

**PENGARUH SUASANA KLINIK DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA KLINIK
KECANTIKAN NAAVAGREEN DI JALAN CENDRAWASIH
KOMPLEK COLOMBO NO 5 YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

DESY KRISTIANTI PANJAITAN

11140100

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2018

**PENGARUH SUASANA KLINIK DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA KLINIK
KECANTIKAN NAAVAGREEN DI JALAN CENDRAWASIH
KOMPLEK COLOMBO NO 5 YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

DESY KRISTIANTI PANJAITAN

11140100

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2018

**PENGARUH SUASANA KLINIK DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA KLINIK
KECANTIKAN NAAVAGREEN DI JALAN CENDRAWASIH
KOMPLEK COLOMBO NO 5 YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

DESY KRISTIANTI PANJAITAN

NIM : 11140100

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH SUASANA KLINIK DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA KLINIK
KECANTIKAN NAAVAGREEN DI JALAN CENDRAWASIH
KOMPLEK COLOMBO NO 5 YOGYAKARTA**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

DESY KRISTIANTI PANJAITAN

11140100

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Manajemen pada tanggal **25 JAN 2018**

Nama Dosen

1. Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., MM :

(Ketua Tim)

2. Dr. Singgih Santoso, MM :

(Dosen Penguji)

3. Jonathan Herdioko, SE., MM :

(DosenPenguji)

TandaTangan



Yogyakarta, **30 JAN 2018**

Disahkanoleh:

Dekan,



Dr. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen,



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

PENGARUH SUASANA KLINIK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA KLINIK KECANTIKAN NAAVAGREEN DI JALAN CENDRAWASIH KOMPLEK COLOMBO NO 5 YOGYAKARTA

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 25 Januari 2018



DESY KRISTIANTI PANJAITAN

11140100

HALAMAN MOTTO

Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apapun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur. Damai sejahtera Allah, yang melampaui segala akal, akan memelihara hati dan pikiranmu dalam Kristus Yesus.

(Filipi 4:6-7)

Bersukacitalah senantiasa. Tetaplah berdoa. Mengucap syukurlah dalam segala hal, sebab itulah yang dikehendaki Allah di dalam Kristus Yesus bagi kamu.

(1 Tesalonika 5:16-18)

Serahkanlah segala kekuatiranmu kepada-Nya, sebab Ia yang memelihara kamu

(1 Petrus 5:7)

Keberhasilan adalah kemampuan untuk melewati dan mengatasi dari satu kegagalan berikutnya tanpa kehilangan semangat

(Winston Churchill)

"Jadilah diri sendiri dan janganlah menjadi orang lain walaupun orang tersebut Nampak lebihbaik dari kita"

You Only Live Once, But If You Do It Right, Once Is Enough

(Mae Wes)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

Tuhan Yesus Kristus

Rismen Panjaitan

Sumantinah Silalahi Spd

Jonathan Parasian Panjaitan SH

Letda(T) Dody Putra Hutagalung, S.Tr. Han

Richa Mega Pupita

Elizabeth Tatacily

Dr. Singgih Santoso, MM

Teman-teman Fakultas Bisnis 2014

Almamaterku Tercinta

©UKDWN

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas anugerah dan petunjuk-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH SUASANA KLINIK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA KLINIK KECANTIKAN NAAVAGREEN DI JALAN CENDRAWASIH KOMPLEK COLOMBO NO 5 YOGYAKARTA ”**

Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana(S1) dari Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Loyalitas pelanggan juga sangat penting artinya bagi perusahaan untuk menjaga kelangsungan usaha maupun kelangsungan kegiatan usahanya.

Untuk itu, penulis berusaha melakukan analisa dengan memberikan variable seperti kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan sebagai penentu loyalitas pelanggan. Penulis berharap agar tulisan ini dapat bermanfaat dalam menambah wawasan mengenai loyalitas pelanggan.

Dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Ucapan terimakasih ini ditujukan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan kasih-Nya yang tidak pernah berkesudahan dalam kehidupan penulis, yang sudah menyertai penulis dari awal perkuliahan sampai dengan selesainya penulisan Skripsi ini.
2. Kedua Orang Tua tercinta penulis Bapak Rismen Panjaitan dan Mama Sumantinah Silalahi yang selalu memberikan dukungan lewat doa, motivasi, semangat, nasehat serta kasih sayang yang tulus juga pengorbanan secara materi dan telah memberikan kepada penulis kepercayaan penuh sehingga dapat menyelesaikan kuliah dan Skripsi ini tepat waktu dan terselesaikan dengan baik.
3. Bapak Dr. Singgih Santoso, MM, dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
4. Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D, selaku wakil dekan 1 FakultasBisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
5. Bapak Dr. Singgih Santoso, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar memberikan bimbingan dan saran-saran dalam penulisan Skripsi ini sehingga selesai tepat waktu.
6. Saudara tercinta : Jonathan Parasian Panjaitan
7. Kekasih Tercinta : Letda (T) Dody Putra Hutagalung, STr.Han
8. Semua keluarga terkasih di Sibolga , Medan dan Kalimantan yang tidak pernah berhenti memberikan motivasi serta doa kepada penulis.
9. Para sahabat terkasih yaitu Richa Mega Puspita, Elizabeth R.F Tacazily yang sudah bersama-sama dalam suka dan duka melewati perkuliahaan ini dari awal sampai selesainya Skripsi ini, menjadi motivator dan saudara yang baik.

10. Teman-teman Manajemen 2014 yang telah membagikan ilmu, dan kebahagiaan selama masa perkuliahan.
11. Pak Edy Nugroho, SE., MSc. yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam mengolah data skripsi.
12. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak demi kesempurnaan laporan ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pengguna pada umumnya.

Yogyakarta, _____2018

Penulis,

Desy Kristianti Panjaian

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAKSI	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Batasan Penelitian	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Suasana Toko	9
2.1.1. Pengertian Suasana toko	9

2.1.2. Elemen Suasana Toko	9
2.2. Pelayanan	15
2.2.1. Pengertian Pelayanan	15
2.2.2. Kualitas Pelayanan	16
2.3. Loyalitas Pelanggan	20
2.3.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan	20
2.3.2. Karakteristik Loyalitas	22
2.3.3. Jenis-Jenis Loyalitas konsumen.....	23
2.3.4. Tahapan Loalitas Konsumen.....	24
2.4. Hubungan Antar Variabel	26
2.5. Penelitian Terdahulu	27
2.6. Kerangka Pemikiran	28
2.7. Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III. METODE PENELITIAN.....	31
3.1. Data	31
3.1.1. Pengumpulan Data	32
3.2. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran.....	33
3.2.1. Definisi Operasional Variabel	33
3.2.2. Pengukuran Variabel	33
3.3. Metode Analisis Data	34
3.3.1. Uji Validitas	34
3.3.2. Uji Reliabilitas	35
3.3.3. Analisis Deskriptif	36
3.3.4. Analisis Regresi Linear Berganda	36

3.3.5. Koefisien Determinasi (R^2)	39
BAB IV. HASIL PENELITIAN	40
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	40
4.2. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	41
4.2.1. Analisis Deskriptif	41
4.2.2. Analisis Validitas	45
4.2.3. Analisis Reliabilitas	49
4.2.4. Analisis Regresi Linear Berganda	50
4.2.5. Koefisien Determinasi	61
4.3. Pembahasan Hasil	62
BAB V. PENUTUP.....	65
5.1. Kesimpulan.....	65
5.2. Keterbatasan Penelitian	66
5.3. Saran	66
5.3.1. Saran Berdasarkan Hasil Penelitian untuk Naavagreen	66
5.3.2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	72

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. PenelitianTerdahulu	27
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	44
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas 1.....	46
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas 2.....	48
Tabel 4.7. Hasil Uji Realibitas	50
Tabel 4.8. Hasil Regresi Linear Berganda.....	50
Tabel 4.9. Hasil Uji t.....	53
Tabel 4.10. Hasil Uji F.....	60
Tabel 4.11. Hasil Uji Determinasi (R^2).....	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	28

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Ijin Penelitian	73
Lampiran 2	Kuesioner.....	74
Lampiran 3	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	98
Lampiran 4	Analisis Regresi Linear Berganda	102
Lampiran 5	Tabel r.....	103

©UKDW

ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh komponen variabel independen yang meliputi Exterior(Bagian luar toko), General Interior (Bagian dalam ruangan toko), Store Layout(Tata letak toko), Interior Displays(Pemajangan inforasi), Tangability(Bukti fisik), Reliability (Handal), Responsiveness (Tanggap), Assurance (Jaminan) terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan Naavagreen Yogyakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner. Sampel yang digunakan yaitu dengan metode purposive sampling dengan kriteria pelanggan Naavagreen Yogyakarta . Jumlah sampel yang diambil sebagai responden sebanyak 100 orang.

Berdasarkan kriteria tersebut terdapat delapan hipotesis yang digunakan yaitu: pertama, diduga Exterior(Bagian luar toko), berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan Naavagreen Yogyakarta. Kedua, diduga General Interior (Bagian dalam ruangan toko), berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan Naavagreen Yogyakarta. Ketiga, diduga Store Layout(Tata letak toko), berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan Naavagreen Yogyakarta. Keempat, diduga Interior Displays(Pemajangan inforasi), berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan Naavagreen Yogyakarta. Kelima, diduga Tangability(Bukti fisik) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan Naavagreen Yogyakarta. Keenam, diduga Reliability (Handal) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan Naavagreen Yogyakarta. Ketujuh, diduga Responsiveness (Tanggap) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan Naavagreen Yogyakarta. Kedelapan, diduga Assurance (Jaminan) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan Naavagreen Yogyakarta.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat statistik regresi linear berganda. Hasil dari analisis statistik tersebut menunjukkan bahwa komponen variable Exterior(Bagian luar toko), General Interior (Bagian dalam ruangan toko), Store Layout(Tata letak toko), Interior Displays(Pemajangan inforasi), Tangability(Bukti fisik), Reliability (Handal), Responsiveness (Tanggap), Assurance (Jaminan) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan Naavagreen Yogyakarta. Dapat disimpulkan bahwa Exterior dari Klinik Naavagreen ini memberikan kenyamanan kepada pelanggan untuk mengunjungi klinik kecantikan ini serta Jaminan yang terpercaya juga diberikan oleh dokter dan karyawan dengan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan terhadap perawatan kecantikan yang ada di Yogyakarta , berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan Naavagreen Yogyakarta

Kata kunci : Exterior(Bagian luar toko), General Interior (Bagian dalam ruangan toko), Store Layout(Tata letak toko), Interior Displays(Pemajangan inforasi), Tangability(Bukti fisik), Reliability (Handal), Responsiveness (Tanggap), Assurance (Jaminan) , dan loyalitas pada klinik kecantikan Naavagreen

ABSTRACT

This study examines the effects of independent variable components that include Exterior, General Interior, Store Layout, Interior Displays, Tangability, Reliability, Responsiveness, Assurance to the dependent variable that is customer loyalty at beauty clinic Naavagreen Yogyakarta. Data collection method used is questionnaire. The sample used is purposive sampling method with the criteria of Naavagreen Yogyakarta customer. The number of samples taken as respondents is 100 people.

Based on these criteria there are eight hypotheses used are: first, alleged Exterior (The outside of the store), significant effect on customer loyalty at beauty clinic Naavagreen Yogyakarta. Second, allegedly General Interior (part in the store room), significant effect on customer loyalty at beauty clinic Naavagreen Yogyakarta. Third, allegedly Store Layout (layout shop), significant effect on customer loyalty at beauty clinic Naavagreen Yogyakarta. Fourth, allegedly Interior Displays (Displays inforasi), significant effect on customer loyalty at beauty clinic Naavagreen Yogyakarta. Fifth, alleged Tangability (Physical evidence) have a significant effect on customer loyalty at beauty clinic Naavagreen Yogyakarta. Sixth, allegedly Reliability (Reliable) have a significant effect on customer loyalty at beauty clinic Naavagreen Yogyakarta. Seventh, Suspected Responsiveness (Tanggap) has a significant effect on customer loyalty at beauty clinic Naavagreen Yogyakarta. Eighth, alleged Assurance (Guarantee) significant effect on customer loyalty at beauty clinic Naavagreen Yogyakarta.

Hypothesis testing in this research using multiple linear regression statistic tool. The results of the statistical analysis show that components of Exterior variables, General Interior, Store Layout, Interior Displays, Tangability, Reliability, Responsiveness, Assurance have a significant effect on customer loyalty at beauty clinic Naavagreen Yogyakarta. It can be concluded that the Naavagreen Exterior of this Clinic provides convenience to customers to visit this beauty clinic as well as a trusted Guarantee is also provided by doctors and employees by providing satisfactory service to customers of beauty treatments in Yogyakarta, affecting customer loyalty at the beauty clinic Naavagreen Yogyakarta

Keywords: Exterior, General Interior, Store Layout, Interior Displays, Tangability, Reliability, Responsiveness, Assurance, and loyalty to the Naavagreen beauty clinic

ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh komponen variabel independen yang meliputi Exterior(Bagian luar toko), General Interior (Bagian dalam ruangan toko), Store Layout(Tata letak toko), Interior Displays(Pemajangan inforasi), Tangability(Bukti fisik), Reliability (Handal), Responsiveness (Tanggap), Assurance (Jaminan) terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan Naavagreen Yogyakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner. Sampel yang digunakan yaitu dengan metode purposive sampling dengan kriteria pelanggan Naavagreen Yogyakarta . Jumlah sampel yang diambil sebagai responden sebanyak 100 orang.

Berdasarkan kriteria tersebut terdapat delapan hipotesis yang digunakan yaitu: pertama, diduga Exterior(Bagian luar toko), berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan Naavagreen Yogyakarta. Kedua, diduga General Interior (Bagian dalam ruangan toko), berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan Naavagreen Yogyakarta. Ketiga, diduga Store Layout(Tata letak toko), berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan Naavagreen Yogyakarta. Keempat, diduga Interior Displays(Pemajangan inforasi), berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan Naavagreen Yogyakarta. Kelima, diduga Tangability(Bukti fisik) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan Naavagreen Yogyakarta. Keenam, diduga Reliability (Handal) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan Naavagreen Yogyakarta. Ketujuh, diduga Responsiveness (Tanggap) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan Naavagreen Yogyakarta. Kedelapan, diduga Assurance (Jaminan) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan Naavagreen Yogyakarta.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat statistik regresi linear berganda. Hasil dari analisis statistik tersebut menunjukkan bahwa komponen variable Exterior(Bagian luar toko), General Interior (Bagian dalam ruangan toko), Store Layout(Tata letak toko), Interior Displays(Pemajangan inforasi), Tangability(Bukti fisik), Reliability (Handal), Responsiveness (Tanggap), Assurance (Jaminan) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan Naavagreen Yogyakarta. Dapat disimpulkan bahwa Exterior dari Klinik Naavagreen ini memberikan kenyamanan kepada pelanggan untuk mengunjungi klinik kecantikan ini serta Jaminan yang terpercaya juga diberikan oleh dokter dan karyawan dengan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan terhadap perawatan kecantikan yang ada di Yogyakarta , berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan Naavagreen Yogyakarta

Kata kunci : Exterior(Bagian luar toko), General Interior (Bagian dalam ruangan toko), Store Layout(Tata letak toko), Interior Displays(Pemajangan inforasi), Tangability(Bukti fisik), Reliability (Handal), Responsiveness (Tanggap), Assurance (Jaminan) , dan loyalitas pada klinik kecantikan Naavagreen

ABSTRACT

This study examines the effects of independent variable components that include Exterior, General Interior, Store Layout, Interior Displays, Tangability, Reliability, Responsiveness, Assurance to the dependent variable that is customer loyalty at beauty clinic Naavagreen Yogyakarta. Data collection method used is questionnaire. The sample used is purposive sampling method with the criteria of Naavagreen Yogyakarta customer. The number of samples taken as respondents is 100 people.

Based on these criteria there are eight hypotheses used are: first, alleged Exterior (The outside of the store), significant effect on customer loyalty at beauty clinic Naavagreen Yogyakarta. Second, allegedly General Interior (part in the store room), significant effect on customer loyalty at beauty clinic Naavagreen Yogyakarta. Third, allegedly Store Layout (layout shop), significant effect on customer loyalty at beauty clinic Naavagreen Yogyakarta. Fourth, allegedly Interior Displays (Displays inforasi), significant effect on customer loyalty at beauty clinic Naavagreen Yogyakarta. Fifth, alleged Tangability (Physical evidence) have a significant effect on customer loyalty at beauty clinic Naavagreen Yogyakarta. Sixth, allegedly Reliability (Reliable) have a significant effect on customer loyalty at beauty clinic Naavagreen Yogyakarta. Seventh, Suspected Responsiveness (Tanggap) has a significant effect on customer loyalty at beauty clinic Naavagreen Yogyakarta. Eighth, alleged Assurance (Guarantee) significant effect on customer loyalty at beauty clinic Naavagreen Yogyakarta.

Hypothesis testing in this research using multiple linear regression statistic tool. The results of the statistical analysis show that components of Exterior variables, General Interior, Store Layout, Interior Displays, Tangability, Reliability, Responsiveness, Assurance have a significant effect on customer loyalty at beauty clinic Naavagreen Yogyakarta. It can be concluded that the Naavagreen Exterior of this Clinic provides convenience to customers to visit this beauty clinic as well as a trusted Guarantee is also provided by doctors and employees by providing satisfactory service to customers of beauty treatments in Yogyakarta, affecting customer loyalty at the beauty clinic Naavagreen Yogyakarta

Keywords: Exterior, General Interior, Store Layout, Interior Displays, Tangability, Reliability, Responsiveness, Assurance, and loyalty to the Naavagreen beauty clinic

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap wanita pasti memiliki keinginan untuk mempercantik diri. Mereka yang terlalu mengejar sisi kecantikan lahiriah, menyebabkan wanita menjadi sangat terobsesi pada penampilan yang cantik dan menarik, sehingga banyak sekali upaya yang dilakukan untuk mempercantik diri. Saat ini kebudayaan modern cenderung melihat kecantikan fisik sebagai simbol untuk membangun citra diri di dalam ruang publik. Jika merujuk pada anggapan cantik yang mulai berkembang saat ini, dapat dikatakan bahwa ada ukuran kecantikan yang menjadi patokan bagi wanita untuk mendapatkan penghargaan melalui penilaian dari orang disekitarnya. Adanya wacana tentang bagaimana wanita cantik ini menyebabkan banyak wanita berkeinginan untuk membuat dirinya cantik menurut standar yang berlaku di masyarakat.

Di jaman yang telah modern ini di manfaatkan oleh dokter spesialis kecantikan untuk mendirikan perusahaan klinik kecantikan, tetapi klinik kecantikan yang telah berdiri hanya dapat di nikmati oleh golongan kelas menengah atas, sehingga golongan menengah ke bawah yang juga ingin melakukan perawatan kecantikan harus berfikir berkali-kali bahkan tidak bisa untuk melakukan perawatan karena harga yang tidak dapat di jangkau. Beberapa dokter spesialis kecantikan yang mulai menangkap peluang tersebut berlomba-lomba untuk membangun perusahaan klinik kecantikan dengan memberikan fasilitas-fasilitas dan layanan yang hampir sama dengan klinik kecantikan kelas atas tetapi berani memberikan harga yang dapat di jangkau oleh golongan menengah ke bawah.

Dengan berjalannya waktu klinik-klinik kecantikan yang membidik pasar kelas menengah kebawah semakin banyak, mereka melakukan berbagai cara dan stratgei yang mampu membuat konsumen tertarik untuk mencobanya. Dewasa ini berbagai macam strategi dilakukan perusahaan klinik kecantikan dalam bersaing, tidak hanya dari segi harga dan produknya saja tetapi dari segi

kenyamanan dan layanan dari perusahaan lebih di tonjolkan untuk menarik perhatian dari calon pelanggan.

Banyaknya persaingan klinik kecantikan ini terjadi hampir di setiap kota dan mampu membuat masyarakat terbius dengan hadirnya klinik kecantikan tersebut. Seperti di Kota Yogyakarta, di kota Yogya ini terdapat beberapa klinik kecantikan yang terus bersaing dengan inovasi-inovasi yang terus berkembang, dan terus bersaing untuk mampu memberikan seperti apa yang konsumen harapkan saat ini.

Loyalitas merupakan salah satu ukuran keberhasilan dalam usaha layanan jasa. Pelanggan akan merasa loyal apabila apa yang diberikan perusahaan dapat melampaui apa yang diinginkan oleh pelanggan. Oliver (1997; dalam Kotler dan Keller 2009:138) menjelaskan bahwa loyalitas merupakan suatu komitmen yang dilakukan konsumen untuk membeli dan mendukung kembali suatu produk / jasa di masa yang akan datang meskipun terjadi pengaruh situasi dan upaya pemasaran yang akan berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

Perusahaan yang ingin konsumennya loyal tentu harus memperhatikan berbagai faktor yang mempengaruhi, faktor yang mempengaruhi loyalitas yaitu suasana klinik. Unsur-unsur suasana klinik antara lain adalah interior, yang terdiri dari; pencahayaan, display produk, musik, tata letak bangunan, dan eksterior yang terdiri dari; tempat parkir dan kemudahan akses untuk menuju ke perusahaan.

Penciptaan suasana klinik yang ada pada Klinik Kecantikan Naavagreen yaitu bentuk gedungnya sendiri klinik Naavagreen terlihat seperti halnya klinik untuk golongan kelas menengah ke atas, cahaya pada setiap ruangan cukup terang dan suhu pada setiap ruangan sangat sejuk. Kebersihan gedung mulai dari depan hingga pada toilet terjaga. Untuk setiap ruang perawatan perusahaan memutar musik tradisional yang dimaksudkan agar membuat pelanggan merasakan rileks saat melakukan perawatan. Mulai dari ruang depan klinik hingga pada ruang perawatan semua bernuansa hijau alami sesuai dengan slogan Naavagreen sendiri yaitu natural, berkualitas dan harga terjangkau.

Faktor lain yang mempengaruhi loyalitas yaitu kualitas layanan. Kualitas layanan merupakan strategi penting dalam perusahaan guna mengukur seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan yang telah diterima. Unsur-unsur kualitas layanan antara lain kehandalan, daya tanggap, jaminan, kesopan santunan, empati, keterampilan dan kemudahan.

Kualitas layanan yang diberikan Klinik Naavagreen pada pelanggan yaitu pegawai memberikan sikap yang ramah dan sopan terhadap pelanggan, berbicara dengan bahasa yang baik, sopan dan mudah dipahami, melayani segala sesuatu yang sedang dibutuhkan pelanggan, mendengarkan segala keluhan dari pelanggan dengan sabar dan tersenyum, dan memberikan fasilitas-fasilitas yang memadai seperti tersedianya TV pada ruang tunggu, kulkas untuk air minum pelanggan, majalah-majalah untuk hiburan pelanggan saat sedang mengantri, dan alat-alat untuk proses perawatan yang sudah modern dan canggih.

Hasil penelitian kualitas layanan yang mempengaruhi loyalitas pelanggan ditunjukkan oleh Santoso (2013). Hasil penelitian Santoso menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Laboratorium Klinik Populer Yogyakarta.

Alasan kebanyakan orang mau untuk datang perawatan di Naavagreen karena klinik Naavagreen memiliki salah satu nilai lebih di mata pelanggan yaitu berani memberikan suasana klinik dan kualitas layanan seperti halnya klinik berkelas tetapi dengan harga perawatan dan produk yang terjangkau.

Naavagreen telah berkembang dengan pesat selama kurang lebih 5 tahun lamanya, pelanggan klinik Naavagreen semakin bertambahnya tahun semakin mengalami peningkatan, sejak awal berdiri pada tahun 2012 hingga saat ini tahun 2017.

Klinik Naavagreen berkantor pusat di Yogyakarta tepatnya di Jalan Cendrawasih Komplek Colombo No 5, Yogyakarta. Saat ini, Naavagreen telah memiliki 17 cabang di Indonesia, antara lain Yogyakarta, Bandung, Mataram, Kediri, Mojokerto, Solo, Semarang, Garut, Wonosobo, Surabaya, Madiun, dan akan segera buka di Purwokerto, Bojonegoro, Ponorogo, dan Denpasar Bali. (m.forum.detik.com). Dari 17 cabang Naavagreen (m.forum.detik.com). yang

tersebar di seluruh Indonesia, penulis memilih Klinik Naavagreen Yogyakarta, karena Naavagreen pusatnya ada di Yogyakarta dengan memiliki rata-rata pelanggan tertinggi setiap bulannya di bandingkan dengan cabang lainnya, yaitu mencapai 3 ribu pelanggan. Selain itu di Kota Yogyakarta klinik-klinik kecantikan mayoritas adalah klinik yang membidik pada golongan menengah kebawah adapun klinik-klinik kecantikan yang memiliki golongan menengah ke atas seperti Natasha, LBC, Larisa, Erha, Laseca, Miracle dan Klinik Cantik lainnya, sehingga penulis memutuskan untuk memilih Klinik Kecantikan Naavagreen tepatnya di kota Yogyakarta

Dari uraian diatas, maka perlu dilakukan untuk menganalisis apakah kualitas produk, dan lokasi, mampu mempengaruhi seseorang untuk membeli, maka judul penelitian yang saya buat adalah **“Pengaruh Suasana Klinik dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Klinik Kecantikan Naavagreen di Kota Yogyakarta.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka pokok permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah variabel ekterior (Bagian luar toko) klinik berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Klinik Kecantikan Naavagreen di Jalan Cendrawasih Komplek Colombo No 5, Yogyakarta?
2. Apakah variabel General Interior (Bagian dalam ruangan toko) klinik berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Klinik Kecantikan Naavagreen di Jalan Cendrawasih Komplek Colombo No 5, Yogyakarta?
3. Apakah variabel Store Layout (Tata letak toko) klinik berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Klinik Kecantikan Naavagreen di Jalan Cendrawasih Komplek Colombo No 5, Yogyakarta?
4. Apakah variabel Interior Displays (Pemajangan informasi) klinik berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Klinik Kecantikan Naavagreen di Jalan Cendrawasih Komplek Colombo No 5, Yogyakarta?

5. Apakah variabel Tangibility (Buti fisik) klinik berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Klinik Kecantikan Naavagreen di Jalan Cendrawasih Komplek Colombo No 5, Yogyakarta?
6. Apakah variabel Reliability (Handal) klinik berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Klinik Kecantikan Naavagreen di Jalan Cendrawasih Komplek Colombo No 5, Yogyakarta?
7. Apakah variabel Responsiveness (Tanggap) klinik berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Klinik Kecantikan Naavagreen di Jalan Cendrawasih Komplek Colombo No 5, Yogyakarta?
8. Apakah variabel Assurance (Jaminan) klinik berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Klinik Kecantikan Naavagreen di Jalan Cendrawasih Komplek Colombo No 5, Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, adapun tujuan penelitian yang akan dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel ekterior (Bagian luar toko) klinik terhadap loyalitas pelanggan pada Klinik Kecantikan Naavagreen di Jalan Cendrawasih Komplek Colombo No 5, Yogyakarta
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel General Interior (Bagian dalam ruangan toko) klinik terhadap loyalitas pelanggan pada Klinik Kecantikan Naavagreen di Jalan Cendrawasih Komplek Colombo No 5, Yogyakarta
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel Store Layout (Tata letak toko) klinik terhadap loyalitas pelanggan pada Klinik Kecantikan Naavagreen di Jalan Cendrawasih Komplek Colombo No 5, Yogyakarta
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel Interior Displays (Pemajangan informasi) klinik terhadap loyalitas pelanggan

pada Klinik Kecantikan Naavagreen di Jalan Cendrawasih Komplek Colombo No 5, Yogyakarta?

5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel Tangibility (Buti fisik) klinik terhadap loyalitas pelanggan pada Klinik Kecantikan Naavagreen di Jalan Cendrawasih Komplek Colombo No 5, Yogyakarta
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel Reliability (Handal) klinik terhadap loyalitas pelanggan pada Klinik Kecantikan Naavagreen di Jalan Cendrawasih Komplek Colombo No 5, Yogyakarta
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel Responsiveness (Tanggap) klinik terhadap loyalitas pelanggan pada Klinik Kecantikan Naavagreen di Jalan Cendrawasih Komplek Colombo No 5, Yogyakarta
8. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel Assurance (Jaminan) klinik berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Klinik Kecantikan Naavagreen di Jalan Cendrawasih Komplek Colombo No 5, Yogyakarta?

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak antara lain:

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak manajemen NaavaGreen yang berupa informasi empirik yang dapat digunakan sebagai bahan evaluasi terhadap upaya-upaya yang telah ditempuh perusahaan dalam merancang, strategi dan mengimplementasikan program-program perbaikan kepuasan pelanggan yang secara terus menerus untuk mendorong dan memperkuat loyalitas pelanggan

b. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesempatan untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang pemasaran khususnya tentang kondisi suasana klinik, kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada Klinik Kecantikan Naavagreen di Kota Yogyakarta.

c. Bagi Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran dan informasi yang dapat dijadikan sebagai perbandingan bagi penelitian lain yang berkaitan dengan penelitian ini

1.5 Batasan Penelitian

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu umum maka penulis memberikan batasan penelitian sebagai berikut :

a. Penelitian dilakukan mulai dari bulan November-Desember 2017 tepatnya di kota Yogyakarta.

b. Penelitian dilakukan kepada Pelanggan yang menggunakan perawatan kecantikan di Klinik Naavagreen Yogyakarta.

c. Variabel yang akan diteliti yaitu:

1. Variabel Dependen : Loyalitas Konsumen

Loyalitas diukur dari pembelian ulang produk maupun jasa, seberapa setia konsumen menggunakan produk perawatan kecantikan di klinik Naavagreen di Yogyakarta, serta merekomendasikan orang lain untuk menggunakan produk kecantikan Naavagreen.

2. Variabel Independen :

a. Ekterior (Bagian luar toko)

Keseluruhan fisik bagian luar dari sebuah toko yang memberikan kesan menarik. Termasuk di dalamnya adalah

bagian depan toko, pintu masuk, tempat parkir, tinggi dan luas bangunan.

b. General Interior (Bagian dalam ruangan toko)

Memberikan kesan yang nyaman dan menyenangkan. Kesan ini dapat diciptakan misalnya dengan warna dinding dan lantai toko yang menarik, suhu udara di dalam toko, wiraniaga, dan kebersihan di dalam toko

c. Store Layout (Tata letak toko)

Rencana untuk menentukan lokasi tertentu dan pengaturan dari peralatan barang dagangan di dalam toko, serta fasilitas toko antara pengelompokan barang, pengaturan lalu-lintas toko, pengaturan gang dan alokasi ruang

d. Interior Displays (Pemajangan informasi)

Informasi yang ditunjukkan kepada konsumen yang berbelanja. Yang termasuk di dalamnya seperti penataan rak, tanda spesial promo, poster dan tampilan produk.

e. Tangibility (Buti fisik)

kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal

f. Reliability (kehandalan)

kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan

g. Responsif (tanggap)

keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap

h. Assurance (jaminan)

kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dengan menggunakan *metode purposive sampling* yang dilakukan di Klinik kecantikan Naavagreen Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *variable exterior*, *general interior*, *store layout*, *interior displays*, *bukti fisik*, *handal*, *tanggap* dan *jaminan* terhadap loyalitas pelanggan pada Klinik kecantikan Naavagreen Yogyakarta perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah Naavagreen Yogyakarta. Pengujian menggunakan sampel sebanyak 100 responden yang merupakan pelanggan Klinik kecantikan Naavagreen Yogyakarta Penelitian ini dilaksanakan selama bulan November- Desember 2017. Adapun kesimpulannya sebagai berikut:

A. Analisis Karakteristik Responden

1. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin wanita dengan jumlah 100 responden (100%).
2. Mayoritas responden dalam penelitian ini dengan usia 17-23 tahun dengan jumlah 53 responden (53%)
3. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa/pelajar dengan jumlah 58 responden (58%)
4. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pendapatan sebesar Rp 1.100.000 – Rp 2.000.000 dengan jumlah 39 responden (39%)

B. Dari hasil analisis uji t, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Suasana Klinik memiliki indikator variabel yaitu Ekterior yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Klinik kecantikan Naavagreen Yogyakarta dengan tingkat signifikansi yaitu $0,003 < 0,05$. Hal ini menunjukkan hipotesis penelitian diterima.

2. Kualitas Layanan memiliki indikator variabel yaitu Jaminan yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pada pelanggan Klinik kecantikan Naavagreen Yogyakarta dengan tingkat signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan hipotesis penelitian diterima.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang memerlukan penelitian lanjutan. Beberapa keterbatasan tersebut antara lain:

1. Penelitian ini menyesuaikan kuesioner dengan jawaban tertutup yang memaksa responden untuk memberikan jawaban sesuai dengan pilihan-pilihan jawaban yang diberikan oleh penulis.
2. Penelitian ini dilakukan masih dengan cara manual yakni menyebarkan kuesioner secara langsung kepada setiap pengunjung Klinik kecantikan Naavagreen Yogyakarta
3. Penelitian ini hanya dilakukan di sekitar wilayah Yogyakarta saja serta memiliki keterbatasan responden yaitu hanya 100 responden yang merupakan pelanggan Klinik kecantikan Naavagreen Yogyakarta.

5.3 Saran

5.3.1 Saran berdasarkan hasil penelitian untuk Naavagreen Yogyakarta

Ditinjau dari hasil analisis uji regresi linear berganda (uji t, uji F, uji R^2) membuktikan bahwa komponen Suasana Klinik dan kualitas pelayanan berdampak positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen berbelanja di Klinik kecantikan Naavagreen Yogyakarta. Hasil perhitungan determinasi (R^2) yang menyatakan bahwa nilai adjusted R square adalah 0,785 yang berarti variabilitas variabel dependen (loyalitas Klinik kecantikan Naavagreen Yogyakarta) yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independen (Suasana Klinik dan kualitas layanan)

sebesar 78,5%. sedangkan sisanya ($100\% - 78,5\% = 21,5\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis. Dari hasil tersebut maka saran yang dapat penulis berikan untuk kedepannya bagi Naavagreen Yogyakarta adalah perlu diadakannya peningkatan dan perhatian terhadap variabel Suasana Klinik dan kualitas layanan agar konsumen Naavagreen Yogyakarta semakin loyal (setia) berlangganan perawatan kecantikan di Klinik kecantikan Naavagreen Yogyakarta

5.3.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka ada beberapa saran yang dapat penulis berikan kepada penelitian selanjutnya guna melengkapi dan membantu penelitian agar lebih baik, yaitu :

1. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan tidak hanya berupa pertanyaan tertutup tetapi juga pertanyaan terbuka yang dapat diajukan kepada responden dengan metode wawancara agar jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden lebih obyektif atau sesuai dengan keadaan responden.
2. Pada penelitian yang akan datang diharapkan peneliti melakukan studi terhadap Naavagreen Yogyakarta melalui variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas berbelanja. Karena dari hasil penelitian yang penulis lakukan bahwa nilai adjusted R square adalah 0,785 yang berarti variabilitas variabel dependen (loyalitas pada klinik kecantikan Naavagreen Yogyakarta) yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independent (variabel kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan) sebesar 78,5%. Sedangkan sisanya ($100\% - 78,5\% = 21,5\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
3. Pada penelitian yang selanjutnya, sebaiknya peneliti menambahkan pertanyaan didalam kuesioner dalam variabel kualitas pelayanan mengenai *Empaty*.

4. Pada penelitian selanjutnya, sebaiknya peneliti melakukan penyebaran kuesioner secara online agar dapat diharapkan jumlah responden lebih banyak dan varian.

©UKDW

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M. Taufiq. **2005**. *Dinamika Pemasaran: Jelajahi & Rasakan*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Arab, M, Rashidin, Forushani dan Zaeri. **2012**. The Effect of Service Quality On Patient Loyalty: a study of private hospitals in Teheran, Iran. *journal of ranian J Publ Health*. Vol. 41 pp 71-77.
- Armstrong, dan Kotler **2003**. *Dasar – dasar Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta : Indeks Gramedia
- Azwar, S. **1997**. *Reliabilitas & Validitas*, Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Bachmann, R., dan Zaheer, A. **2006**. *Handbook of Trust Research*. USA: Edward Elgar Publishing, Incorporated.
- Chen, S.C., dan Dhillon, G.S. **2003**. *Interpreting Dimensions of Consumer Trust in E-Commerce*. *Information Technology and Managemet*, 4, 303-318.
- Doney, P.M., dan Cannon, J.P. **1997**. *An Examination of The Nature of Trust in Buyer – Seller Relationship*, *Journal of Marketing April*, pp. 35-51.
- Engel, Blackwell, dan Miniard. **1994**. *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Binarupa Aksara
- Fatmawati, Savira. **2012**. *Pengaruh Suasana Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan (studi kasus pada Distro Stash Bandung)*. Skripsi diterbitkan oleh Universitas Islam Bandung.
- Giese & Cote. **2000**. *Academy of Marketing Science Review*. Defining Consumer Satisfaction Volume 2000 No. 1. Dilihat 14 November 2017, <http://www.amsreview.org/articles/giese01-2000.pdf>.
- Griffin, jill. **2003**. *Customer loyalty*. Erlangga. Jakarta.

- Griffin, Jill. **2005**. *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa, Dwi Kartini Yahya. Jakarta. Erlangga
- HasanA. **2009**. *Marketing Edisi Baru*. Yogyakarta : Media Presindo
- Herizon dan W. Maylina 2003. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kesetiaan terhadap Merek pada Konsumen Pasta Gigi Pepsodent di Surabaya*. Ventura.
- Kotler , Philip.**1997**. *Dasar-Dasar Pemasaran – Principles of marketing*, edisi VII, Jakarta.
- Kotler, Philip. **2000**, *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*, Jakarta, Prehallindo
- Kotler, Philip. **2002**. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.
- Lim. Et.al. **2001**. *Sustainable Marketing Enterprise In Asia*. Prentice Hall. Singapura.
- Luthans, Fred.**1995**. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: PT Bumi Aksara : Moenir.
- Mayer, R.C., Davis, J. H., dan Schoorman, F. D. **1995**. *An Integratif Model of Organizational Trust*, *Academy of Management Review*. 30 (3): 709-734.
- Mcknight, D. H., V. Choudury., & C. J. Kacmar. **2002a**. *Developing And Validating Trust Measure for E-Commerce: An Integrative Typology*. *Informatin System Research*. 13(3), 334-59.
- Mcknight, D. H., V. Choudury., & C. J. Kacmar. **2002b**. *The Impact of Initial Trust Consumer on Intention To Transact With A Web Site: A trust building Model*. *Journal of Strategic Information System*. 11(3-4), 297-323.
- Moorman, C., R. Deshpande, dan G. Zaltman. **1993**. *Factors Affecting Trust in Market Research Relationships*. *Journal of Marketing*, January, Vol. 57, No.1, pp. 81-101.

- Morgan, R.M. and Hunt, S.D. **1994**. *The commitment-trust theory of relationship marketing*, Journal of Marketing, Vol. 58 No. 3, pp. 20-38.
- Nasution, M.N. **2005**. Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management) Edisi Kedua. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Novian, Tusiandi. **2009**. *Pengaruh Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Rumah Makan Wibisono Bandung*. Skripsi diterbitkan oleh Universitas Kristen Maranatha Bandung.
- Peter dan Olson. **1996**. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Consumer Behavior, Gelora Aksara Pratama, Jakarta : oliver
- Rousseau, D.M., S.B. Sitkin, R.S. Burt, dan C. Camerer. **1998**. *Not So Different After All: A Cross-Discipline View of Trust*. Academy of Management Review 23:393–404.
- Tjiptono, F. **2001**. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.
- Tse dan Wilson. **1988**. Manajemen Jasa Terpadu. Diterjemahkan oleh Nasution, M. Nur. **2004**. Ghalia Indonesia.
- Walker, D. **1997**. Mendahulukan Pelanggan. Diterjemahkan oleh Anton Adiwiyoto Jakarta. Binarupa Aksara.
- Westbrook dan Reilly. **1983**. Brand Management and Strategy. Diterjemahkan oleh Dalam Tjiptono, Fandy **2005**. Penerbit Andi.
- Wilkie, William L. **1994**. Customer Behavior (Third Edition). New York. John Wiley dan Sons, Inc, s.
- Yazid. **2001**. Pemasaran Jasa. Konsep dan Implementasi. Edisi Kedua. Yogyakarta: Ekonisia