

RINGKASAN SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH PELAYANAN PRIMA DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KECENDERUNGAN PEMBELIAN KEMBALI PADA PIZZA HUT SANUR DI DENPASAR

**Oleh :
NI KADEK CANDRI ASIH**

ABSTRAK

Perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya baik yang bergerak dalam bidang jasa maupun barang mempunyai tujuan yang sama yaitu memperoleh keuntungan Tingkat persaingan dunia di bidang *restaurant* semakin berkembang pesat sesuai akan perkembangan kebutuhan *fast food restaurant*. Salah satu *fast food* yang paling diminati oleh masyarakat adalah *Restaurant Pizza Hut*. Dari beberapa Kabupaten / Kota yang ada di Bali Pizza Hut hanya ada di kabupaten Badung dan Denpasar yang terdiri dari 7 *outlet* Pizza Hut yang salah satunya adalah *Restaurant Pizza Hut Sanur* yang bergerak di bidang jasa yang melayani kebutuhan makanan . Adapun produk yang ditawarkan seperti Pizza, Pasta, Nasi, Minuman, dan Salad. Pada Pizza Hut Sanur terjadi masalah yaitu naik turunnya jumlah pelanggan tiap tahunnya. Permasalahan dari penelitian ini adalah 1) Bagaimana pengaruh pelayanan prima dan kepuasan pelanggan secara parsial terhadap kecenderungan pembelian kembali pada Pizza Hut Sanur di Denpasar ? 2) Bagaimana pengaruh pelayanan prima dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama (simultan) terhadap pembelian kembali pada Pizza Hut Sanur di Denpasar ?. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Prima dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama (simultan) terhadap dan kepuasan pelanggan secara parsial terhadap pembelian kembali pada Pizza Hut Sanur di Denpasar dan untuk mengetahui pengaruh Pelayanan Prima dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama (simultan) terhadap pembelian kembali Pizza Hut Sanur di Denpasar. Lokasi penelitian ini dilakukan di *Restaurant Pizza Hut Sanur* yang bertempat di Denpasar, jalan By Pass Ngurah Rai No. 159, Sanur, Denpasar, Bali. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder serta sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Metode penentuan sampel yang digunakan pengambilan responden yang dilakukan dengan tehnik *accidental sampling*, yaitu tehnik penentuan sampel secara kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau incidental bertemu dengan peneliti dan untuk memperoleh

data, penulis menggunakan cara yaitu observasi, wawancara, kuisisioner dan studi dokumentasi. Untuk memecahkan masalah dalam penelitian ini, teknis analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, determinasi, analisis Uji t dan analisis Uji F. Dari analisis yang diperoleh maka dapat disimpulkan bahwa 1). Pelayanan prima dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kecenderungan pembelian kembali pada Pizza Hut Sanur di Denpasar. 2) Pelayanan prima dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Kecenderungan Pembelian Kembali pada Pizza Hut Sanur di Denpasar.

Kata kunci: Pelayanan Prima, Kepuasan Pelanggan dan Pembelian Kembali

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya baik yang bergerak dalam bidang jasa maupun barang mempunyai tujuan yang sama yaitu memperoleh keuntungan. Selain itu perusahaan juga ingin memberikan kepuasan kepada konsumen atas produk yang dihasilkannya, karena kepuasan pelanggan menjadi barometer dari keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan produk yang berkualitas dan yang diinginkan oleh konsumen. Jika perusahaan kurang memperhatikan apa yang dibutuhkan oleh konsumen, maka dapat dipastikan bahwa perusahaan akan kehilangan banyak kesempatan untuk menjangkau konsumen dan produk yang ditawarkan akan sia-sia. Untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan harus memberikan pelayanan yang maksimal yaitu pelayanan prima terhadap pelanggan.

Salah satu *fast food* yang paling diminati oleh masyarakat adalah *Restaurant Pizza Hut*. Dari beberapa Kabupaten/Kota yang ada di Bali *Restaurant Pizza Hut* hanya ada di kabupaten Badung dan Denpasar yang terdiri dari 7 *outlet* Pizza Hut yang diantaranya adalah Pizza Hut Sanur, Pizza Hut Gatsu, Pizza Hut Libbi, Pizza Hut Mercure, Pizza Hut Ponogoro, Pizza Hut Galleria, dan Pizza Hut Sunset Road. Dari ke 7 Pizza Hut tersebut Pizza Hut Sanur yang mencapai penjualan tertinggi di bandingkan Pizza Hut lainnya, selain itu letaknya juga paling strategis dan area parkirnya sangat luas.

Dari data yang penulis dapatkan mengenai jumlah pelanggan yang ada di Pizza Hut Sanur terjadi perubahan pada setiap tahunnya, mengenai perubahan jumlah pelanggan pada setiap tahunnya akan diuraikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Pelanggan yang Berkunjung ke Pizza Hut Sanur Denpasar Periode 2010-2014

Tahun	Jumlah Pelanggan (orang)
2010	19.577
2011	20.428
2012	19.976
2013	21.788
2014	20.600

Sumber : Pizza Hut Sanur Denpasar

Berdasarkan tabel 1.1 mengenai jumlah pelanggan yang berkunjung di Pizza Hut Sanur Denpasar mengalami perkembangan yang berpluktuasi.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh pelayanan prima dan kepuasan pelanggan secara parsial terhadap kecenderungan pembelian kembali pada Pizza Hut Sanur di Denpasar ?
2. Bagaimana pengaruh pelayanan prima dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama (simultan) terhadap pembelian kembali Pizza Hut Sanur di Denpasar ?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan prima dan kepuasan pelanggan secara parsial terhadap pembelian kembali pada Pizza Hut Sanur di Denpasar ?
- b. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan prima dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama (simultan) terhadap pembelian kembali Pizza Hut Sanur di Denpasar ?

1.3.2. Manfaat Penelitian

- a. Kegunaan Bagi Mahasiswa
Penelitian ini sebagai tambahan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan serta menjadi bahan pertimbangan antara teori-teori yang didapat diperkuliahan dalam kinerja nyata industri.
- b. Kegunaan Bagi Perusahaan
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi bagi para pengelola di perusahaan yang nantinya akan dijadikan sebagai objek penelitian khususnya bagi para marketer dalam melakukan monitoring di lapangan.
- c. Kegunaan Bagi Universitas Ngurah Rai Denpasar
Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi atau masukan bagi penelitian yang sama dimasa mendatang.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Dalam usaha mendapatkan suatu pedoman dan pendekatan terhadap permasalahan yang akan dianalisis, maka perlu kiranya dikemukakan beberapa teori maupun pengertian - pengertian yang ada hubungannya dengan permasalahan yang akan dibahas atau di analisis sehingga diperoleh cara-cara pemecahan yang lebih akurat.

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Pengertian Pelayanan Prima

Definisi Pelayanan Prima Menurut Aristotle dalam *handbook on service excellence* dari Mr. M. Sivaramakrishna. Dy. Executive Director dan Dr. Sharma S Mantha *Programme Coordinator, CGG (page 1)* menyatakan bahwa “*Excellence is an art won by training and habituation. We are what we repeatedly do.*” Artinya adalah “keunggulan adalah seni yang dimenangkan yang disebabkan oleh pelatihan dan habituasi. Kita adalah apa yang kita lakukan berulang kali.” Dan Menurut Disney Institute dalam *handbook on service excellence* menyatakan bahwa “*Service excellence means exceeding customer’s expectations and paying attention to detail.*” Artinya adalah Pelayanan Prima berarti melebihi harapan pelanggan dan membayar untuk perhatian yang detail.” Definisi dari *ebook* tahun 2003 yang berjudul pelayanan prima oleh Retno Prasetyorini, SE secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik atau pelayanan yang terbaik. Pelayanan prima adalah faktor kunci dalam keberhasilan perusahaan.

2.1.2. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2004: 52), kepuasan konsumen adalah perasaan (*feeling*) yang dirasakan pembeli dari kinerja perusahaan yang memenuhi harapan mereka. Namun ditinjau dari perspektif perilaku konsumen, kepuasan konsumen lantas menjadi kompleks. Kotler (2004: 55) juga mengemukakan bahwa :

2.1.3. Pengertian Pembelian Kembali

Menurut Jones, Mothers baugh, dan Beaty (2003) dalam penelitian Meuraxa (2008), *Repurchase intention* atau pembelian ulang merupakan kecenderungan untuk menggunakan kembali pelayanan dari penyedia jasa di masa yang akan datang. Helier, Rodney dan Rickard (2003) yang dikutip dari penelitian Meuraxa (2008) menyatakan bahwa pembelian ulang adalah penilaian individu untuk membeli kembali suatu bentuk jasa perusahaan yang sama, yang dapat diandalkan pada situasi atau keadaan tertentu. Menurut Wiliam De Wells dan David Prensky, (2006:400) yang dikutip dari penelitian Meuraxa (2008) menyatakan bahwa pembelian ulang adalah pembelian yang berkelanjutan atas suatu produk sebagai sebagai hasil dari evaluasi konsumen terhadap pengalaman konsumsi dan menghasilkan keputusan untuk menggunakannya secara teratur.

2.2. Rumusan Hipotesis

Berdasarkan landasan teori dan kerangka pikir penelitian, maka hipotesis dari penelitian ini adalah :

1. Diduga pelayanan prima dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kecenderungan pembelian kembali pada Pizza Hut Sanur di Denpasar.
2. Diduga pelayanan prima dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kecenderungan pembelian kembali pada Pizza Hut Sanur di Denpasar.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Obyek Penelitian

3.1.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Restaurant Pizza Hut Sanur yang bertempat di Denpasar, jalan By Pass Ngurah Rai No. 159, Sanur, Denpasar, Bali.

3.1.2. Obyek Penelitian

Obyek penelitiannya adalah analisis pelayanan prima dan kepuasan pelanggan terhadap kecenderungan pembelian kembali pada semua konsumen Pizza Hut Sanur yang sedang membeli di Pizza Hut Sanur tanpa memandang orang tersebut berasal dari wilayah Sanur ataupun luar Sanur .

3.2. Identifikasi Variabel

- a. Variabel terikat (*dependent variable*).
Variabel terikat dalam penelitian ini adalah pembelian kembali variabel terikat dikonotasikan dengan huruf (Y).
- b. Variabel bebas (*independent variable*).
Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *service excellent* dan kepuasan pelanggan yang dikonotasikan (X1) dan (X2).

3.3. Definisi Operasional

3.1.1 Definisi Operasional Indikator Pelayanan Prima

3.1.2 Definisi Operasional Indikator Persepsi Kepuasan Pelanggan

3.1.3 Definisi Operasional Indikator Keputusan Pembelian

3.4. Jenis Data dan Sumber Data

3.4.1. Jenis Data

- a. Data Kualitatif
- b. Data Kuantitatif

3.4.2. Sumber Data

- a. Data Primer
- b. Data Sekunder

3.5. Metode Penentuan Sampel

Teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling*. Responden penelitian adalah responden yang diteliti yang dapat merespon, memberikan informasi tentang data yang diperlukan pada saat melakukan penelitian.

3.6. Metode Pengumpulan Data

- a) Observasi
- b) Wawancara
- c) Kuesioner
- d) Studi dokumentasi

3.7. Teknik Analisis Data

3.7.1. Analisis Kuantitatif

- a. Analisis Regresi Linier Berganda
- b. Analisis Korelasi Berganda
- c. Koefisien Determinasi
- d. Analisis Uji F-test
- e. Analisis Uji-t (t_{test})

3.7.2 Analisis Kualitatif

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

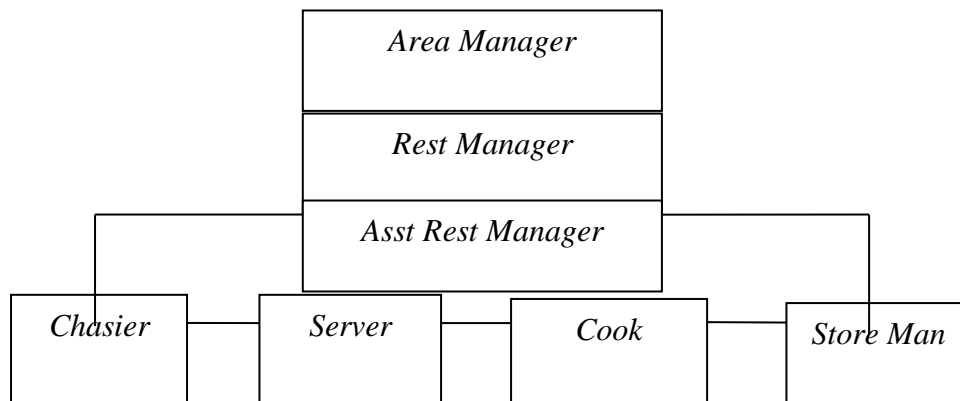
4.1 Sejarah Singkat dan Perkembangan Perusahaan

Pizza Hut adalah restoran waralaba (franchise) makanan internasional yang mengkhususkan pada Pizza.

4.1.1 Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Restaurant Pizza Hut Sanur di Denpasar.



Sumber : Data Sekunder dari *management* Pizza Hut Sanur

BAB V PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden

1) Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Tabel 5.1 : Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Pria	46	46,0
Wanita	54	54,0
Total	100	100,0

Sumber : Hasil Kuisisioner

2) Karakteristik Responden Menurut Umur

Tabel 5.2 : Karakteristik Responden Menurut Tingkatan Umur

Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
< 24	30	30,0
25 – 29	27	27,0
30 – 34	12	12,0
35 – 39	12	12,0
40 – 44	9	9,0
45 – 49	7	7,0
>50	3	3,0
Total	100	100,0

Sumber : Hasil Kuisisioner

3) Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan

Tabel 5.3 : Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Pegawai Negeri	18	18,0
Pelajar / Mahasiswa	19	19,0
Pegawai Swasta	46	46,0
Wiraswasta	17	17,0
Total	100	100,0

Sumber : Hasil Kuisisioner

5.2 Pengaruh Pelayanan Prima dan Kepuasan Pelanggan terhadap Kecenderungan Pembelian Kembali pada Pizza Hut Sanur di Denpasar

Tabel 5.4 Rangkuman Hasil Analisis Statistik Antara Pelayanan Prima dan Kepuasan Pelanggan terhadap Kecenderungan Pembelian Kembali pada Pizza Hut Sanur Denpasar

Keterangan	Regresi	t-test	Sig
Constant	1,177	1,807	0,074
Pelayanan Prima (X_1)	0,366	6,604	0,000
Kepuasan Pelanggan X_2)	0,533	9,078	0,000
Nilai R	= 0,902		
Nilai R^2	= 0,814		
F-test	= 212,797		
n	= 100		

Sumber : Lampiran 7

5.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda

- 1) Nilai $a = 1,177$ memiliki arti bahwa Kecenderungan Pembelian Kembali pada Pizza Hut Sanur sebesar 1,177 satu satuan, bila Pelayanan Prima ($X_1=0$) dan Kepuasan Pelanggan ($X_2=0$).
- 2) Nilai $b_1 = 0,366$ memiliki arti bahwa bila Pelayanan Prima naik satu satuan, maka Kecenderungan Pembelian Kembali pada Pizza Hut Sanur rata – rata akan naik sebesar 0,366 satu satuan bila Kepuasan Pelanggan (X_2) tetap.
- 3) Nilai $b_2 = 0,533$ memiliki arti bahwa bila Pelayanan Prima naik satu satuan, maka Kecenderungan Pembelian Kembali pada Pizza Hut Sanur rata – rata akan naik sebesar 0,533 satu satuan bila Pelayanan Prima (X_1) tetap.
- 4) Variabel independen Pelayanan Prima adalah variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap variabel dependen Kecenderungan Pembelian Kembali pada Pizza Hut Sanur (Y).

5.2.2 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda digunakan untuk mengetahui derajat hubungan dan arah hubungan antar variabel yang diteliti, yaitu hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) pada Pizza Hut Sanur Denpasar.

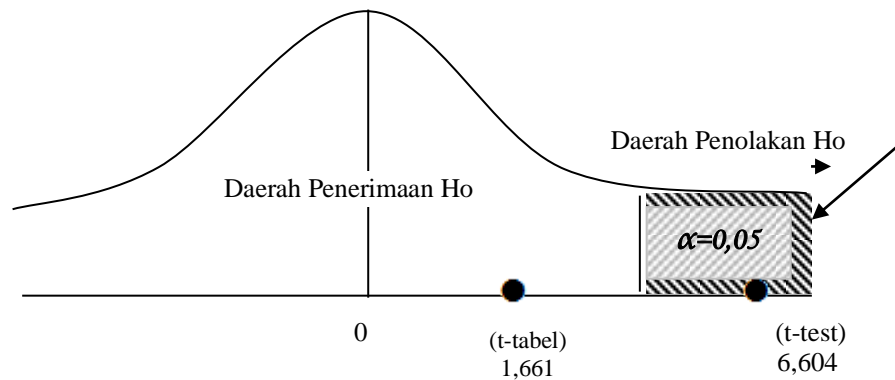
5.2.3 Analisis Koefisien Determinasi

Dari hasil perhitungan analisis determinasi diperoleh koefisien determinasi sebesar 81,4 %, ini berarti Pelayanan Prima dan Kepuasan Pelanggan memberikan

sumbangan terhadap Kecenderungan Pembelian Kembali pada Pizza Hut Sanur sebesar 81,4 %.

5.2.4 Analisis Uji t

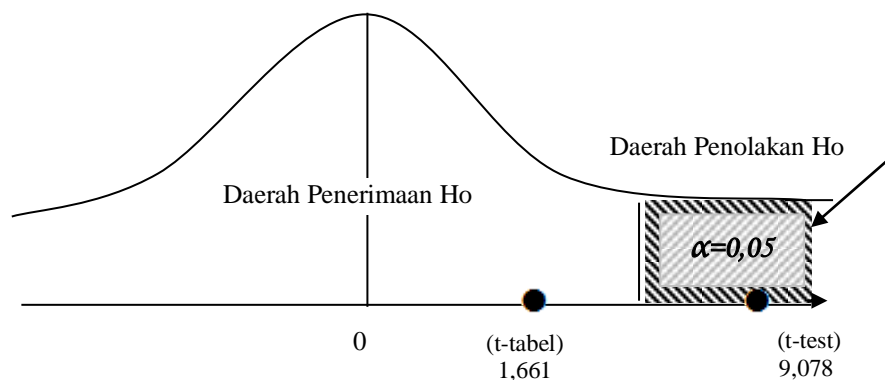
Gambar 5.1 : Kurva Distribusi Uji t β_1 Pengaruh Pelayanan Prima (X_1) berpengaruh dengan kecenderungan pembelian kembali (Y) pada Pizza Hut Sanur Denpasar.



Berdasarkan Gambar 5.1, dapat diketahui bahwa nilai t_{test} diperoleh sebesar 6,604 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,661, ternyata nilai t_{test} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} dan t_{test} berada pada daerah penolakan H_0 . Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti bahwa hipotesis yang diajukan terbukti dimana Pelayanan Prima (X_1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan dengan kecenderungan pembelian kembali (Y) pada Pizza Hut Sanur Denpasar.

- 1) Persepsi kualitas secara individu mempengaruhi kecenderungan pembelian kembali (Y)

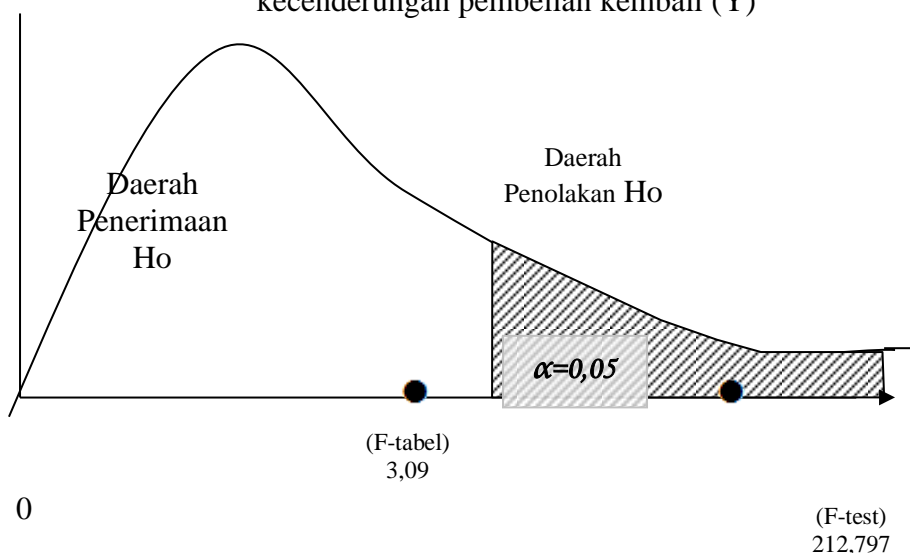
Gambar 5.2 : Kurva Distribusi Uji t β_2 Pengaruh Persepsi kepuasan pelanggan (X_2) berpengaruh dengan kecenderungan pembelian kembali (Y) pada Pizza Hut Sanur Denpasar.



Berdasarkan Gambar 5.2, dapat diketahui bahwa nilai t_{test} diperoleh sebesar 9,078 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,661, ternyata nilai t_{test} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} dan t_{test} berada pada daerah penolakan H_0 . Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti bahwa hipotesis yang diajukan terbukti dimana persepsi kepuasan pelanggan (X_2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan dengan kecenderungan pembelian kembali (Y) pada Pizza Hut Sanur Denpasar.

5.2.5 Analisis Uji F

Gambar 5.3 : Kurva Distribusi Uji F Pengaruh Pelayanan Prima (X_1) dan kepuasan pelanggan (X_2) berpengaruh dengan kecenderungan pembelian kembali (Y)



Berdasarkan Gambar 5.3, dapat diketahui bahwa nilai F_{test} diperoleh sebesar 212,797 sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3,09, ternyata nilai F_{test} lebih besar dari pada nilai F_{tabel} dan F_{test} berada pada daerah penolakan H_0 . Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_a diterima.

Ini berarti bahwa hipotesis yang diajukan terbukti dimana Pelayanan Prima (X_1) dan kepuasan pelanggan (X_2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kecenderungan pembelian kembali (Y) pada Pizza Hut Sanur Denpasar.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah di uraikan pada Bab V, mengenai Analisis Pelayanan Prima dan Kepuasan pelanggan terhadap kecenderungan pembelian kembali pada Pizza Hut Sanur di Denpasar , maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Pelayanan Prima (X_1) dan Kepuasan pelanggan (X_2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kecenderungan pembelian kembali (Y) pada Pizza Hut Sanur di Denpasar.
2. Pelayanan Prima (X_1) dan Kepuasan pelanggan (X_2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kecenderungan pembelian kembali (Y) pada Pizza Hut Sanur di Denpasar.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut diatas, diperoleh hasil positif dan signifikan antara Pengaruh Pelayanan Prima dan Kepuasan Pelanggan terhadap Kecenderungan Pembelian Kembali pada Pizza Hut Sanur Denpasar, maka saran-saran yang dapat diberikan dan diharapkan dapat berguna bagi pihak manajemen Pizza Hut Sanur Denpasar, adalah untuk lebih meningkatkan Pelayanan Prima dan Kepuasan Pelanggan bagi para konsumennya. Hal ini dapat dilakukan dengan cara melakukan peningkatan kualitas produk dan kualitas pelayanan bagi para konsumen serta mengadakan kegiatan-kegiatan marketing untuk meningkatkan penjualan dan dapat menguasai pangsa pasar, dan juga tetap mempertahankan kepercayaan yang telah diberikan oleh konsumen sehingga tidak terjadi menurunnya jumlah konsumen pada Pizza Hut Sanur di Denpasar. Selain itu mengingat keputusan pembelian tidak saja dipengaruhi oleh Pelayanan Prima dan Kepuasan Pelanggan, sebaiknya perusahaan juga memperhatikan faktor lainnya, seperti sikap dan perilaku konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aristotle. *Handbook on Service Excellence* dari Mr. M. Sivaramakrishna. Dy. Excecutive Director dan Dr. Sharma S Mantha *Programme Coordinator, CGG (page 1)*.
- Azwar, Saifuddin. 2002. *Sikap Manusia Teori & Pengukurannya*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Barata. 2004. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta : Erlangga.
- Cronin, J.J & Taylor, S.A. 2002. *Measuring Service Quality : A Re- Examination and Extension Journal of Marketing*.
- David, Fred R. 2004. *Manajemen Strategi Konsep*. Jakarta: PT. Indeks.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Gorda. 2007. *Metedologi Penelitian Ilmu Sosial Ekonomi*, Jakarta : Penerbit CV. Rajawali.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Royalty, Edisi Revisi*. Jakarta: Erlangga
- Hadi, Wirawan. 2000. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta. Elex Media Komputindo.
- Rodney, Helier & Richard, Et Al. 2003. Customer Repurchase Intention A General Sctructural Equation Model. *European Journal Of Marketing*. Vol. 37, No 11/12 PP 1762-1800.
- Kurnia, Dita. 2011. *Pengaruh iklan dan Word Of Mouth terhadap minat beli mahasiswa Universitas Negeri Padang Atas Kartu Perdana Im3*. Skripsi Mahasiswa Universitas Negeri Padang.
- Kotler, Phillip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium, Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Phillip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.

- Kotler, Phillip. 2004. *Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium Jilid 2*. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Loudon, David L and Albert J. Della Bitta. 2004. *Consumer Behavior Concepts and Applications*. Third Edition. Singapore: MC Graw Hill Inc.
- Meuraxa, Nurfaizah. 2008. *Analisis Pengaruh Sosial (Social Influence) terhadap Kecenderungan Pembelian Kembali (Repurchase)*. Jakarta : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Syarif Hidayatullah.
- Mothers Baugh, Jones & Beaty by Meuraxa. 2003. *Customer Repurchase. A Re-Examination and Extension Journal of Marketing*.
- Nata, Wirawan, 2002, *Cara Mudah Memahami Statistik 2 (Statistik Infrensia)*, Edisi Kedua, Bali: Penerbit Keraras Emas.
- Palupi, Ima Suryani. 2007. *Pengaruh Service Performance dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah*. Jakarta : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Syarif Hidayatullah.
- Prasetyorini, Retno. 2003. *Pelayanan Prima*. Jakarta : Erlangga.
- Rahman, Rizky. 2008. *Pengaruh Service Performance dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Jakarta : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Syarif Hidayatullah.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV. AlfaBet.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R& D*. Bandung: Alfabet.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Suwantara, Lantana. 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Pembelian Kembali Mahasiswa Lembaga Pelatihan pariwisata Bali*. Universitas Terbuka: Bali
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Pemasaran Jasa (1sted)*. Malang : Bayu Media.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Malang : Bayu Media

Wahyuni, Dewi Urip. 2008. *Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda di Kawasan Surabaya Barat*. Skripsi Mahasiswa Universitas Surabaya: Surabaya

www.google.com

www.pizzahutindonesia.com