



PENGARUH CITRA, PELAYANAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA PADA KOPERASI WANITA PERSADA MANDIRI SALATIGA

Ratna Dewi Ekawati✉, Rusdarti, Syamsu Hadi

Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima Mei 2014
Disetujui Mei 2014
Dipublikasikan
Juni 2014

Keywords:

*Image, service, satisfaction
and members loyalty*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) Mendeskripsikan citra, pelayanan, kepuasan dan loyalitas anggota 2) Menganalisis besaran pengaruh citra terhadap loyalitas anggota 3) Menganalisis besaran pengaruh pelayanan terhadap loyalitas anggota 4) Menganalisis besaran pengaruh kepuasan terhadap loyalitas anggota 5) Menganalisis besar pengaruh citra, pelayanan, dan kepuasan secara bersama-sama terhadap loyalitas anggota pada Koperasi Wanita Persada Mandiri Salatiga. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 102 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah simple random sampling sebanyak 50 responden. Metode pengumpulan data yaitu kuesioner dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara deskriptif citra, pelayanan dan kepuasan baik. Pengaruh citra, pelayanan dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Sedangkan pengaruh citra, pelayanan dan kepuasan anggota secara bersama-sama terhadap loyalitas anggota diperoleh koefisien determinasi R^2 sebesar 0,929, yang artinya bahwa citra, pelayanan dan kepuasan anggota secara bersama berpengaruh terhadap loyalitas anggota sebesar 92,9% dan sisanya sebesar 7,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Abstract

This research aims at knowing 1) Describe the image, service, satisfaction and members loyalty, 2) Analyze the image influence massive on the members loyalty, 3) Analyze the service influence massive on the members loyalty, 4) Analyze the satisfaction influence massive on the members loyalty, 5) Analyze influence of image, service, satisfaction massive impact on the loyalty members on Koperasi Wanita Persada Mandiri Salatiga. The population of this research is 102 people. Sampling technique using simple random sampling, and obtained sample as many as 50 respondent. Questionnaire and documentation are methods for collecting the data. In analyzing the data, multiple linear regression is applied. The results of this research that that the descriptive image, service and satisfaction was good. Image, service and satisfaction influence positive and significant with loyalty. While the influence of image, service and members satisfaction together on members loyalty obtainable of analysis coefficient determination R^2 value is 0,929, which mean that the image, service, and members satisfaction together on member loyalty value is 92,9% and the remaining amount of 7,1% is affected by the other variables.

© 2014 Universitas Negeri Semarang

✉ Alamat korespondensi:

Gedung C6 Lantai 1 FE Unnes
Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229
E-mail: Ratnadewi_ekawati@yahoo.com

ISSN 2252-6544

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian Nasional yang dihadapi dunia usaha termasuk koperasi dan usaha kecil menengah saat ini sangat cepat dan dinamis. Koperasi merupakan salah satu bentuk badan usaha yang sesuai dengan kepribadian bangsa Indonesia yang pantas ditumbuhkembangkan sebagai badan usaha penting dan bukan sebagai alternatif terakhir. Koperasi serba usaha adalah koperasi yang bidang usahanya bermacam-macam misalnya unit simpan pinjam, unit pertokoan atau melayani kebutuhan sehari-hari anggota juga masyarakat, unit produksi dan unit wartel. Koperasi Wanita Persada Mandiri merupakan koperasi yang bergerak dalam bidang konveksi sebagai wadah bagi pengembangan berbagai kegiatan ekonomi masyarakat pedesaan yang merupakan badan usaha perkumpulan anggota yang dikelola dari, oleh dan untuk anggota, sehingga pertumbuhan dan perkembangannya tidak terlepas dari unsur kesetiaan anggota untuk peningkatan kemajuan dan kesejahteraan anggota. Citra adalah kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengertian seseorang tentang fakta-fakta atau kenyataan (Jefkins 2003:114). Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu obyek dapat diketahui dari sikapnya terhadap obyek tersebut.

Pelayanan adalah merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono 2000:59). Ada dua faktor yang dijadikan pedoman anggota yaitu: layanan yang diterima dan harapannya tentang layanan yang akan diberikan. Ketika anggota memutuskan untuk bertransaksi dalam bentuk apapun pada koperasi sebenarnya mereka sudah mempunyai harapan tentang layanan seperti apa yang

akan diperoleh berdasarkan pengalamannya, komunikasi darimulut-kemulut yang pernah didengarnya, informasi lain yang pernah diterima serta dipengaruhi oleh kebutuhannya.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler 1999:52). Anggota akan membeli dari koperasi yang mereka anggap menawarkan nilai bagi anggota yang tertinggi, yaitu selisih antara total manfaat yang diharapkan diperoleh anggota dari produk dan total pengorbanan yang diperkirakan anggota akan terjadi dalam mengevaluasi, memperoleh dan menggunakan produk tersebut. Kepuasan berhubungan erat dengan loyalitas anggota koperasi, dimana anggota yang terpuaskan akan menjadi anggota yang loyal. Loyalitas anggota adalah kesetiaan anggota terhadap sesuatu baik perusahaan, merek maupun produk (Rangkuti 2002:60). Sedangkan yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan kesetiaan anggota terhadap koperasi atau dengan kata lain ikut memiliki koperasi, sehingga dengan senang hati membantu mensejahterakan anggota koperasi dan terhadap diri sendiri. Loyalitas anggota koperasi merupakan perilaku konsisten anggota koperasi dalam mengunjungi koperasi dimana anggota bisa membeli produk yang diinginkan (Sutisna 2003:42)

Bertambahnya persaingan dari badan usaha lain yang secara bebas memasuki bidang usaha yang sedang ditangani oleh koperasi dapat menurunkan loyalitas anggota koperasi khususnya loyalitasnya dalam menjadi anggota dan memanfaatkan usaha koperasi. Koperasi Wanita Persada Mandiri yang bertempat tinggal di Jalan Payaman RT 001 RW 002 Kelurahan Tingkir Tengah, Kecamatan Tingkir Kota Salatiga. Berbadan hukum pada tanggal 8

September 2008 dengan nomor SK : 518/13/BH/XIV.31.IX/2008. Unit usaha koperasi wanita persada mandiri meliputi bidang usaha konveksi, pengadaan bahan baku dan warung serba ada (waserda). loyalitas anggota di koperasi wanita persada mandiri Salatiga dapat dikatakan rendah. Hal ini dapat dilihat dari anggota yang jarang membeli di koperasi, anggota lebih sering membeli kebutuhannya di luar koperasi. Di samping itu, masih adanya anggota yang kurang memiliki kesadaran dan rasa memiliki terhadap koperasi sehingga timbul rasa kurang tanggung jawab dan semangat untuk memajukan koperasi. Dalam upaya meningkatkan loyalitas anggota koperasi wanita persada mandiri Salatiga diperlukan upaya-upaya melalui peningkatan citra, pelayanan serta kepuasan. Berdasarkan data di atas maka penulis mengangkat judul **“Pengaruh Citra, Pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Anggota pada Koperasi Wanita Persada Mandiri Salatiga”**.

METODE

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan rancangan non eksperimen atau survey dan hanya mengkaji fakta-fakta yang telah terjadi dan dirasakan oleh subyek penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah seluruh anggota koperasi wanita persada mandiri Salatiga berjumlah 102 anggota. Teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling yaitu pengambilan anggota sampel

Tabel. Deskripsi Citra pada Koperasi Wanita Persada Mandiri Salatiga

No	Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	40 - 48	Sangat baik	5	10%
2	31 - 39	Baik	39	78%
3	22 - 30	Kurang Baik	6	12%
4	< 22	Tidak Baik	0	0%
Jumlah			50	100%

Sumber : Data yang diolah, 2013

dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Variabel bebas (X) yang digunakan dalam penelitian ini adalah a). Citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas, dalam penelitian ini adalah persepsi anggota terhadap koperasi. b). Pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan anggota serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan anggota. Kepuasan adalah rasa senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan dengan kinerja atau hasil suatu produk dengan harapannya. Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah loyalitas kesetiaan anggota terhadap koperasi atau dengan kata lain ikut memiliki koperasi, sehingga dengan senang hati membantu mensejahterakan anggota koperasi dan terhadap diri sendiri. Metode pengumpulan dat yang digunakan yaitu kuesioner dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif persentase, regresi berganda, asumsi klasik dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk dapat menilai kelayakan atau kesetiaan anggota terhadap koperasi dapat dilihat melalui citra, pelayanan dan kepuasan.

1. Deskripsi Citra kepada Anggota

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat dijelaskan bahwa menurut anggota koperasi berada dalam kategori baik sebesar 78%, 12% dalam kategori kurang baik, 10% dalam kategori sangat baik dan yang menyatakan citra koperasi tidak baik tidak ada. Adapun diperoleh mean sebesar

39,2600 yang terletak pada interval 31 - 39 dalam ketegori baik. Hal ini berarti citra koperasi tergolong baik yaitu mengutamakan tanggung jawab sosial, inovasi, kualitas manajemen, dan kepercayaan

2. Deskripsi Pelayanan kepada Anggota

Tabel 2. Deskripsi Pelayanan pada Koperasi Wanita Persada Mandiri Salatiga

No	Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	50 – 60	Sangat baik	6	12%
2	39 – 49	Baik	42	84%
3	28 – 38	Kurang Baik	2	4%
4	< 28	Tidak Baik	0	0%
Jumlah			50	100%

Sumber : Data Penelitian yang diolah, 2013

Berdasarkan tabel 2 di atas dapat dijelaskan bahwa menurut anggota, pelayanan koperasi berada dalam kategori baik sebesar 84%, 12% dalam kategori sangat baik, 4% dalam kategori kurang baik dan yang menyatakan pelayanan koperasi tidak baik tidak ada. Adapun diperoleh

mean sebesar 44,0600 yang terletak pada interval 39 - 49 dalam ketegori baik. Hal ini berarti pelayanan koperasi tergolong baik yaitu mengutamakan keandalan, ketanggapan, empati, keterjaminan dan berwujud.

3. Deskripsi Kepuasan kepada Anggota

Tabel 3. Deskripsi Kepuasan pada Koperasi Wanita Persada Mandiri Salatiga

No	Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	34 - 40	Sangat baik	20	40%
2	27 – 33	Baik	29	58%
3	20 – 26	Kurang Baik	1	2%
4	< 20	Tidak Baik	0	0%
Jumlah			50	100%

Sumber : Data Penelitian yang diolah, 2013

Berdasarkan tabel 4.13 di atas dapat dijelaskan bahwa menurut anggota, kepuasan koperasi baik 58%, sangat baik sebesar 40%, , kurang baik 2% dan yang menyatakan kepuasan koperasi tidak baik tidak ada. Adapun diperoleh mean sebesar 34,8200 yang terletak pada interval 33 - 40

dalam ketegori sangat baik, dengan demikian kepuasan koperasi pada Koperasi Wanita Persada Mandiri adalah sangat baik.

Hasil uji multikolinieritas dimaksudkan untuk menguji apakah model regresi ditemukan korelasi antara variabel bebas. Gejala multikolinieritas dapat dilihat

dari nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Facto (VIF)*. Jika VIF lebih dari 10 maka terjadi multikolinieritas. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa nilai *tolerance* untuk dua variabel kurang dari 1 dan besarnya VIF tidak lebih dari 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas.

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Hasil penelitian ini diketahui bahwa titik-titik pada gambar *normal probability plot* cenderung membentuk garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan cara melihat grafik *Flot* antara lain prediksi variabel terikat (*Zpred*) dengan residualnya (*Sresid*). Pada penelitian ini Terlihat pada grafik di atas, titik-titik tersebar di sekitar nol pada sumbu vertikal dan tidak membentuk pola tertentu atau terlihat acak, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas.

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa Variabel citra, pelayanan dan kepuasan mempunyai arah koefisien yang bertanda positif terhadap loyalitas anggota, koefisien citra memberikan nilai sebesar 0,104, koefisien pelayanan memberikan nilai sebesar 0,086 dan koefisien kepuasan anggota memberikan nilai sebesar 0,911 yang berarti bahwa jika loyalitas anggota semakin kuat dengan asumsi variabel lain tetap maka loyalitas anggota akan mengalami peningkatan.

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama diuji dengan menggunakan uji F. Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh

nilai F hitung adalah sebesar 199,913 dengan hasil signifikasinya sebesar $0,000 < 0,05$, sedangkan *degree of freedom* pada angka 3 dan 46 dalam tabel F. Sehingga nilai F hitung sebesar $199,913 > \text{nilai F tabel} = 2.81$ (signifikan) dengan menggunakan batas signifikansi 0,05. Hal ini dapat diartikan bahwa pengaruh antara citra, pelayanan dan kepuasan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas anggota koperasi.

Koefisien determinasi merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Perhitungan diperoleh nilai *R square* = 0,929 = 92,9% ini berarti variabel bebas citra, pelayanan dan kepuasan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas anggota sebesar 92,9% dan sisanya 7,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Citra terhadap Loyalitas Anggota

Hasil analisis deskriptif menunjukkan rata-rata skor citra pada Koperasi Wanita Persada Mandiri Salatiga adalah 39,26 dengan persentase 78% dan termasuk dalam kategori baik. Hal ini mengidentifikasi bahwa dalam citra di koperasi Wanita Persada Mandiri adalah baik, yang menyebabkan anggota koperasi loyal dalam koperasi. Dalam hal tanggung jawab sosial, pengurus dan karyawan melayani anggota dalam bertransaksi di koperasi dengan penuh tanggung jawab. Sedangkan pada inovasi, pengurus juga memberikan inovasi terhadap barang-barang yang ada di Waserda Koperasi dengan cara menambahkan dan melengkapi barang-barang yang dibutuhkan oleh anggota dan masyarakat.

Dari uji hipotesis ditemukan bahwa citra berpengaruh terhadap loyalitas anggota positif dan signifikan. Tanda positif

mempunyai arti bahwa jika citra koperasi meningkat maka loyalitas anggota koperasi juga meningkat. Temuan ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Handi (2003:3), bahwa citra berkaitan dengan kepercayaan masyarakat dapat terbentuk setelah melihat kinerja dari koperasi sehingga anggota meyakini bahwa koperasi dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkan anggota. Kepercayaan anggota koperasi dalam mengukur citra perusahaan koperasi dapat dilihat dari jumlah anggota koperasi yang menggunakan jasa dari koperasi yang disediakan oleh pengurus. Kepercayaan anggota koperasi Wanita Persada Mandiri Salatiga menunjukkan baik sehingga loyalitas anggota juga baik.

Pengaruh Pelayanan terhadap Loyalitas Anggota

Dari perhitungan analisis deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata skor pelayanan pada Koperasi Wanita Persada Mandiri Salatiga adalah 44,06 dengan persentase 84% dan termasuk dalam kategori baik. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pelayanan Koperasi Wanita Persada Mandiri Salatiga adalah sangat baik. Dengan memberikan pelayanan ekstra, pemberian layanan yang baik dan berkualitas akan merubah perilaku anggota menjadi loyal dan menjalin hubungan yang baik dengan koperasi. Hal ini mengidentifikasi bahwa dalam pelayanan di Koperasi Wanita Persada Mandiri Salatiga sudah baik sehingga anggota menjadi loyal dalam bertransaksi di Koperasi.

Temuan bahwa pengaruh pelayanan terhadap loyalitas anggota bertanda positif, hal ini menunjukkan bahwa jika pelayanan semakin baik maka loyalitas meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Parasuraman (2005:29) bahwa pelayanan yang diberikan semakin baik dan berkualitas maka anggota akan semakin loyal untuk melangani

koperasinya. Hal senada juga diungkap oleh Tjiptono (2000:128) bahwa kemampuan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. Termasuk di dalamnya memahami tipe-tipe pelanggan. Pengembangan database yang lebih akurat daripada pesaing (mencakup data kebutuhan dan keinginan setiap segmen pelanggan dan perubahan kondisi persaingan). Pemanfaatan informasi-informasi yang diperoleh dari riset pasar dalam suatu kerangka strategik. Dengan demikian pelayanan yang berkualitas dapat meningkatkan loyalitas anggota pada Koperasi Wanita Persada Mandiri Salatiga.

Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Anggota

Perhitungan analisis deskriptif yang menunjukkan rata-rata skor kepuasan pada Koperasi Wanita Persada Mandiri Salatiga adalah 34,82 dengan persentase 40% dan termasuk dalam kategori sangat baik. Persaingan koperasi yang semakin ketat dimana semakin banyak koperasi yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan anggota menyebabkan setiap koperasi harus menempatkan kepuasan anggota sebagai tujuan utama. Sikap loyal anggota dipengaruhi oleh keyakinan, emosi dan perasaan puas serta harapan-harapan anggota itu sendiri. Disamping itu koperasi harus mampu merubah perasaan puas menjadi perasaan senang. Dari hasil penelitian pada indikator-indikator yang terdapat pada variabel ini diketahui bahwa anggota Koperasi Wanita Persada Mandiri Salatiga sangat puas dengan koperasi ini.

Temuan bahwa pengaruh kepuasan terhadap loyalitas anggota bertanda positif, hal ini menunjukkan bahwa jika kepuasan semakin baik maka loyalitas meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Tjiptono (2006:366) bahwa pelayanan yang diterima atau disarankan sesuai dengan yang diharapkan,

maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, sehingga melalui kepuasan itu anggota akan melakukan pembelian jasa atau memutuskan untuk menggunakan jasa dan pada akhirnya akan merekomendasikan hal itu kepada orang lain.

Pengaruh Citra, Pelayanan dan Kepuasan secara simultan dan parsial terhadap Loyalitas Anggota pada KopWan Persada Mandiri Salatiga

Dari perhitungan analisis deskriptif menunjukkan bahwa skor rata-rata Loyalitas Anggota pada Koperasi Wanita Persada Mandiri Salatiga adalah 30,22 dengan persentase 28% dan termasuk dalam kategori sangat baik. Hal ini mengidentifikasi bahwa anggota sudah semua menjadi anggota yang loyal di Koperasi Wanita Persada Mandiri Salatiga.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa baik secara simultan atau bersama-sama maupun secara parsial atau sendiri-sendiri citra, pelayanan dan kepuasan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas anggota pada Koperasi Wanita Persada Mandiri Salatiga dibuktikan dari hasil uji F dan uji t. Uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 199,913 dengan hasil signifikasinya sebesar 0,000, sedangkan *degree of freedom* pada angka 3 dan 46 dalam tabel F. Sehingga nilai F hitung sebesar $199,913 > \text{nilai F tabel} = 2,81$ yang berarti signifikan dengan menggunakan batas signifikansi 0,05. Sedangkan menggunakan uji t pengaruh citra terhadap loyalitas anggota ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 2,731 dengan nilai signifikasinya sig sebesar $0,008 < 0,05$. Sementara itu pengaruh pelayanan terhadap loyalitas anggota ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 2,838 dengan nilai signifikasinya sebesar $0,009 < 0,05$. Selanjutnya pengaruh kepuasan terhadap loyalitas anggota ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 22,041 dengan nilai signifikasinya sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan menggunakan uji

koefisien determinasi atau R^2 yang diperoleh nilai R square sebesar 0,929, yang artinya bahwa citra, pelayanan, dan kepuasan mempengaruhi terhadap loyalitas anggota sebesar 92,9% dan sisanya sebesar 7,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Temuan ini mengindikasikan bahwa citra, pelayanan, dan kepuasan memberikan kontribusi yang positif pada Koperasi Wanita Persada Mandiri Salatiga.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan ada pengaruh citra, pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas anggota dan ada pengaruh citra, pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas anggota baik secara bersama-sama pada koperasi wanita persada mandiri Salatiga.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh citra, pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas anggota, pengaruhnya positif dan signifikan pada Koperasi Wanita Persada Mandiri Salatiga. Dan ada pengaruh citra, pelayanan, dan kepuasan secara bersama-sama terhadap loyalitas anggota pada Koperasi Wanita Persada Mandiri Salatiga, adapun pengaruhnya positif dan signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Irawan D Handi. 2003. *Mengukur Citra Koperasi*. Jakarta: Gramedia.
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip; A.B. Susanto. 1999. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nila Kasuma Dewi,SE, Gus Andri,SE.,MM, Sepris Yonaldi,SE.,MM. 2012. *Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen dalam*

- Menggunakan Vaseline Hand And Body Lotion di Kota Padang (Studi Kasus di PT. Uniever Cabang Padang).*
Universitas Tamansiswa Padang, Volume 3, Nomor 2, Mei 2012.
- Rangkuti, Fredy. 2002. *The power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merk.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran.* Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa.* Yogyakarta: Andi.
- . 2006. *Pemasaran Jasa.* Yogyakarta: Andi.
- Wungow, Richie. 2013. *Kualitas Layanan, Citra, Nilai dan Kepuasan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Rock Rand Manado.* Universitas Sam Ratulangi, Volume 1, Nomor 3, Juni 2013