

## PENGARUH KUALITAS RANTAI PASOKAN PRODUK DAN PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN

### EFFECT OF SUPPLY CHAIN PRODUCT QUALITY PRIMA SERVICE COSTUMER SATISFACTION AND LOYALITY

**Indyah Hartami Santi**

Universitas Islam Balitar

Email: indyahhartamisanti@gmail.com

**Indria Guntarayana**

Universitas Islam Balitar

Email: indriaguntarayana@gmail.com

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan hubungan variabel bebas yaitu variabel rantai pasokan, kualitas produk, pelayanan prima terhadap variabel terikat yaitu variabel kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen. Metode penelitian menggunakan pendekatan *mixed methods*. Tahap pertama pengumpulan data kuantitatif dan kualitatif dilakukan secara bersama. Selanjutnya dianalisa data kuantitatif dan dilanjutkan analisa data kualitatif untuk menjawab rumusan masalah. Unit analisis adalah konsumen. Alat analisis yang digunakan adalah metode campuran meliputi analisa SEM, Smart PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rantai pasok berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan terhadap loyalitas konsumen. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan tetapi tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Pelayanan prima berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan terhadap loyalitas konsumen. Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

**Kata Kunci:** Rantai pasok, Kualitas produk, Pelayanan prima, Kepuasan pelanggan, Loyalitas konsumen

#### ABSTRACT

*This study aims to determine and explain the independent relationship variables, namely the supply chain variable, product quality, excellent service that is associated with customer satisfaction and loyal customers. The research method uses a mixed approach. The first stage of quantitative and qualitative data is carried out together. Quantitative data analysis and qualitative data analysis to answer the problem formulation. The unit of analysis is the consumer. The analysis tool used is mixed methods including SEM analysis, Smart PLS. The results showed that the supply chain affects customer satisfaction and consumer loyalty. Product quality affects customer satisfaction but does not affect customer loyalty. Excellent*



*Dan Strategi  
Jurnal Perilaku  
Dan Strategi  
Bisnis* Vol. 8 No. 2, 2020

Vol. 8 No. 2, 2020

Hal. 129 - 140

*service affects customer satisfaction and customer loyalty. Customer satisfaction affects consumer loyalty.*

**Keywords:** *supply chain, product quality, excellent service, satisfaction customer, consumer loyalty*

## PENDAHULUAN

Jajanan tradisional adalah warisan budaya yang unik, dan sering terlupakan tapi sesungguhnya cukup diminati. Meskipun kecil, tapi kue tradisional adalah bagian dari atribut tradisi bangsa Indonesia yang perlu dijaga dan dilestarikan, untuk memajukan pariwisata Indonesia. Jika orang Perancis mempunyai roti-rotian khas seperti *brioche* (dihidangkan wajib ketika sarapan, bentuknya unik dan klasik, dan dikenal diseluruh dunia) dan Savarin (dessert khas perancis) yang mereka pelihara sampai kini. Bahkan ada juga jenis roti yang dibuat tetap dengan menggunakan metode kuno. Begitu pula di Indonesia. Indonesia adalah negara yang kaya akan kebudayaan, adat istiadat, bahasa daerah, dan kuliner atau makanannya. Dari pulau sabang sampai dengan pulau merauke setiap daerah memiliki kuliner makanannya masing-masing, maka tak heran jika jajanan pasar di Indonesia sangatlah banyak dan beragam jenisnya. setiap provinsi ataupun kota pasti mempunyai makanan dan jajanan khas. Seperti pada provinsi-provinsi lainnya, provinsi Jawa Timur mempunyai jajanan tradisional yang terbuat dari bahan-bahan alami seperti kelepon, kue putu, getuk, lempur, cenil, jenang, carang emas, keripik pisang, keripik tempe, dan lain sebagainya.. Hal ini seharusnya bisa dijaga sampai turun-temurun.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah suatu bentuk usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi usaha kriteria Mikro Kecil dan Menengah (Bab I pasal 1 UU No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Usaha Kecil Menengah di kota Blitar dan sekitarnya menyebar cukup merata, dengan produk unggulan seperti jenang, geti, krupuk, tahu, kripik dan makanan lainnya.

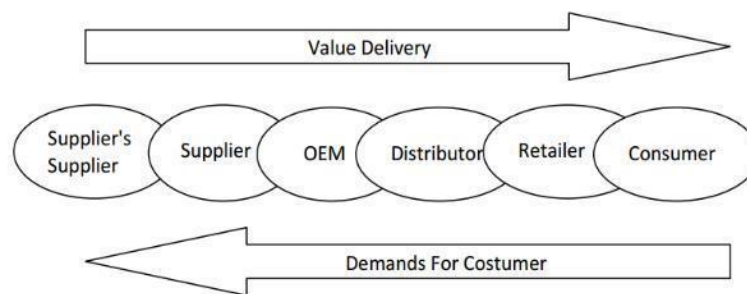
Pada era globalisasi saat ini dunia usaha berkembang dengan sangat pesat, salah satunya bisnis di bidang kuliner. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikannya dapat berkembang dengan baik. Pelaku usaha dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya dan dapat bertahan dalam bersaing di pasar. Perhatian terhadap kepentingan konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan atas pelayanan menjadi faktor kunci untuk keberhasilan suatu usaha ditengah iklim persaingan yang semakin ketat ini. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang mendalam bagi konsumen adalah memberikan kepuasan melalui kinerjanya yang sesuai dengan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan.

Tujuan penelitian secara khusus adalah untuk mengetahui pengaruh antara rantai pasokan, kualitas produk dan pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen. Urgensi kemanfaatan hasil penelitian ini bagi Omah Jenang UD. Kelapa Sari adalah dapat dijadikan sebagai masukan dalam pemasaran dan promosi untuk

memaksimalkan penjualan serta dapat dijadikan pembanding pelaksanaan pemasaran produk yang lebih efektif. Tinjauan teori yang dirujuk dalam penelitian ini diantaranya :

1. Teori Rantai pasokan, didefinisikan oleh banyak peneliti dengan pengertian yang bervariasi diantaranya oleh Heizer dan Rander (2004). Sementara definisi rantai pasok menurut Russel and Taylor (2011) adalah: *"A supply chain encompasses all activities associated with the flow and transformation of goods and services from the raw material stage to the enduser (customer), as well as the associated information flows. The supply chain also integrated group of process to source, make, and deliver product."*

**Gambar 1.** Kerangka Dasar Model Rantai pasokan



Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa rantai pasokan merupakan aliran transformasi barang mulai dari tahapan penyediaan bahan baku hingga produk akhir sampai ditangan konsumen. Rantai pasokan merupakan segala aktivitas yang terintegrasi termasuk didalamnya aliran informasi yang berkaitan dengan tiga aspek, yaitu: (1) sumber; (2) proses produksi, dan (3) proses penghantaran produk. Tinjauan empiris yang mendasari penelitian ini adalah penelitian dengan *tema Supply Chain Management* yang dilakukan oleh beberapa peneliti Ruslim, TS. (2013), Lilis Suryani Tubagus et al, (2016), Riyanti, W (2011), Furqon, C (2014), Adwiyah, R (2014), Yonathan, YM (2013), Adinugroho, B (2010), Susanti, RY (2018), Sari, RY (2017).

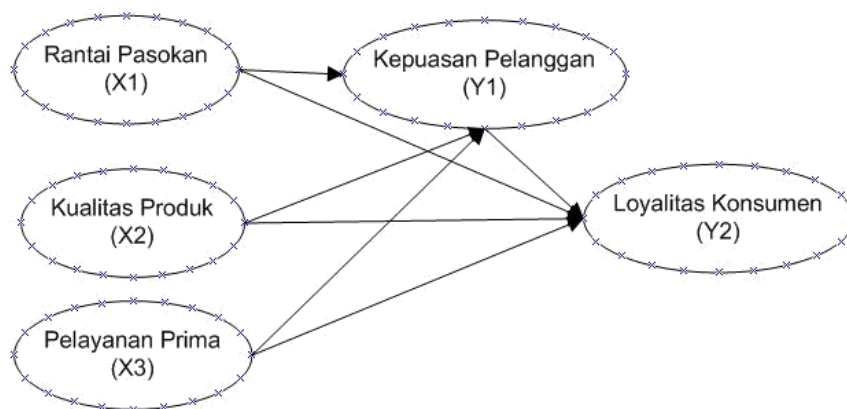
2. Kualitas produk, didefinisikan oleh beberapa peneliti dengan cukup bervariasi diantaranya oleh Juran (1989), Krajewski & Ritzman (1990), Goetsch dan Davis (1994), Kotler (1997), Gaspersz (2002) yang mendefinisikan kualitas adalah suatu kondisi dinamis, yang selalu berubah (*moving target*). Dalam hal ini kualitas harus diperbaiki setiap waktu karena produk yang dianggap berkualitas pada saat ini mungkin akan dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang. Lima perspektif pendekatan kualitas menurut Garvin, (1997) adalah : *Transcendental Approach, Product-based Approach, User-based Approach, Manufacturing-based Approach, Value-based Approach*. Produksi, didefinisikan oleh beberapa peneliti diantaranya Assauri (2004) (Millers dan Meiners, 2000). (Atje Partadiradja, 1979) (Ari Sudarman, 1999). Penelitian bertema *supply chain management*, dan penelitian bertema kualitas produk yang diteliti oleh Wicaksono, BR (2016), Rahmawati, KN (2017), Nurdiansyah, D (2017), Ghanimata, F (2012), Setiawati, B (2016), Iswayanti, IP (2010), Lembang, RD (2010), Nurhayati, R (2011), Santouridis, I dan Trivellas, P (2010), Cendekia, SA (2013) Nainggolan (2011) Normasari (2013) Syahputra (2011) Sheau and Mei (2014) Senthilkumar (2014).
3. Layanan prima adalah suatu kegiatan/urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan (Barata, 2003; 30), Daviddow dan Uttal (1989), Sampara & Sugiyanto, 2001; 4), (Wahjono, 2010; 179), (Suwithdi, 1999; 4). (Maddy, 2009;8), Pratomo & Shaff, 2000; 107), Judiari (2010; 102), (Rahmayanty, 2013), Khairul maddy

(2009), memberikan pengertian yang berbeda. Penelitian terkait kualitas pelayanan prima diantaranya dilakukan oleh Haghighi (2012) dan Manoppo (2013).

4. Kepuasan pelanggan (*customer satisfied*), didefinisikan oleh beberapa peneliti yang di kutip Tjiptono (2000) diantaranya : a) Tse dan Wilton 1988 menyampaikan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan pemakaiannya, b) Menurut Wilkie 1994 kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa, c) Engel 1995, kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan pelanggan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan. Untuk penelitian terkait kepuasan dan pelayanan pelanggan dilakukan oleh Wulandari, DF (2017), Rahmiati, M (2012) Amriadi (2013) Irnandha, A (2016) Zilfia, YE (2016)
5. Loyalitas konsumen menurut beberapa peneliti diantaranya: Rangkuti (2002), Sutisna (2001), Tjiptono (2000), Nugroho (2005) diartikan sebagai Kesetiaan yang diambil tanpa ada paksaan, akan tetapi timbul dari kesadaran diri sendiri. Sedangkan konsep loyalitas konsumen lebih menerangkan kepada perilaku konsumen itu sendiri.

Berdasarkan pada kelima teori tersebut dapat dilakukan hubungan antar variabel diantaranya (a) hubungan rantai pasokan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen, (b) hubungan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen, (c) hubungan pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen, (d) hubungan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen. Hubungan antar variable tersebut dapat digambarkan ke dalam model konsep seperti pada gambar 2 berikut:

**Gambar 2.** Model konsep

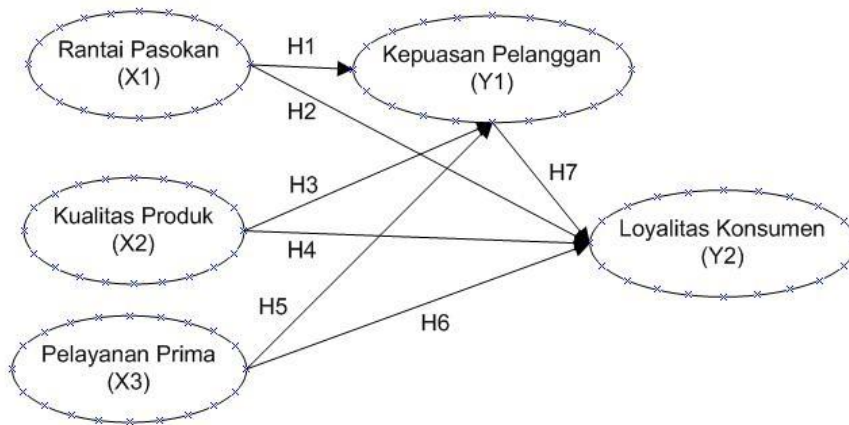


Dengan mengacu pada gambar 2. Model konsep maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H1 : rantai pasok berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
- H2 : rantai pasok berpengaruh terhadap loyalitas konsumen
- H3 : kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
- H4 : kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen
- H5 : pelayanan prima berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
- H6 : pelayanan prima berpengaruh terhadap loyalitas konsumen

H7 : kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen  
Model hipotesis berdasar model konsep pada gambar 2 dapat digambarkan seperti gambar 3 berikut :

**Gambar 3.** Model Hipotesis



## METODE PENELITIAN

Variabel independen meliputi rantai pasokan (X1), kualitas produk (X2), pelayanan prima (X3), sementara variable dependen meliputi kepuasan pelanggan (Y1) dan loyalitas konsumen (Y2). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu sumber data yang diperoleh langsung dari Responden melalui kuesioner dan data sekunder, yaitu sumber data yang diperoleh dari beberapa literatur, seperti buku, jurnal, majalah, media sosial dan *website*.

Populasi yang digunakan adalah konsumen yang menjadi Konsumen di Omah Jenang UD. Kelapa Sari. Sampel pada penelitian ini ditentukan dengan metode non probability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap anggota populasi untuk menjadi sampel. Untuk Pengambilan sampel sebagai Responden Kuisisioner adalah *Random sampling*. Dalam penelitian ini terdapat 20 indikator, dengan menggunakan perhitungan lima kali indikator maka jumlah sampel yang dibutuhkan sebanyak 100 orang. Kriteria responden dikelompokkan dalam 6 kategori umur, dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan.

Proses pengumpulan data dilakukan dengan studi kepustakaan, yaitu dengan mengumpul kan informasi dari buku, jurnal dan literature lain yang relevan yang selanjutnya dijadikan sebagai landasan teori. Selain itu dengan Studi Pendahuluan dengan menyebarkan kuisisioner cek manipulasi (*manipulation check*) kepada 30 partisipan yang dilakukan untuk menguji apakah manipulasi yang dibuat sudah cukup dipahami oleh Responden. Disamping itu dengan Studi Lapangan, dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner kepada 100-200 responden yang memenuhi kriteria sebagai responden penelitian. Penyebaran kuisisioner dilakukan melalui kuisisioner online dengan menggunakan skala pengukuran *Linked* bernilai 1 sampai 5.

Analisa yang digunakan dalam penelitian ini, menggunakan analisa statistik deskriptif, untuk mengintepretasikan distribusi frekuensi jawaban responden dengan tujuan untuk mendeskripsikan variabel bebas dan terikat berdasarkan data lapangan yang diperoleh dari responden. Dari 100 responden yang diteliti untuk setiap item dari masing masing variabel memiliki Standar Deviasi mendekati 1 adalah sempurna dan akan dibandingkan jumlah Rata Rata (Mean) antara yang memberikan jawaban Positif. Analisis yang lain adalah uji Asumsi Klasik, digunakan untuk menguji Analisa Multivariat peneliti menggunakan uji Kolinieritas

karena kolinieritas merupakan keadaan dimana terdapat korelasi yang sangat tinggi antar variabel bebas dalam persamaan regresi. Uji Multi Kolinieritas dilakukan dengan menggunakan Variance Inflation Factor (VIF) bila  $VIF < 5\%$  maka tidak terjadi multikolinieritas. Selain itu dilakukan analisis *Partial Least Square* (PLS), diantaranya uji Validitas Konvergen berdasarkan model pengukuran dengan model reflektif indikator dinilai berdasarkan loading factor (korelasi antara item score atau component score dengan construct score) yang dihitung dengan SmartPLS. Uji Validitas Diskriminan, dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan cross loading pengukuran dengan konstruk. Dikatakan memenuhi validitas diskriminan jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya. Uji AVE (*Average Variance Extracted*), cara lain untuk melihat model yang mempunyai discriminant validity yang cukup jika akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model (Chin, Gopal, & Salinsbury 1997 dalam Abdillah & Hartono, 2015:196). Uji Cronbach Alpha, ada dua perlakuan yang berbeda untuk dua jenis indikator yaitu cara untuk indikator formatif dan cara untuk indikator reflektif. Uji reliabilitas di dalam penelitian ini menggunakan indikator reflektif dan diukur dengan cara uji reliabilitas dalam PLS menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dan *composite reliability*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Jumlah responden sebanyak 100 orang konsumen di Omah Jenang. Data responden menurut umur seperti pada tabel 1 berikut :

**Tabel 1.** Karakteristik Responden menurut Umur

No	Umur	Jumlah	Prosentase (%)
1.	< 20 Tahun	22	22
2.	20 –29 Tahun	29	29
3.	30–39 Tahun	19	19
4.	40–49 Tahun	13	13
5.	50–59 Tahun	17	17
6.	>60 Tahun	-	-
Jumlah		100	100

Sedangkan karakteristik responden berdasar jenis kelamin terlihat seperti pada tabel 2:

**Tabel 2.** Karakteristik Responden menurut Jenis Kelamin

No	Kelamin	Jumlah	Prosentase (%)
1.	Perempuan	67	67
2.	Laki laki	33	33
Jumlah		100	100

### Analisa Statistik Deskriptif

Hasil analisa deskriptif pada penelitian ini terhadap 100 data responden berdasarkan diperoleh nilai rata-rata dan standart deviasi yang akan diperbandingkan dan tersajikan seperti pada tabel 3 berikut :

**Tabel 3.** Distribusi Frekuensi Dimensi / Indikator variabel

No	Variabel	Dimensi / Indikator	Mean	SD
1	Rantai Pasokan	Perencanaan	3.880	0.697
		Sumber input bagi roses	3.930	0.621
		Proses transformasi input menjadi output	3.690	0.688
		Pengendalian kualitas	4.080	0.673
2	Kualitas Produk	Daya tahan	3.470	0.780
		Kebersihan pada produk	3.990	0.656
		Kualitas rasa	4.430	0.621
		Kesesuaian dengan spesifikasi	4.260	0.730
3	Pelayanan Prima	Karakteristik bahan baku	4.160	0.771
		Daya tanggap	3.770	0.646
		Reliabilitas	3.830	0.664
		Bukti fisik	3.730	0.691
4	Kepuasan Pelanggan	Jaminan	3.820	0.654
		Empati	3.920	0.658
		Kualitas produk	4.150	0.726
		Harga	3.790	0.683
5	Loyalitas Pelanggan (LP)	Kemudahan mendapatkan produk	3.140	0.837
		Jaminan kualitas	3.680	0.631
		Kepercayaan	3.490	0.640
		Komitmen	3.300	0.700
		Respon	3.540	0.684

Sumber : Smart PLS versi 3.0

### Uji Klasik (Multivarian )

Hasil perhitungan menyatakan bahwa variabel bebas yang diteliti memiliki *Variance Inflating Factory* (VIF) lebih kecil dari ( $<5$ ) dengan demikian kelima Variabel bebas yang diteliti tidak saling berhubungan (*Non Multi Kolinieritas*). Dengan demikian Rantai Pasokan, Kualitas Produk, dan Pelayanan Prima dapat mempengaruhi variabel Kepuasan Pelanggan dan loyalitas pelanggan dimana masing-masing VIF yang relative kecil (dibawah 5) menunjukkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas dalam pengujian statistic. Hasil perhitungan uji multivarian terlihat seperti pada tabel 4 berikut :



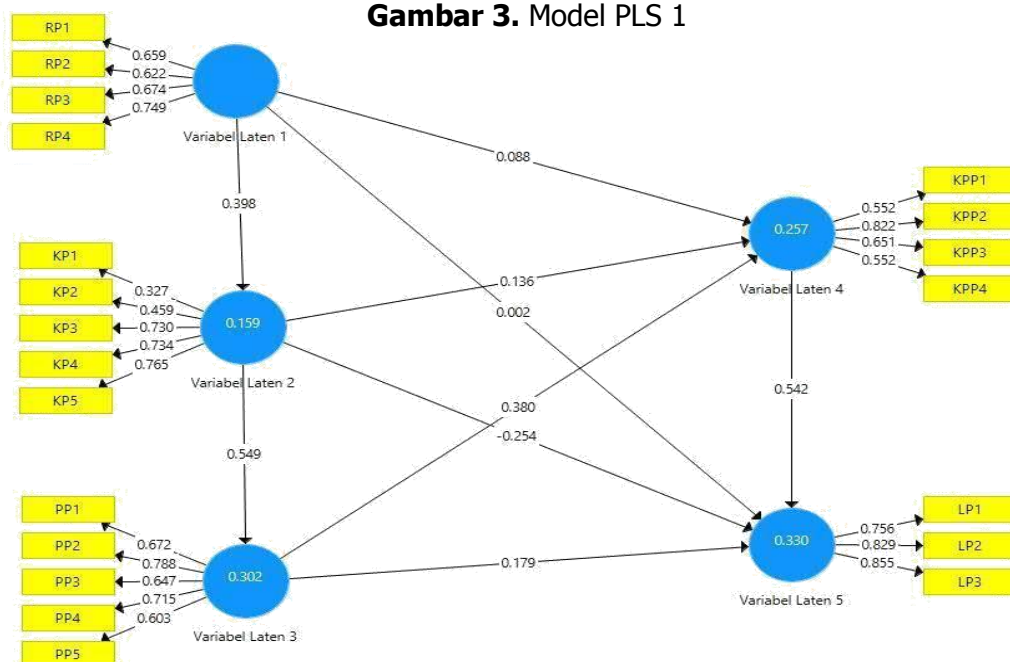
**Tabel 4.** Rekapitulasi Hasil Pengujian Uji Asumsi Multikolinieritas

Variabel	VIF	Keterangan
Perencanaan	1.132	Non Multikolinier
Sumber input bagi proses	1.137	Non Multikolinier
Proses transformasi input menjadi output	1.263	Non Multikolinier
Pengendalian kualitas	1.306	Non Multikolinier
Daya tahan	1.071	Non Multikolinier
Kebersihan pada produk	1.125	Non Multikolinier
Kualitas rasa	1.524	Non Multikolinier
Kesesuaian dengan spesifikasi	1.567	Non Multikolinier
Karakteristik bahan baku	1.578	Non Multikolinier
Daya tanggap	1.363	Non Multikolinier
Reabilitas	1.661	Non Multikolinier
Bukti fisik	1.263	Non Multikolinier
Jaminan	1.319	Non Multikolinier
Empati	1.218	Non Multikolinier
Kualitas produk	1.255	Non Multikolinier
Harga	1.459	Non Multikolinier
Kemudahan mendapatkan produk	1.221	Non Multikolinier
Kepercayaan	1.316	Non Multikolinier
Komitmen	1.651	Non Multikolinier
Respon	1.679	Non Multikolinier

Data : Diolah

**Analisa PLS**

Nilai *convergent validity* adalah nilai *loading* faktor pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Nilai yang diharapkan melebihi dari angka  $> 0.7$  atau sering digunakan batas 0,6 sebagai batasan minimal dari nilai loading faktor. Sedangkan indikator variabel yang memiliki nilai loading lebih kecil dari 0,60 memiliki tingkat validitas yang rendah sehingga indikator variabel tersebut perlu dieliminasi atau dihapus dari model. Model hasil analisa PLS 1 dapat terlihat seperti pada gambar 3 berikut :

**Gambar 3.** Model PLS 1



## KESIMPULAN

Hasil perhitungan analisa dan hasil uji terhadap hubungan antara masing-masing variabel diperoleh nilai sebagai berikut :

1. Nilai t statistic 2,173 lebih besar dari nilai t tabel 1,985. Hal ini menjelaskan bahwa rantai pasokan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Nilai t statistic 0,518 lebih kecil dari nilai t tabel 1,985. Hal ini menjelaskan bahwa rantai pasokan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.
3. Nilai t statistic 2,490 lebih besar dari nilai t tabel 1,985. Hal ini menjelaskan bahwa Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
4. Nilai t statistic 0,216 lebih kecil dari nilai t tabel 1,985. Hal ini menjelaskan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.
5. Nilai t statistic 3,775 lebih besar dari nilai t tabel 1,985. Hal ini menjelaskan bahwa layanan prima berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
6. Nilai t statistic 3,743 lebih besar dari nilai t tabel 1,985. Hal ini menjelaskan bahwa layanan prima berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.
7. Nilai t statistic 5,525 lebih besar dari nilai t tabel 1,985. Hal ini menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. (2004). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Lembaga Fakultas Ekonomi UI.
- Atje Partadiredja. (1979). *Pengantar Analisa Ekonomi Pertanian*. Jakarta: Mutiara. Sudarman A (1999), *Teori Ekonomi Mikro*, Jilid I, BPFE, UGM, Yogyakarta
- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Barata, AA (2003). *Dasar- Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta : Elex Media Kompetindo
- Daviddow, William H. & Uttal. B. (1989). *Total Customer Service*. New York: Harper & RowPublisher.
- Engel. James.F. Roger. D.Black Well And Paul. W.M, (1995). *Perilaku Konsumen*.Jakarta. Bina Rupa Aksara.Hal. 3.
- Goetsch, D.L & Davis, S, (1994) *Introduction to Total Quality, Quality, Productivity, Competitiveness*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall International Inc Van der Vorst. 2006. *Performance Measurement in Agri-Food Supply-Chain Networks: An Overview*. Springer. Netherlands.
- Gasperz, Vincent, (2002), *Total Quality Management*, PT. Gramedia Pustaka Umum, Jakarta.
- Garvin, David A., (1997). *Delapan Dimensi Tentang Kualitas, Terjemahan Hendra Teguh, SE, AK, Harvard Business Review*.
- Heizer, Jay and Render, Barry. (2004). *Operations Management, 7th Edition*, Pearson Education. Inc., Upper Saddle River, New Jersey.
- Juran,J.M. (1989). *Juran on Leadership for Quality*, New York: Macmillan
- Judiari, Josina. (2010). *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Komputindo

- Krajewski, Lee J. dan Ritzman, Larry P. (1990). *Operations Management : Strategy and Analysis, 2nd Edition*. Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company
- Kotler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian (terjemahan Jaka Wasana)*. Salemba Empat. Jakarta
- Sampara L & Sugiyanto (2001). *Pengembangan Pelaksanaan Pelayanan Prima*. Buku Ajar Diklatpim Tingkat III
- Miller, R.L. dan Meiners E, R. (2000). *Teori Mikroekonomi Intermediate, penerjemah Haris Munandar*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Maddy, K, (2009), *Hakikat dan Pengertian Pelayanan Prima*, Jakarta ; Chama Digit
- Nugroho, W. (2005). *Loyalitas Konsumen*, artikel diakses dari <http://wnugros.com/loyalitas-konsumen.html/>
- Pratomo & Shaff, Akhsin. (2000). *Pelayanan Prima*. Bandung: Angkasa Bandung
- Rahmayanty, Nina. (2013). *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Rangkuti, Freddy (2002). *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Analisis Kasus PLN-JP*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Russel, R. S. dan Taylor, B.W. (2011). *Operations Management: Along the Supply Chain*, 7<sup>th</sup> ed., NJ: Wiley.
- Suwithi, NW, (1999), *Pelayanan Prima (Costumer Care)*. Makalah Penataran Guru Akomodasi Perhotelan Pada Pusat Pengembangan Penataran Guru Kejuruan; Jakarta
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung:PT Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F, (2000). *Manajemen Jasa*, Edisi Kedua, Andy Yogyakarta
- Tse dan Wilton (1988). *Kepuasan Pelanggan*, jilid 2. Edisi ketiga. Klaten : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Wahjono, Sentot Imam. (2010). *Perilaku Organisasi Sentot Imam Wahjono*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Wilkie, William L. (1994). *Customer Behavior (Third Edition)*. New York. Jhon Wiley & Sons, Inc,S
- Adinugroho, B (2010), *Manajemen Rantai Pasokan Sayuran (Studi Kasus: Frida Agro, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat)*,
- Adwiyah, R (2014), *Aplikasi Manajemen Rantai Pasokan (MRP) Pada Produk Hortikultura (Brokoli Organik) ke Ritel Modern Furqon*, C (2014), *Analisis Manajemen Dan Kinerja Rantai Pasokan Agribisnis Buah Stroberi Di Kabupaten Bandung*

- Amriadi (2013) *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Cabang Kendari*
- Cendekia, SA (2013) *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel Di Surabaya*
- Ghanimata, F (2012), *Analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian (studi pada pembeli produk bandeng juwana elrina semarang)*
- Haghighi (2012) *Evaluation Of Factors Affecting Customer Loyalty In The Restaurant Industry* Irmandha, A (2016) *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat*
- Iswayanti, IP (2010), *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga tempat Terhadap Keputusan Pembelian(Studi Kasus pada Rumah Makan" Soto Angkring Mas Boed" di Semarang)*
- Lembang, RD (2010), *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian The Siap Minum Dalam Kemasan Merek The Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa Falkultas Ekonomi S1 Reguler II Universitas Diponegoro*
- Lilis Suryani Tubagus et al, (2016), *Analisis Rantai Pasokan (Supply Chain) Komoditas Cabai Rawit di Kelurahan Kumelembuai Kota Tomohon.*
- Manoppo (2013). *Kualitas Pelayanan Dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Gran Puri Manado*
- Nainggolan (2011) *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Faktor Kepercayaan Konsumenonal, Dan Lokasi Berpengaruh Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada Hotel Internasional Sibayak Berastagi*
- Normasari (2013) *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan (Survey Pada Tamu Yang Menginap Di Hotel Pelangi Malang)*
- Nurdiansyah, D (2017), *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap Keputusan pembelian produk sepatu lahraga Merek adidas di bandar lampung*
- Nurhayati, R (2011), *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas Pelanggan (studi pada mahasiswa universitas pembangunan nasional "veteran" Nasional yogyakarta jurusan ilmu administrasi bisnis angkatan 2009 pengguna Handphone merek nokia)*
- Rahmawati, KN (2017), *Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen di kedaibangsawan klaten*
- Rahmiati, M (2012) *Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus: Honda Vario)*
- Riyanti, W (2011), *Manajemen Rantai Pasokan Brokoli Organik (Studi Kasus Agro Lestari Di Cibogo, Kabupaten Bogor, Jawa Barat)*

- Ruslim, TS. (2013), *Analisis Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Loyalitas Konsumen Santouridis, I dan Trivellas, P (2010), Investigating The Impact Of Service Quality And Customer Satisfaction On Customer Loyalty In Mobile Telephony In Greece*
- Sari, RY (2017) *Analisis Rantai Pasokan Buah Kelapa (Studi Kasus Rantai Pasokan Buah Kelapa Di Kotamadya Bogor).*
- Senthilkumar (2014), *A Study On The Effects Of Customer Service And Product Quality On Customer Satisfaction And Loyalty*
- Setiawati, B (2016), *Analisis Pengaruh Kualitas produk dan promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Rambak "Dwijoyo" Di Desa Penanggulan Kec. Pangandon Kab. Kendal*
- Sheau and Mei (2014) *Service Quality And Customer Satisfaction: Antecedents Of Customer's Repatronage Intentions*
- Susanti, RY (2018), *Analisis Rantai Pasokan (Supply Chain) Buah Naga diKabupaten Banyuwangi Provinsi Jawa Timur*
- Syahputra (2011) *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Occupant Pada Hotel Lido Graha DiLhokseumawe*
- Wicaksono, BR (2016), *Pengaruh kualitas produk terhadapkeputusan pembelian layanan internet yang dimediasi oleh minat beli (studi kasus padamahasiswa pengguna provider tri di fakultas ekonomi universitas negeri yogyakarta)*
- Wulandari, DF (2017), *Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Air Minum Isi Ulang Depot Ishak Desa Lemo Bajo Kecamatan Wawolesea Kabupaten Konawe Utara*
- Yonathan, YM (2013), *Analisis Manajemen Rantai Pasokan Labu Kuning di Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang,*
- Zilfia, YE (2016) *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Butik Meliaara Di Bandar Lampung*