

EFFECT ON PRODUCT QUALITY ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS PT.BUDI BERLIAN MOTOR LAMPUNG

Hujaimatul Fauziah¹, Yessy Dekasari²

*Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai
email korespondensi: hujaimatul72@gmail.com*

Abstrak.

Kualitas produk merupakan faktor yang dapat dipertimbangkan adalah seberapa lama perusahaan tersebut berdiri dan beroperasi. Kebutuhan masyarakat akan kendaraan bermotor terkhusus mobil dan tingkat mobilitas masyarakat memberikan tuntutan kepada perusahaan untuk menciptakan mobil yang ramah lingkungan, mudah dioperasikan, fitur yang sesuai kebutuhan dan tentunya harga yang terjangkau. Tujuan penelitian ini adalah Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Budi Berlian Motor Lampung. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang membeli mobil merek Mitsubishi. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 20 responden yang diambil dengan menggunakan *purposive sampling* dan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis statistik menggunakan analisis regresi linier. Hasil Penelitian ini yaitu, Uji Hipotesis berpengaruh positif antara Kualitas Produk (X) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y). Analisa yang digunakan adalah regresi linier sederhana hasilnya $Y = 7,863 + 0,598 X$. Koefisien determinasi sebesar 0,403 berarti pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 40,3 % dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen)

Kata Kunci : Kualitas Produk, Keputusan Pembelian Konsumen.

Abstract.

Product quality is a factor that can be considered is how long the company has been established and operates. The community's need for motorized vehicles, especially cars and the level of community mobility, demands that companies create cars that are environmentally friendly, easy to operate, features that meet their needs and of course at affordable prices. The purpose of this study was to determine the effect of product quality on consumer purchasing decisions at PT. Budi Berlian Motor Lampung. The population of this research is consumers who buy Mitsubishi car. The sample in this study were 20 respondents who were taken using purposive sampling and data collection methods using a questionnaire. This study uses quantitative methods with statistical analysis using linear regression analysis. The results of this study, namely, Hypothesis Testing has a positive effect on Product Quality (X) on Consumer Purchasing Decisions (Y). The analysis used is simple linear regression with the result $Y = 7.863 + 0.598 X$. The coefficient of determination is 0.403, which means that the effect of product quality on consumer purchasing decisions is 40.3% and the rest is influenced by other factors not examined in this study. Based on the results of the study it was found that product quality had a significant effect on consumer purchasing decisions)

Keywords: Product Quality, Consumer Purchasing Decisions.

PENDAHULUAN

Salah satu industri yang tumbuh pesat sampai saat ini adalah industri otomotif, perkembangannya ditunjang dengan bertambah luasnya sarana jalan, peningkatan pendapatan masyarakat yang

meningkat menempatkan mobil bukan lagi untuk golongan menengah keatas namun untuk kebutuhan transportasi keluarga sehari – hari. Perkembangan industri otomotif di lampung kini semakin besar dalam beberapa tahun belakangan ini. Kendati begitu, hal tersebut membuat persaingan semakin ketat, khususnya pada

industri mobil, Produsen mobil terus melakukan inovasi terhadap produknya. Hal ini terlihat dari semakin beraneka ragamnya merek dan jenis mobil di Lampung, akibatnya konsumen harus semakin selektif dalam memilih produk yang akan dibeli.

Faktor yang menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam memilih produk yaitu faktor nilai dan manfaat yang akan diperoleh konsumen dari produk tersebut, khususnya bagi konsumen yang belum mengerti jelas tentang kualitas produk mobil Mitsubishi. Tak terkecuali untuk konsumen yang sudah membeli dan menggunakan produk mobil Mitsubishi ini secara berulang serta memiliki kepercayaan terhadap produk mobil Mitsubishi yang bisa dikatakan *Loyalist* Mitsubishi. Di Lampung atau khususnya di Bandar Lampung, hingga saat ini masih sangat jarang sekali konsumen yg mengerti bahwa Mobil Mitsubishi mengedepankan Nilai dan Manfaat Kualitas Produk. Sehingga mobil Mitsubishi mungkin masih terasa asing, karena harga yang masih tinggi.

Kualitas Produk menjadi salah satu *variabel* penting dalam penentuan keputusan pembelian mobil baik mobil keluarga maupun *city car* untuk kebutuhan konsumen dalam bertransportasi sehari-hari. Mitsubishi sendiri merupakan salah satu pabrikan mobil yang membuka pabriknya di Indonesia. Saat ini sudah banyak mobil yang dilengkapi dengan berbagai fitur yang membuat pengendara nyaman dalam berkendara, terutama Mitsubishi yang sudah mengedepankan tentang Fitur Keamanan dan Keselamatan Konsumen. Fitur mobil merupakan salah satu hal yang banyak dipertimbangkan konsumen dalam membeli mobil, serta usaha kami berpromosi tentang penyampaian keseluruhan Kualitas Produk yaitu untuk selalu menjaga kenyamanan, kepuasan dan menjaga daya saing ke merek lain. Mitsubishi Motor dalam pengecekan terakhir terhadap mobil yang

dirakit menggunakan sistem elektronik menggunakan tablet dimana setiap pekerja harus memasukan *ID* dan *password* serta memasukan sidik jarinya dalam sistem pengecekan kendaraan, hal ini bertujuan untuk menjaga kualitas produk mobil Mitsubishi. Kualitas produk juga menjadi isu penting dalam proses pembelian kendaraan, hal ini karena menyangkut keamanan dan keselamatan pengguna. Dapat juga dikatakan, karena masih sering adanya masalah tentang Human Error yang dapat berakibat fatal terhadap Keamanan dan Keselamatan Konsumen kedepannya.

KAJIAN PUSTAKA

Kotler dan Armstrong (2008) mendefinisikan pemasaran sebagai berikut: Pemasaran adalah sosial dan proses manajerial yang memungkinkan individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan penunjukan produk bersama dan nilai dengan orang lain. Dapat kita pahami bahwa perusahaan mengeksplorasi apa yang diminta dan dibutuhkan oleh konsumen dan kemudian berusaha mengembangkan produk yang akan memuaskan konsumen sehingga mereka memiliki banyak alternatif pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk ditawarkan. Dalam perkembangan selanjutnya, konsumen menjadi faktor penentu utama bagi perusahaan tersebut berhasil tidaknya suatu perusahaan dalam memasarkan produknya.

Perusahaan harus mampu Kenali terlebih dahulu apa yang akan menjadi kebutuhan dan harapan konsumen saat ini dan selanjutnya masa depan. Disinilah dibutuhkan seorang manajer pemasaran yang memiliki pengetahuan yang menyeluruh perilaku konsumen untuk memberikan definisi pasar yang baik untuk mengikuti ini perubahan konstan, dan merancang perpaduan pemasaran yang tepat.

Kualitas produk yang dimaksud adalah keseluruhan kualitas produk dari PT. Budi Berlian Motor Lampung yang diberikan kepada pelanggan. Kualitas merupakan keadaan produk yang berhubungan dengan barang maupun jasa berupa kinerja, keandalan, keistimewaan, keawetan dan keindahan yang memenuhi bahkan melebihi harapan seseorang. Secara umum kualitas merupakan salah satu cara bagi perusahaan untuk menguasai pasar. Sedangkan bagi masyarakat kualitas adalah alat ukur sekaligus cara seseorang dalam mencapai kepuasan.

Kualitas produk menurut Philip Kotler (2009) adalah totalitas dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Produk adalah merupakan inti dari kegiatan pemasaran, produk merupakan hasil dari perusahaan yang dapat dijual kepada konsumen atau pelanggan untuk mencapai tujuan perusahaan. Produk yang dihasilkan oleh perusahaan harus memiliki keunggulan atau kualitas yang mampu membedakan dengan produk-produk dari para pesaing. Perbedaan dapat dibedakan berdasarkan kualitas, desain, bentuk, ukuran, *packaging*, *services*, garansi dan *taste*. Semua perbedaan tersebut bertujuan untuk memberikan kesempatan dan menarik konsumen untuk mencoba dan membeli produk yang diproduksi perusahaan. Dalam jurnal penelitian Anggita, kualitas produk merupakan ciri khas produk di kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan dan kebutuhan laten.

Suatu Perusahaan yang berorientasi pada keuntungan menginginkan agar usahanya selalu memperoleh keuntungan. Bagi kebanyakan orang yang berpendapat bahwa nilai produk itu di tentukan oleh keseluruhan kualitas serta jenis produk itu sendiri yang dikemas sedemikian rupa agar terlihat sempurna. Setelah itu, Hal yang terjadi adalah Konsumen tanpa pikir panjang untuk membeli produk tersebut

asalkan sesuai dengan permintaan serta kualitas yang ditawarkan dapat memberi kepuasan untuk konsumen itu sendiri. Maka dari itu setiap perusahaan harus mempunyai cara sendiri dalam meningkatkan kualitas produknya agar dapat mencapai Kepuasan Konsumen yang terus meningkat setiap tahun nya dan agar perusahaan tersebut dapat menjadi komoditi yang terpercaya. Menurut Kotler dan Amstrong (2014), Kualitas Produk adalah Kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan Durabilitas, Reliabilitas, Ketepatan, Kemudahan Pengoprasian, dan Reparasi Produk, juga Atribut Produk lainnya. Berdasarkan definisi-definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas merupakan suatu produk dan jasa yang melalui beberapa tahapan proses dengan memperhitungkan nilai suatu produk dan jasa tanpa adanya kekurangan sedikitpun nilai suatu produk dan jasa, dan menghasilkan produk dan jasa sesuai harapan tinggi dari pelanggan, untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan.

Sedangkan menurut Tjiptono (2008:25), kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (benefits) bagi pelanggan. Kualitas suatu produk baik berupa barang atau jasa ditentukan melalui dimensi-dimensinya. Dimensi kualitas produk menurut Tjiptono (2008:25) adalah:

- a. *Performance* (kinerja)
- b. *Durability* (daya tahan)
- c. *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi)
- d. *Features* (fitur)
- e. *Reliability* (reliabilitas)
- f. *Aesthetics* (estetika)
- g. *Perceived quality* (kesan kualitas)

h. *Serviceability* (kemampuan layanan)

Keputusan Pembelian “Penjual perlu menyusun struktur keputusan membeli secara keseluruhan untuk membantu konsumen dalam mengambil keputusan tentang pembeliannya. Setiap keputusan membeli mempunyai suatu struktur sebanyak tujuh” (Kotler, 2000:109). Komponen- komponen tersebut adalah :

- a. Keputusan tentang jenis produk.
- b. Keputusan tentang bentuk produk.
- c. Keputusan tentang merek.
- d. Keputusan tentang penjualnya.
- e. Keputusan tentang jumlah produk.
- f. Keputusan tentang waktu pembelian.
- g. Keputusan tentang cara pembayaran.

Proses keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen. Terdapat beberapa tahap yang dilakukan konsumen dalam melakukan proses keputusan pembelian. Tahap – tahap tersebut yang akan menghasilkan suatu keputusan untuk membeli atau tidak. Setelah membeli produk konsumen akan merasa puas atau tidak puas terhadap produk yang dibelinya. Jika konsumen merasa puas maka mereka akan melakukan pembelian ulang sedangkan apabila konsumen merasa tidak puas maka akan beralih ke merek lain. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa proses keputusan pembelian terdiri dari lima tahap yaitu :

1. Pengenalan masalah (*problem recognition*),
2. Pencarian informasi (*information source*).
3. Evaluasi alternatif (*alternative evaluation*),
4. Keputusan pembelian (*purchase decision*).
5. Evaluasi pasca pembelian (*post-purchase evaluation*)

Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah proses penentuan pilihan konsumen dari berbagai alternatif pilihan yang ada terhadap produk yang paling sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan. Menurut Tjiptono (2008:25), kualitas produk merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.

Menurut Swastha dan Handoko (2012:102), salah satu dari tujuh komponen yang ada adalah keputusan pembelian tentang jenis produk. Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah barang atau jasa ketika konsumen tersebut menganggap produk itu dibutuhkan. Kualitas produk yang diberikan perusahaan adalah strategi yang tepat untuk menarik perhatian konsumen. Hal ini di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Anwar (2015) yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk adalah suatu tindakan yang diberikan oleh perusahaan untuk memenangkan persaingan di pasar dengan menetapkan sekumpulan perbedaan-perbedaan yang berarti pada produk atau jasa yang ditawarkan untuk membedakan produk perusahaan dengan produk pesaingnya, sehingga dapat dipandang atau dipersepsikan konsumen bahwa produk yang berkualitas tersebut mempunyai nilai tambah yang diharapkan oleh konsumen. Monalisa (2015) menyatakan bahwa kualitas produk yang dianggap baik oleh konsumen akan menciptakan keputusan pembelian. Keputusan pembelian akan dilakukan ketika konsumen sudah memilih produk yang cocok untuk memenuhi kebutuhannya.

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli (Kotler dan Armstrong, 2012:226). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk

dengan keputusan pembelian maka bhipotesis dalam penelitian ini :

H: Kualitas Produk (X) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y)

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan PT. Budi Berlian Motor Lampung Yang terletak di Jalan Raya Hajimena KM. 15, Lampung Selatan. . Populasi penelitian ini adalah konsumen yang membeli mobil merek Mitsubushi. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 20 responden yang diambil dengan menggunakan *purposive sampling* dan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert dimana setiap item pertanyaan disediakan 5 jawaban. J. awaban pertanyaan yang diajukan : SS; Sangat Setuju skor 5, S; Setuju skor 4, N; Netral skor 3, TS; Tidak Setuju skor 2 dan STS; Sangat Tidak Setuju skor 1. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Konsumen Pada PT. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengambilan nonprobabilitas dengan cara *purposive sampling* dimana pengambilan sampel dilakukan secara sengaja sesuai dengan kriteria sampel yang diperlukan yakni pelanggan produk kendaraan Mitsubishi. Analisis Data Kuantitatif yang digunakan pada penelitian ini adalah Analisis Regresi Linear Sederhana. Menurut Sugioyono (2011 : 261)

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian Konsumen

X = Kualitas Produk

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perusahaan PT Budi Berlian Motor Lampung adalah Sebagai Salah Satu Authorized Dealer Mitsubishi di Lampung yang berdiri sejak 20 Oktober 2002, yang bergerak dalam bidang Penjualan dan Layanan Jasa Otomotif. Perusahaan ini memiliki Komitmen Sebagai Mitra Usaha Pelanggan dengan adanya layanan 3S (Sales, Service dan Spare Part) dan Body Repair. Ruang lingkup kegiatan PT. Budi Berlian Motor Lampung yaitu mencakup penjualan kendaraan Mitsubishi, Layanan Jasa service, Penjualan Genuine Part Mitsubishi, dan Layanan Jasa Body Repair untuk semua jenis / merk kendaraan (umum). Letak yang cukup Strategis yaitu berada dijalan Lintas Sumatera, tepatnya di Jalan Raya Natar Desa Hajimena Km. 15 Kec.Natar Lampung Selatan. Akses yang mudah di jangkau serta pelayanan yang baik membuat Dealer tersebut selalu ramai.

Hipotesis yang diajukan pada Penelitian ini menyatakan terdapat Pengaruh Positif antara Kualitas Produk (X) dengan Konsumen (Y) pada PT. Budi Berlian Motor Lampung, Harga Koefisien Regresi b, Harga Konstanta a, dalam penelitian ini dihitung dengan Bantuan SPSS.21 IBM for Windows Release.

Output Uji Regresi Linier Sederhana (Coefficients)

Model	Coefficients ^a			t	Sig.	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	7.863	3.066		2.564	.020
	Kualitas Produk	.598	.172	.635	3.485	.003

a. Dependent Variable: Konsumen

Dari Tabel Perhitungan Analisis Regresi Sederhana diatas variable Kualitas Produk terhadap Konsumen menghasilkan arah Constant (a) adalah 7,863 Sedangkan Nilai Kualitas Produk (Arah Regresi / Regresi b) sebesar 0,598. Dengan demikian bentuk Hubungan antara

keduavariabel tersebut dapat dinyatakan melalui

Persamaan Regresi : $Y = 7,863 + 0,598 X$ Sehingga dari Persamaan ini dapat diterjemahkan :

1. Konstanta a sebesar 7,863 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai Kualitas Produk, maka besarnya nilai keputusan pembelian Konsumen sebesar 7,863
2. Koefisien Regresi X sebesar 0,598 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% Kualitas Produk, maka nilai keputusan pembelian Konsumen akan bertambah sebesar 0,598.

Output Koefisien Determinasi (Model Summary)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.635 ^a	.403	.370	1.866

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

Pada Tabel Output dari Model Summary atau Koefisien Determinasi antara Kualitas Produk (X) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y). Dari Output diatas diketahui nilai R Square sebesar 0,403. Nilai ini mengandung bahwa pengaruh Kualitas Produk (X) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) ditunjukkan oleh Koefisien Detrminasi sebesar 40,3 % sedangkan sisanya dipengaruhi oleh Variabel yang tidak diteliti. Berdasarkan hasil pengujian Regresi Sederhana dan Koefisien Deteminasinya antara Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian konsumen dapat menghasilkan pengaruh yang Signifikan.

Output Uji t pada hasil Regresi Linier Sederhana (Coefficients)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.863	3.066		2.564	.020
	Kualitas Produk	.598	.172	.635	3.485	.003

a. Dependent Variable: Konsumen

Dalam tabel diatas hasil uji t yaitu sebesar 3,485, dan dalam pengujian t dilakukan dengan menggunakan hasil pada tingkat keyakinan signifikansi a

0,05. Dari hasil tabel 4.3 dapat diketahuidengan nilai > yaitu $3,485 > 2,100$ serta tingkat signifikansi sebesar $0,03 < 0,05$, dengan demikian hipotesis diterima. Yang berarti kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Budi Berlian Motor Lampung. Hal ini didukung dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler (2009)

Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya dalam keawetan, keandalan, kemudahan dipergunakan dan diperbaiki. Berdasarkan pendapat para konsumen, konsumen melakukan uji *test drive* untuk mengetahui atau mengkonfirmasi atas apa yang tertuang di dalam brosur atau yang disampaikan para agen terhadap kualitas produk, dari hasil *test drive* tersebut konsumen mendapatkan persepsi yang lebih luas terhadap kualitas produk mobil Mitsubishi khususnya untuk mobil keluarga.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Budi Berlian Motor Lampung. Hasil Pengujian Hipotesis sudah membuktikan terdapat Pengaruh Positif Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Artinya semakin Baik lagi tingkat Kualitas Produk Mobil Mitsubishi akan Menaikkan Tingkat Keputusan Pembelian Konsumen Mobil Mitsubishi di PT. Budi Berlian Motor Lampung. Konsumen mempertimbangkan beberapa faktor lain yang untuk memutuskan pembelian mobil Mitsubishi, salah satu diantaranya adalah layanan purna jual yang komprehensif dan ketersediaan suku cadang yang kompetitif dan lengkap.

Saran

PT. Budi Berlian Motor Lampung harus melakukan Perbaikan – Perbaikan terhadap Kenyamanan, Kepuasan

Konsumen dengan cara mempertahankan Kualitas Produk dan melakukan inovasi mempertahankan hubungan yang erat dengan pelanggan dan membangun reputasi sehingga Mitsubishi dapat mempertahankan loyalitas yang ada pada konsumennya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, iful. 2015. *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian "Bunchbead Kota Malang"*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol. 4, No. 12 (2015). ISSN: 2461-0593
- Anis, Liya Monalisa. 2015. *Pengaruh kualitas produk terhadap internasional Brand Image serta dampaknya terhadap keputusan pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis (2015), Vol. 28, No. 2, November 2015
- Anggita, R., & Ali, H. (2017). *The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District)*. A (Multidisciplinary Journal) ISSN
- Arikunto. Suharsimi. 2011. *Prosedur penelitian : suatu pendekatan praktik* Jakarta : Rineka Cipta
- Kotler, Philip & Armstrong. 2012. *Marketing Management* 14th Edition. New Jersey : Prentice Hall
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing* 15th edition. New Jersey : Pearson Prentice Hall
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management* 15th Global Edition. New Jersey : Pearson Education Inc
- Swastha, Basu Dharmmesta & Hani Handoko. 2012. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Edisi 1. Yogyakarta : BPFE
- Sugiyono. 2013. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung : ALFABETA
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Teuku Reza Kurniawan, 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Central Asia Kantor Cabang Pembantu Duri Riau Riau Economics and Business Reviewe* P.ISSN: 1410-7988 E.ISSN: 2614-123X Volume 9, Nomor 3, 2018.

