

**ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN PRODUK  
RABBANI DI KOTA BANDUNG**

*(Analysis of Customer Loyalty Product Rabbani in Bandung)*

**TUGAS AKHIR**

Laporan ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan

Diploma III Program Studi Administrasi Bisnis

Jurusan Administrasi Niaga

Oleh:

Refina Herlyani

145211054



**POLBAN**

**POLITEKNIK NEGERI BANDUNG**

**2017**



POLBAN



POLBAN



POLBAN



POLBAN



POLBAN



POLBAN

## LEMBAR PENGESAHAN



POLBAN



POLBAN



POLBAN

**BANDUNG**



POLBAN



POLBAN

### ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN PRODUK RABBANI DI KOTA

*(Analysis of Customer Loyalty Product Rabbani in Bandung)*



POLBAN

**Penguji:**

1. Sebagai ketua : Dra. Sri Surjani Tjahjawati, M.Si

2. Sebagai anggota : Dra. Ii Halilah, S.Sos., M.Si

3. Sebagai anggota : Ermina Tiorida, SE., M.Si



POLBAN



POLBAN

Tugas Akhir ini telah disidangkan pada 24 Juli 2017  
dan disahkan sesuai ketentuan

POLBAN

POLBAN

POLBAN

POLBAN



POLBAN



POLBAN



POLBAN

**Menyetujui,  
Pembimbing**

**Ermina Tiorida, SE., M.Si**  
NIP. 19620423 198910 2 001

POLBAN



POLBAN



POLBAN



POLBAN



POLBAN



POLBAN



POLBAN



POLBAN



POLBAN

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan Administrasi Niaga**



POLBAN



POLBAN



**Sri Raharso, S.Sos. M.Si**  
NIP. 19671204 200112 1 002



POLBAN



POLBAN



POLBAN



POLBAN



POLBAN



POLBAN



POLBAN



POLBAN



POLBAN



## ***CURRICULUM VITAE***

Nama : Refina Herlyani  
NIM : 145211054  
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung, 24 Juni 1996  
Departemen : Administrasi Niaga  
Program Studi : D3 Administrasi Bisnis



Alamat : Jl. Rajawali Barat Gg. Burung Tungku 4 No.  
215/187B Rt/Rw: 03/02 Kel. Maleber Kec.  
Andir Bandung 40184

Telepon : 083820722367

Email : refina.herlyani.abs14@poban.ac.id

Pendidikan : Politeknik Negeri Bandung (IPK: 3,69)  
Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 11 Bandung  
Sekolah Menengah Pertama Negeri 47 Bandung  
Sekolah Dasar Negeri Dadali Bandung

Pengalaman Organisasi : 1. Divisi humas Kasenian Baraya Sunda Polban  
(Kabayan) 2016  
2. KaDiv Kerohanian Karang Taruna 2016  
3. Anggota OSIS SMKN 11 Bandung 2012  
4. Anggota PMR SMKN 11 Bandung 2012  
5. Anggota *Ensamble Recorder* SMPN 47  
Bandung 2010  
6. Anggota PMR SMPN 47 Bandung 2010

Pelatihan : 1. Program Pengenalan Kehidupan Kampus tahun  
2014 di Politeknik Negeri Bandung  
2. *Training* Motivasi Mahasiswa Baru tahun 2014  
di Politeknik Negeri Bandung  
3. *ESQ Leadership Training* tahun 2014 di  
Politeknik Negeri Bandung  
4. Latihan Bela Negara tahun 2014 di Pusdikhub



TNI AD

5. *Beauty Class by Wardah* 2015 di Politeknik

Negeri Bandung



6. *Table Manners Course* tahun 2015 di Savoy

Homann Bidakara Hotel

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan

dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata

dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.



Bandung, Juli 2017



Refina Herlyani

NIM. 145211054





## LEMBAR PERNYATAAN PENULIS



### ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN RABBANI DI KOTA BANDUNG

*“Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa Laporan Tugas*

*Akhir ini adalah murni hasil pekerjaan saya sendiri dan tidak ada hasil pekerjaan orang lain yang saya gunakan tanpa menyebutkan sumbernya.*

*Materi dalam Laporan Tugas Akhir ini tidak/belum pernah disajikan/digunakan*

*sebagai bahan untuk makalah/Tugas Akhir/Laporan Praktik Kerja Lapangan lain kecuali saya menyatakan dengan jelas bahwa saya menggunakannya”*



Bandung, Juli 2017

Yang menyatakan,  
Mahasiswa



**Refina Herlyani**  
**NIM. 145211054**

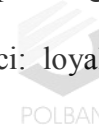




## ABSTRAKSI

Loyalitas pelanggan memiliki peran yang penting bagi setiap perusahaan bisnis. Hasil dari pengukuran tingkat loyalitas pelanggan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi perusahaan atas hasil yang telah dicapai juga dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan demi kemajuan perusahaan di masa yang akan datang. Perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar apabila perusahaan bisnis melakukan strategi pemasaran demi meningkatkan tingkat loyalitas pelanggan. Penelitian ini membahas tentang tingkat loyalitas pelanggan produk Rabbani di kota Bandung. Analisis deskriptif digunakan sebagai metode penelitian dengan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data penelitian. Kuesioner yang disebar kepada 139 responden yang merupakan sampel representatif kemudian diolah dengan menggunakan SPSS 22 sehingga menghasilkan *mean* sebagai acuan dalam menentukan tingkatan setiap dimensi juga secara keseluruhan. Hasil dari pengolahan data yang dilakukan berupa data statistik yang kemudian disajikan kedalam bentuk deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat loyalitas pelanggan Rabbani secara keseluruhan berada pada tingkatan yang tinggi dengan hasil *mean* sebesar 3,43. Namun berdasarkan dimensi-dimensi loyalitas pelanggan, terdapat dua dimensi yang memiliki nilai *mean* yang berada pada tingkatan kurang tinggi yaitu dimensi *commitment* dan dimensi *switching cost*. Diharapkan banyak manfaat yang dapat diambil dari hasil penelitian ini khususnya bagi perusahaan bisnis, agar dapat mempertimbangkan strategi demi mempertahankan loyalitas pelanggannya ditengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

Kata kunci: loyalitas, pelanggan, perusahaan





## **ABSTRACTION**

*Customer loyalty has an important role for every business firm. The value of level customer loyalty can be used as material evaluation of the achievement of the company also taken into consideration to make decisions for the progress of the company in the future. Companies will get benefit more. This study discusses the level of customer loyalty Rabbani in Bandung. Descriptive analysis is used as a research method with the questionnaire as a technique of completion of research data. The questionnaires distributed to 139 respondents representative samples were then processed using SPSS 22 so as to produce the mean as reference in determining the level of each dimension as well overall. Results of data processing performed statistical data which is then presented in the form of descriptive. The results show that the level of customer loyalias Rabbani as a whole is at a high level and the value of mean is 3,43. However, there are two dimensions that have an average value that is at a less high level. It is expected that many benefits can be derived from the results of this study, especially for business companies, in order to be able to empirical strategy of customers amid increasingly fierce business competition.*

*Keywords: company, customer, loyalty*





## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dengan judul “**Analisis Loyalitas Pelanggan Produk Rabbani di Kota Bandung**” dengan baik. Penulis mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah membantu penyusunan Laporan Tugas akhir ini yaitu dosen pembimbing laporan, seluruh dosen program studi DIII Administrasi Bisnis serta pihak-pihak lain yang telah memberi kontribusi baik langsung maupun tidak langsung.

Penulis telah berupaya sebaik dan seoptimal mungkin dalam menyelesaikan laporan ini dengan harapan dapat bermanfaat serta menjadi sumbangan yang berarti bagi kemajuan dunia pendidikan khususnya di Politeknik Negeri Bandung. Namun apabila masih terdapat kekurangan, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk dijadikan masukkan dalam perbaikan penyusunan laporan. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis dan umumnya bagi pembaca.

Bandung, Juli 2017

Penulis







## UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji bagi Allah SWT tuhan semesta alam, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Loyalitas Pelanggan Rabbani di Kota Bandung”.

Laporan Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Diploma III Program Studi Administrasi Bisnis pada Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bandung. Dalam proses penyelesaiannya, penulis mendapat banyak sekali bantuan dan dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ayah, Ibu, dan Kakak tercinta, atas segala do'a, kasih sayang, dukungan, kesabaran dan pengorbanan yang diberikan sampai saat ini.
2. Ibu Ermina Tiorida, selaku pembimbing laporan Tugas Akhir yang selalu memberikan arahan dan dukungan selama penulis menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
3. Ibu Ii Halilah, selaku Ketua Program Studi DIII Administrasi Bisnis
4. Bapak Sri Raharso, selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga.
5. Bapak Mamun Sutisna, selaku Wali Dosen yang selalu memberi motivasi dan dukungan kepada penulis.
6. Seluruh anggota keluarga besar penulis yang selalu memberikan do'a dan semangat kepada penulis.
7. Sahabat-sahabat penulis yang selalu menemani penulis dalam keadaan apapun selama lebih dari 8 tahun ini, Fani Oktaviani, Fani Yuliana, Sarah Kurniasih, dan Isnii Suningsih. Terimakasih atas segala bantuan, do'a, dan semangat yang selalu diberikan kepada penulis sampai saat ini.
8. Fepi Priyatna yang telah membantu dan memberikan semangat selama menyelesaikan Tugas Akhir ini.
9. Rekan-rekan AB khususnya 3 AB-B 2014 yang selalu memberikan keceriaan dan semangat agar dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini tepat pada waktunya.





10. Rekan-rekan Kabayan yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis khususnya Tiara Andriani, terimakasih atas dukungan selama ini.



11. Rekan-rekan seperjuangan di Jurusan Administrasi Niaga.

12. Pihak-pihak yang terlibat dalam penyusunan laporan ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis sangat berharap Allah SWT memberikan rahmat dan berkah-Nya kepada seluruh pihak yang telah membantu. Semoga laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat.



Bandung, Juli 2017



Penulis





## DAFTAR ISI

Judul	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
<i>CURRICULUM VITAE</i> .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PENULIS .....	v
ABSTRAKSI .....	vi
<i>ABSTRACTION</i> .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
UCAPAN TERIMA KASIH .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Rumusan Masalah .....	5
I.3 Tujuan Penelitian .....	5
I.4 Ruang Lingkup dan Batasan Masalah .....	6
I.5 Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
II.1 Loyalitas Pelanggan .....	8
II.1.1 Definisi loyalitas .....	8
II.1.2 Karakteristik Loyalitas .....	9
II.1.3 Keuntungan Loyalitas Pelanggan Bagi Perusahaan .....	10
II.1.4 Jenis-jenis Loyalitas Pelanggan .....	12
II.1.5 Tahapan Loyalitas Pelanggan .....	17
II.1.6 Meningkatkan loyalitas pelanggan .....	19
II.1.7 Siklus Pembelian Menuju Loyalitas .....	23
II.1.8 Dimensi Loyalitas Pelanggan .....	26
II.2 Penelitian terdahulu .....	29
II.3 Kerangka pemikiran .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>34</b>
III.1 Metode Penelitian .....	34
III.2 Desain Penelitian .....	34
III.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	35
III.3.1 Populasi .....	35
III.3.2 Sampel .....	35
III.4 Jenis Pengumpulan Data .....	37
III.5 Teknik Pengumpulan Data .....	37
III.6 Operasional Variabel .....	38



III.7 Metode Analisis Data .....	39
----------------------------------	----

III.7.1 Uji Validitas .....	39
-----------------------------	----

III.7.2 Uji Reliabilitas .....	41
--------------------------------	----

III.8 Skala Pengukuran Data .....	41
-----------------------------------	----

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
------------------------------------------	-----------

IV.1 Gambaran Objek Penelitian .....	44
--------------------------------------	----

IV.1.1 Profil Perusahaan .....	44
--------------------------------	----

IV.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	45
--------------------------------------	----

IV.1.3 Logo Perusahaan .....	45
------------------------------	----

IV.2 Hasil Penelitian .....	46
-----------------------------	----

IV.2.1 Profil Responden.....	46
------------------------------	----

IV.2.1.1 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
-----------------------------------------------------------	----

IV.2.1.2 Profil Responden berdasarkan Usia .....	47
--------------------------------------------------	----

IV.2.1.3 Profil Responden berdasarkan Pekerjaan .....	48
-------------------------------------------------------	----

IV.2.1.4 Profil Responden berdsasarkan Pendapatan/Bulan... ..	48
---------------------------------------------------------------	----

IV.2.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	49
---------------------------------------------------	----

IV.2.3 Analisis Dekskriptif Tingkat Loyalitas Pelanggan Rabbani di Kota Bandung .....	51
------------------------------------------------------------------------------------------	----

IV.2.3.1 Dimensi <i>Corporate Image</i> .....	53
-----------------------------------------------	----

IV.2.3.2 Dimensi <i>Service Quality</i> .....	53
-----------------------------------------------	----

IV.2.3.3 Dimensi <i>Customer Satisfaction</i> .....	54
-----------------------------------------------------	----

IV.2.3.4 Dimensi <i>Trust</i> .....	55
-------------------------------------	----

IV.2.3.5 Dimensi <i>Commitment</i> .....	55
------------------------------------------	----

IV.2.3.6 Dimensi <i>Switching cost</i> .....	56
----------------------------------------------	----

IV.2.3.7 Dimensi <i>Communication</i> .....	57
---------------------------------------------	----

IV.3 Pembahasan.....	58
----------------------	----

IV. 3.1 Pembahasan Tingkat Loyalitas Pelanggan Rabbani.....	58
-------------------------------------------------------------	----

IV. 3.2 Pembahasan Dimensi Loyalitas Pelanggan Rabbani .....	60
--------------------------------------------------------------	----

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>71</b>
----------------------------------------	-----------

V.1 Kesimpulan .....	71
----------------------	----

V.2 Saran.....	72
----------------	----

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>74</b>
-----------------------------	-----------

**LAMPIRAN**





## DAFTAR TABEL

Tabel I. 1	<i>Top brand award</i> kategori busana muslim .....	3
Tabel I. 2	Pesaing busana muslim di Bandung .....	4
Tabel II. 1	Penelitian terdahulu .....	29
Tabel III. 1	Operasional variabel .....	38
Tabel III. 2	Uji Validitas .....	40
Tabel III. 3	Uji Reliabilitas .....	41
Tabel III. 4	Skala penilaian positif .....	42
Tabel III. 5	Skala interval .....	43
Tabel IV. 1	Hasil uji validitas .....	50
Tabel IV. 2	Hasil uji reliabilitas .....	51
Tabel IV. 3	Hasil analisis deskriptif tingkat loyalitas pelanggan .....	52
Tabel IV. 4	Hasil analisis deskriptif dimensi <i>corporate image</i> .....	53
Tabel IV. 5	Hasil analisis deskriptif dimensi <i>service quality</i> .....	53
Tabel IV. 6	Hasil analisis deskriptif dimensi <i>customer satisfaction</i> .....	54
Tabel IV. 7	Hasil analisis deskriptif dimensi <i>trust</i> .....	55
Tabel IV. 8	Hasil analisis deskriptif dimensi <i>commitment</i> .....	56
Tabel IV. 9	Hasil analisis deskriptif dimensi <i>switching cost</i> .....	56
Tabel IV. 10	Hasil analisis deskriptif dimensi <i>communication</i> .....	57





## DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Piramida loyalitas .....	12
Gambar II. 2 Empat Jenis Loyalitas .....	15
Gambar II. 3 Kerangka pemikiran .....	33
Gambar III. 1 Desain penelitian .....	34
Gambar IV. 1 Logo perusahaan .....	45
Gambar IV. 2 Profil responden berdasarkan jenis kelamin .....	46
Gambar IV. 3 Profil responden berdasarkan usia .....	47
Gambar IV. 4 Profil responden berdasarkan pekerjaan .....	48
Gambar IV. 5 Profil responden berdasarkan pendapatan per bulan.....	49





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Permohonan Melakukan Penelitian Tugas Akhir

Lampiran 2: Form Pengajuan Penelitian

Lampiran 3: Kuesioner Penelitian

Lampiran 4: Tabulasi Data Penelitian

Lampiran 5: Hasil Olahan Data SPSS

Lampiran 6: Hasil Uji Turnitin

Lampiran 7: Bukti Menghadiri Sidang Tugas Akhir 2016

Lampiran 8: Daftar Hadir Bimbingan Tugas Akhir





## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

Bungin, B. (2013). *Metode Penelitian Sosial & Ekonomi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.

Darmawan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Daryanto, & Setyabudi, I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.

Durianto, D., Sugiarto, & Budiman, L. J. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Engel, J., G. B., & P, W. M. (1994). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.

Griffin, J. (2002). *Customer Loyalty: How to Earn It, how to Keep It*. McGraw-Hill: Kentucky.

Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Pelanggan*. (D. K. Yahya, Trans.) Jakarta: Erlangga.

Hill, N. (1996). *Hand Book of Customer Statisfaction Measurement*. England: Hampshire Gower Publishing Ltd.

Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. (B. Sabran, Trans.) Jakarta: PT Indeks.

Kountur, R. (2009). *Metode Peneltian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Manajemen PPM.

Mowen, C. J. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.

Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian & Manajemen*. Jakarta: PT Grasindo.

Oliver, R. (1996). *Satisfaction: A behavioral perspective on consumer*. New York: Prince Hill.

Prasaranphanich. (2007). *Perilaku Konsumen: Analisis Model Keputusan*. Yogyakarta: Penerbitan Universitas Atmajaya Yogyakarta.

Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen (Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian)*. Yogyakarta: ANDI.

Sarwono, J. (2011). *Marketing Intelligence*. Yogyakarta: Graha Ilmu.



Setiadi, J. N. (2003). *Perilaku Pemasaran dalam Konsep dan Implikasi untuk Strategi Penelitian dan Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.

Setiadi, J. N. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenada Media.

Solihin, I. (2004). *Kamus Pemasaran* (Edisi kesatu). Bandung: Pustaka.

Stanton, W. (1996). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi Ketujuh). Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R& D*. Bandung: Alfabeta.

Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

Yuliarmi, N. N. (2003). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar*. Denpasar: Universitas Udayana.

#### **Jurnal:**

Aydin, S., & Ozer, G. (2004). The Analysis of Antecedents of Customer Loyalty in The Turjish Mobile Telecommunication Market. *European Journal of Marketing, Vol.39*, 910-925.

Bagram, M. M. (2012). Attaining Customer Loyalty: The Role of Consumer Attitude and Consumer Behavior. *International Review of Management and Business Research, Vol. 1 Issue 1*.

Burnham, T. A. (2013). Consumer Switching Cost: A Typology, Antecedents, and Consequences. *Academi of Marketing Science*.

Gefen, D. (2002). Customer Loyalty in E-Commerce. *Journal of the Association for Information Systems, Volume 3*, 27-61.

Hart, A. E., & Rosenberger III, P. J. (2004). The Effect of Corporate Image in the Formation of Custome Loyalty: An Australian Replication. *Australian Marketing Journal*.

Kaur, H., & Soch, H. (2012). Validating Antecedents of Customer Loyalty for Indian Cell Phone Users. *Volume 37*.

Lai, F., Griffin, J., & Babin, B. J. (2009). How quality, value image, dan satisfaction create loyalty at a Chinese Telecom. *Journal of Business Research, 62* (2009), 980-986.

Limakrisna, N. (2008). Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Kerelasiaan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Vol: 13*.

Moorman, C. (1993). Factors Affecting Trust in Market Research Relationship. *Journal of Marketing, Vol.57*, 81-101.

Morgan, R., & Hunt, S. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing, Vol. 58*, 20-38.

Ndubisi, N. O. (2007). Relationship Marketing and Customer Loyalty. *Marketing Intelligence & Planning, Vol. 25 No.1*.

Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing, Vol. 63 (special issue 1999)*, 33-44.

Rai, A. K., & Medba, S. (2013). The Antecedents of Customer Loyalty: An Empirical Investigation in Life Insurance Context. *Journal of Competitiveness, Vol. 5, Issue 2*, 139-163.

Srinivasan N, R. (1991). An Empirical Test of a Model of External Search for Automobiles. *Journal of Consumer Research, Vol. 18*, 233-242.

Statish, M., K, S. K., & Jevanatham, K. (2011). A Study on Consumer Switching Behavior in Cellular Service Provider: A Study with Reference to Chennai. *Far East Journal of Psychology and Business, Vol.2 No.2*.

Suratno, Fathoni, A., & Haryono, A. T. (2016). Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel Intervening pada PT Pelabuhan Indonesia III Semarang. *Journal of Management, Volume 2 No.2*.

#### **Sumber lain:**

Depkes RI. (2009). *Sistem Kesehatan Nasional*. Jakarta.

<http://www.marketing.co.id/pasar-muslim-indonesia-yang-menggiurkan/>. Pasar Muslim Indonesia yang Menggiurkan. [10 Mei 2017]

[www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com). Kategori Busana Muslim. [10 Mei 2017]

[http://www.kompasiana.com/rizkinurismarinihadi/hijab-trend-dan-aturan\\_555476657397733a14905529](http://www.kompasiana.com/rizkinurismarinihadi/hijab-trend-dan-aturan_555476657397733a14905529). Hijab Trend dan Aturan. [10 Mei 2017]



<http://www.kemenperin.go.id/artikel/4051/Mimpi-Indonesia:-Kiblat-Fashion-Muslim-Dunia>. Mimpi Indonesia: Kiblat Fashion Muslim Dunia. [10 Mei 2017]



<http://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/2016/11/10/rabbani-keluhkan-maraknya-pembajakan-merek-meraka-384462>. Rabbani Keluhkan Maraknya Pembajakan Merek Mereka. [10 Mei 2017]

<http://bps.go.id>. Jumlah Penduduk Muslim Indonesia 2015. [10 Mei 2017]

