3 = Kualitas Pelayanan

X4 = Gaya Hidup

Persamaan regresi di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 0.307 menunjukkan besarnya loyalitas pelanggan konsumen ketika keragaman produk, harga, kualitas pelayanan dan gaya hidup sama dengan nol.
- 2) Koefisien harga sebesar 0.207 menunjukkan apabila keragaman produk meningkat sebesar 1 satuan maka loyalitas pelanggan konsumen akan meningkat sebesar 0.207 satuan, begitu pula sebaliknya, dengan asumsi harga, kualitas pelayanan dan gaya hidup adalah konstan.
- 3) Koefisien harga sebesar 0.277 menunjukkan apabila keragaman produk meningkat sebesar 1 satuan maka loyalitas pelanggan konsumen akan meningkat sebesar 0.277 satuan, begitu pula sebaliknya, dengan asumsi keragaman produk, kualitas pelayanan dan gaya hidup adalah konstan.
- 4) Koefisien kualitas pelayanan sebesar 0.209 menunjukkan apabila atmosfer toko meningkat sebesar 1 satuan maka loyalitas pelanggan konsumen akan meningkat sebesar 0.209 satuan, begitu pula sebaliknya, dengan asumsi keragaman produk, harga dan gaya hidup adalah konstan.
- 5) Koefisien gaya hidup sebesar 0.246 menunjukkan apabila keragaman produk meningkat sebesar 1 satuan maka loyalitas pelanggan konsumen akan meningkat sebesar 0.246 satuan, begitu pula sebaliknya, dengan asumsi keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan adalah konstan.

3.4.2 Uji t

Hipotesis pertama dalam penelitian ini diuji kebenarannya dengan menggunakan uji parsial. Pengujian dilakukan dengan melihat taraf signifikansi (*p-value*), jika taraf signifikansi yang dihasilkan dari perhitungan di bawah 0,05 maka hipotesis diterima, sebaliknya jika taraf signifikansi hasil hitung lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak.

Tabel 3.2. Hasil Uji t

No	Variabel	Uji t	Sig.
1	Keragaman Produk	0.019	< 0.05
2	Harga	0.003	< 0.05
3	Kualitas Pelayanan	0.015	< 0.05
4	Gaya Hidup	0.009	< 0.05

Sumber: Hasil Olah Data dengan IBM SPSS

Dari tabel 3.2, diketahui perbandingan antara taraf signifikansi dengan signifikansi tabel adalah sebagai berikut:

- 1) Hasil uji parsial menunjukkan keragaman produk mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0.019 lebih kecil dari 0.05, sehingga hipotesis keragaman produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan diterima.
- 2) Hasil uji harga mempunyai nilai signifikansi sebesar 0.003 lebih kecil dari 0.05, sehingga hipotesis keragaman produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan diterima.
- 3) Hasil uji parsial menunjukkan kualitas pelayanan mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0.015 lebih kecil dari 0.05, sehingga hipotesis atmosfer toko mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan konsumen diterima.
- 4) Hasil uji parsial menunjukkan gaya hidup mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0.009 lebih kecil dari 0.05, sehingga hipotesis promosi penjualan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan konsumen diterima.

3.4.3 Uji F

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama diuji dengan menggunakan uji F.

Tabel 3.3 Hasil Uji F

Signifikansi Hitung	Taraf signifikansi	Keterangan
0,000	< 0,05	Signifikan

Sumber: Hasil Olah Data Dengan IBM SPSS

Hasil perhitungan statistik pada tabel 3.3 menunjukkan nilai signifikansi hitung = 0,000. Dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05, signifikansi hitung lebih kecil dari taraf signifikansi, maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan keragaman produk, harga, kualitas pelayanan dan gaya hidup berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

3.4.4 Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Dengan kata lain, koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel-variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya.

Tabel 3.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Kriteria	Koefisien
Adjusted R Square	0,556

Sumber: Hasil Olah Data Dengan IBM SPSS

Hasil output SPSS menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,556. Hal ini menunjukkan bahwa 55,6% loyalitas pelanggan di Warung Kopi Cak Wang dipengaruhi oleh keragaman produk, harga, kualitas pelayanan dan gaya hidup. Sedangkan sisanya 44,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model atau persamaan, seperti suasana toko, lokasi dan lain-lain.

4. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat dengan jelas bahwa secara parsial, semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Pengaruh yang diberikan keempat variabel bebas tersebut bersifat positif artinya semakin baik keragaman produk, harga, kualitas pelayanan dan gaya hidup maka loyalitas pelanggan akan meningkat. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya. Penjelasan dari masing-masing pengaruh variabel dijelaskan sebagai berikut:

4.1 Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh signifikan keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan konsumen. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,019 lebih kecil dari 0,05 yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa semakin beragam produk yang dijual maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan di Warung Kopi Cak Wang.

4.2 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh signifikan harga terhadap loyalitas pelanggan di Warung Kopi Cak Wang. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05 yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa semakin terjangkau harga makanan dan minuman di Warung Kopi Cak Wang maka akan semakin meningkatkan loyalitas pelanggan.

4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan konsumen. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,015 dan lebih kecil dari 0,05 yang berarti hipotesis diterima. Pengujian

secara statistik ini membuktikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan konsumen di Warung Kopi Cak Wang.

4.4 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh gaya hidup terhadap loyalitas pelanggan konsumen. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,009 dan lebih kecil dari 0,05 yang berarti hipotesis diterima.

4.5 Pengaruh Keragaman Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Gaya Hidup Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh signifikan keragaman produk, harga, kualitas pelayanan dan gaya hidup terhadap loyalitas pelanggan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 yang berarti hipotesis diterima.

5. Kesimpulan

Dari pengujian secara statistik yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Hasil Pengujian Hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh positif dan signifikan keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan secara parsial. Hal ini berarti semakin beragam produk yang dijual akan berdampak pada semakin meningkatnya loyalitas pelanggan.
- b. Hasil Pengujian Hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap loyalitas pelanggan secara parsial. Hal ini berarti semakin terjangkau harga yang ditawarkan akan berdampak pada semakin meningkatnya loyalitas pelanggan.
- c. Hasil Pengujian Hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan secara parsial. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan berdampak pada semakin meningkatnya loyalitas pelanggan.
- d. Hasil Pengujian Hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh positif dan signifikan gaya hidup terhadap loyalitas pelanggan secara parsial. Hal ini berarti semakin tinggi gaya hidup yang maka akan berdampak pada semakin meningkatnya loyalitas pelanggan.
- e. Hasil Pengujian Hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh positif dan signifikan keragaman produk, harga, kualitas pelayanan dan gaya hidup terhadap loyalitas pelanggan secara simultan. Hal ini berarti semakin baik keragaman produk, harga, kualitas pelayanan dan gaya hidup maka akan berdampak pada semakin meningkatnya loyalitas pelanggan.

REFERENSI

- Ghozali, Imam. 2009. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan Jilid 2. Prenhallindo, Jakarta.
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta, Bandung.
- Supranto. J. 2000. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- www.centroone.com