

ISBN : 978-623-92199-0-1



PROSIDING

SoBAT

**Seminar Sosial Politik, Bisnis, Akuntansi dan Teknik
Ke-1**

**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT
UNIVERSITAS SANGGA BUANA**

2019

PROSIDING
SEMINAR SOBAT ke-1
(Sosial Politik, Bisnis, Akuntansi dan Teknik)
“Kontribusi Civitas Academica dalam Pengembangan Technopreneurship untuk USB
YPKP Berintegritas”

Pelindung : Dr. H. Asep Effendi, SE., M.Si., PIA, CFrA, CRBC
Tim Pengarah : 1. Dr. Ir. R. Didin Kusdian, MT.
2. Memi Sulaksmi, SE., M.Si.
3. Dr. H. Deni Nurdyana Hadimin, Drs., M.Si., CFrA
Penanggung jawab : Dr. Didin Saepudin, SE., M.Si.

Panitia Pelaksana

Ketua : Dr. Erna Garnia, SE., MM.
Tim Pelaksana : 1. Dr. Nenny Hendajany, S.Si., SE., MT.
2. Adi Permana Sidik, S.I.Kom., M.I.Kom.
3. Kusmadi, ST., MT.
Publikasi : 1. Deden Rizal R., SE., ME.
2. Asep Joni, ST.
Tim Pendukung : 1. Ae Suaesih, SE., M.Si.
2. Siti Sa'adah, S.Ab.
3. Noviani Dewi

Reviewer

Dr. Didin Saepudin, SE., M.Si.
Dr. Nenny Hendajany, S.Si., SE., MT.
Deden Rizal R., SE., ME.
Adi Permana Sidik, S.I.Kom., M.I.Kom.
Kusmadi, ST., MT.

Editor

Deden Rizal R., SE., ME.

Penerbit

LPPM USB YPKP

Gedung A Lantai 2,
Universitas Sangga Buana YPKP
Jl. P.H.H. Mustofa No. 68, Bandung
Tlp. (022) 7275489, 7202841
Email : lppm@usbypkp.ac.id

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO STATION MODE BANDUNG

Indra Nugraha¹, Inayati Nasrudin, BSBA, MT²

^{1,2}Jurusan Teknik Industri Fakultas Universitas Sangga Buana YPKP
Email : inugraha198@gmail.com

ABSTRACT

Quality of service to consumers becomes the main focus in this presentation, by processing data on service quality is expected to meet customer satisfaction. This study aims to determine whether the dimensions of service quality, namely physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and caring affect customer satisfaction. The population in this study were guests who visited the Station Mode store. Samples taken as many as 100 respondents using the Non-Probability Sampling technique with the Accidental sampling approach, which is a sampling technique based on chance, which means whoever happens to meet with the author can be sampled if deemed suitable. Based on the analysis of statistical data, the indicators in this study are valid and the variables are reliable and normally distributed. The management of the Station Mode store needs to maintain the elements that are considered good by consumers, and need to improve things that are still lacking.

ABSTRAK

Kualitas pelayanan terhadap konsumen menjadi fokus utama dalam pemaparan ini, dengan melakukan pengolahan data terhadap kualitas pelayanan diharapkan agar dapat memenuhi kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dimensi dalam kualitas pelayanan yaitu bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan kepedulian (*emphaty*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah para tamu yang berkunjung ke toko Station Mode. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* dengan pendekatan *Accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yang artinya siapa yang kebetulan bertemu dengan penulis dapat dijadikan sampel jika dipandang cocok. Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel dan berdistribusi normal. Manajemen dari pihak toko Station Mode perlu mempertahankan elemen-elemen yang sudah dinilai baik oleh konsumen, serta perlu memperbaiki hal-hal yang masih kurang.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan Terhadap Konsumen, Kuesioner.

PENDAHULUAN

Kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor penting dalam memenangkan persaingan, sehingga setiap perusahaan berusaha untuk mengoptimalkan segala faktor yang dapat meningkatkan nilai kepuasan konsumen tersebut. Seiring dengan perkembangan bisnis toko retail, banyak perusahaan yang bergerak di bidang ini yang awalnya dikelola secara tradisional berubah haluan menjadi Toko retail modern sehingga

menjadi bisnis yang inovatif, dinamis, dan kompetitif. Toko STATION MODE yang terletak di JL. AH Nasution no.172, Ujungberung Bandung. Dalam bisnis ini Toko STATION MODE merupakan pendatang baru, tepat pada bulan Mei 2019 kemarin baru beroperasi selama satu tahun. Melihat penurunan jumlah konsumen, yang datang untuk berbelanja pada bulan Nopember 2018 sampai dengan pada bulan April 2019, sehingga menimbulkan masalah pada jumlah

pendapatan yang dapat dibidang cukup signifikan. Naik turunnya jumlah pengunjung atau konsumen yang datang ke Toko STATION MODE menjadi perhatian khusus pihak manajemen. Kualitas pelayanan terhadap konsumen menjadi fokus utama dalam pemaparan ini, dengan melakukan pengolahan data terhadap kualitas pelayanan diharapkan agar dapat memenuhi kepuasan konsumen dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan yang akan berakibat pada kenaikan jumlah pendapatan Toko tersebut. Diharapkan melalui peningkatan kualitas pelayanan di Toko STATION MODE sebagai upaya untuk bisa memberikan yang terbaik terhadap kualitas pelayanan untuk tahun yang akan datang. Hal ini dilakukan untuk menarik banyak perhatian konsumen agar merasa nyaman dan puas saat berbelanja di toko tersebut, serta untuk memenangkan kompetisi dari ketatnya persaingan bisnis atau usaha dalam bidang *retail fashion*.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan suatu kegiatan yang harus dikoordinasikan dan dikelola dengan baik, karena pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam memperthankan keberlangsungan hidup perusahaan dan untuk mendapatkan keuntungan. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa pemasaran hanyalah menjual dan mengiklankan,

sesungguhnya iklan dan penjualan hanyalah puncak dari pemasaran. Saat ini pemasaran harus dipahami tidak lagi sebagai pandangan kuno yang hanya untuk berjualan, tetapi dalam pemahaman modern yaitu untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Definisi pemasaran menurut sumber yaitu pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain.⁽⁶⁾

Jasa

Jasa sebagai semua kegiatan atau manfaat yang dapat ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud atau *intangible* dan tidak menghasilkan kepemilikan. Produksi jasa biasa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak⁽⁸⁾. Setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak lain yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud fisik (*intangible*) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak⁽¹⁶⁾.

Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan suatu kunci sukses perusahaan, dewasa ini, konsumen tidak mudah percaya dengan berbagai iklan yang dipasang dimedia, tetapi lebih percaya lepad testimoni seseorang terhadap kualitas suatu barang.⁽¹⁷⁾ Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis

yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, alam dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.” Dari definisi kualitas tersebut terdiri dari elemen-elemen, yaitu:⁽¹⁶⁾

3. Kualitas meliputi usaha memenuhi kebutuhan.
4. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia dan lingkungan.
5. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

Kualitas pelayanan dikatakan baik apabila penyedia jasa memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen. Demikian juga sebaliknya kualitas pelayanan dikatakan jelek, apabila konsumen memperoleh pelayanan yang lebih rendah dari harapan mereka.

Kepuasan Konsumen

Persaingan yang sangat ketat, dengan semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen menyebabkan setiap perusahaan harus mampu menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmen terhadap kepuasan konsumen. Karena kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan konsumen melalui penyampaian produk berkualitas dengan harga bersaing. Kepuasan konsumen dapat ditunjukkan melalui sikap konsumen

pada pembelian. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.⁽³⁾ Oleh karena itu, suatu perusahaan harus selalu memperhatikan kualitas produk maupun pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Kepuasan konsumen merupakan respons konsumen terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian.⁽²⁾

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.⁽¹³⁾ Dalam penelitian ilmiah, ada beberapa teknik pengumpulan data beserta perangkat pengumpulan datanya masing-masing. Paparannya disajikan berikut ini :

1. Teknik pengumpulan data wawancara
Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan langsung kepada subjek penelitian. Dulu wawancara biasanya dilakukan dengan bertatap muka langsung dengan subjek, tetapi seiring perkembangan teknologi, wawancara tidak hanya dilakukan dengan

tatap muka saja, tetapi juga bisa dilakukan melalui media komunikasi, seperti telepon, email, *skype*, dan masih banyak lagi. Sebelum melakukan wawancara biasanya seorang peneliti akan membuat draf pertanyaan terlebih dahulu. Draft pertanyaan yang dibuat juga tidak bisa sembarangan, harus sesuai dengan topik penelitian yang dituju. Salam penelitian draf pertanyaan tersebut juga harus divalidasi ahli. Layak atau tidaknya pertanyaan yang akan diajukan tergantung dari pendapat ahli tersebut. Biasanya ahli akan memberikan masukan-masukkan pertanyaan-pertanyaan agar didapatkan hasil maksimal. Wawancara dikategorikan menjadi dua, yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur.

2. Teknik pengumpulan data observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati secara langsung keadaan atau situasi dari subjek penelitian. Data hasil observasi bukan hanya dilihat dari sikap subjek penelitian saja, tetapi ada banyak faktor yang harus diperhatikan. Bisa dikatakan observasi ini merupakan teknik penelitian yang sangat kompleks, karena tidak hanya terpaku pada satu fenomena saja. Teknik observasi lebih cocok apabila digunakan untuk penelitian terkait gejala-gejala alam, perilaku manusia, dan lainnya. Teknik ini juga sangat cocok untuk mencari data-data

yang subjek penelitiannya tidak terlalu besar, jadi subjek penelitiannya spesifik. Teknik observasi dalam pengumpulan data sendiri dikategorikan menjadi 2 bagian, yaitu *participan observation* dan *non participan observation*.

3. Angket (kuisisioner)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan tertulis kepada subjek penelitian terkait topik yang diteliti. Teknik ini akan sangat efektif apabila peneliti mengetahui benar variabel yang ingin diukur dan keinginan yang diharapkan oleh responden atau subjek penelitian. Jika observasi lebih efektif apabila digunakan jika subjek penelitiannya tidak terlalu besar, maka tidak demikian dengan teknik pengumpulan data angket atau kuesioner. Kuesioner bisa digunakan untuk mengumpulkan data dari responden atau subjek penelitian yang jumlahnya sangat banyak sekalipun. Bahkan juga bisa digunakan untuk mengumpulkan data dari responden yang tersebar di banyak wilayah. Apabila dilihat dari bentuk pertanyaannya, kuesioner dibedakan menjadi dua, yaitu kuesioner tertutup dan kuesioner terbuka. Kuesioner tertutup yaitu pertanyaan tertulis yang sudah disertai dengan pilihan jawaban untuk respondennya. Jadi ketika menjawab

pertanyaan yang ada di kuesioner tersebut, responden harus memilih jawaban yang sudah disediakan.

4. Teknik pengumpulan data studi pustaka
Pengumpulan data selanjutnya yaitu dengan melakukan studi pustaka. Studi beberapa pustaka ini dilakukan untuk melakukan analisis terhadap topik permasalahan yang ingin diteliti. Pengumpulan data seperti ini sangat cocok untuk jenis penelitian studi pustaka. Jadi data dalam penelitian studi pustaka tersebut diambil dari dokumen, arsip, atau buku-buku. Tetapi bukan berarti jenis penelitian yang bukan studi pustaka tidak memerlukan pustaka. Tetap perlu, tetapi kadarnya tidak sedetail penelitian studi pustaka. Tanpa studi pustaka, Anda tidak mungkin bisa menganalisis sebuah data dengan benar. Semua pasti perlu patokan, jadi analisis dokumen-dokumen tersebut digunakan untuk membaca data dan fenomena yang akan diteliti. Studi pustaka sendiri terbagi menjadi dua kategori, yaitu dokumen primer dan dokumen sekunder.

Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Uji validitas item digunakan untuk mengetahui

seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item dikatakan valid jika adanya korelasi dengan skor totalnya.⁽⁹⁾

Data penelitian didalam proses pengumpulannya seringkali membutuhkan biaya, waktu dan tenaga yang besar, akan tetapi data itu menjadi tidak berguna lagi bila alat pengukur yang digunakan tidak memiliki validitas dan reabilitas yang tinggi.

Hubungan Variabel Pelayanan dan Kepuasan

Kualitas pelayanan merupakan tolak ukur dalam menentukan kepuasan konsumen atau tidaknya seseorang dalam penggunaan suatu jasa. Karena melalui kualitas pelayanan akan dapat menilai kinerja dan merasakan puas atau tidaknya konsumen dengan layananyang diberikan oleh penyedia jasa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk menguji keberartian model regresi untuk masing-masing variabel secara parsial dapat diperoleh dengan menggunakan uji t. Berikut akan dijelaskan pengujian masing-masing variabel secara parsial dibawah ini. :

Tabel 1 hasil pengujian t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17,637	6,890		2,560	,012
	buktifisik	,254	,121	,215	2,108	,038
	pelayanan	,059	,109	,060	,542	,589
	dayatanggapi	,101	,104	,103	,971	,334
	jaminan	,083	,122	,069	,678	,500
	kepedulian	-,033	,107	-,034	-,311	,756

a. Dependent Variable: kepuasan

1. Variabel Bukti Fisik (*tangible*)
Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel bukti fisik (*tangible*) membuktikan bahwa nilai $t = 2,108$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,038 < 0,05$. Dengan nilai signifikansi di bawah $0,05$ tersebut menunjukkan bahwa bukti fisik (*tangible*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan. Hal ini berarti Hipotesis 1 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa bukti fisik memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Variabel Pelayanan (*reliability*)
Hasil pengujian yang diperoleh untuk nilai t terhadap variabel pelayanan (*reliability*) menunjukkan bahwa nilai $t = 0,542$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,589 > 0,05$. Dengan nilai signifikansi di atas $0,05$ tersebut menunjukkan bahwa pelayanan (*reliability*) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti Hipotesis 2 ditolak. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa pelayanan memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Variabel Dayatanggapi (*responsiveness*)
Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel daya tanggap (*responsiveness*) menunjukkan nilai $t = 0,971$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,334 > 0,05$. Dengan nilai signifikansi di atas $0,05$ tersebut menunjukkan bahwa daya tanggap (*responsiveness*) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti Hipotesis 3 ditolak. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa daya tanggap memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4. Variabel Jaminan (*assurance*)
Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel jaminan (*assurance*) menunjukkan nilai $t = 0,678$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,500 > 0,05$. Dengan nilai signifikansi di atas $0,05$ tersebut menunjukkan bahwa jaminan (*assurance*)

tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti Hipotesis 4 ditolak. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa jaminan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

5. Variabel kepedulian (*empathy*)

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel kepedulian (*empathy*) menunjukkan nilai t = -0,311 dengan nilai signifikansi sebesar $0,756 < 0,05$. Dengan

nilai signifikansi di atas 0,05 tersebut menunjukkan bahwa kepedulian (*empathy*) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti Hipotesis 5 ditolak. Arah koefisien regresi negatif berarti bahwa empati tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil perhitungan regresi secara bersama-sama di peroleh pada Tabel 4.18 berikut ini :

Tabel 2 hasil Uji regresi secara bersama-sama (uji F).

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	81,937	5	16,387	1,637	,158 ^b
	Residual	941,223	94	10,013		
	Total	1023,160	99			

a. Dependent Variable: kepuasan
 b. Predictors: (Constant), kepedulian, buktifisik, jaminan, dayatanggap,

Pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dilakukan dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa nilai F hitung = 1,637 dengan signifikansi sebesar $0,158 > 0,05$. Dengan nilai signifikansi di atas 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama bukti fisik, pelayanan, daya tanggap, jaminan

dan kepedulian mempunyai pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *adjusted R square*.

Tabel 3 hasil uji Kofisien Determinasi.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.736 ^a	.541	.517	1.18147

a. Predictors: (Constant), kepedulian, buktifisik, jaminan, dayatanggap, pelayanan

Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 0,517. Hal ini dapat dikatakan berarti 51,7% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh bukti fisik, pelayanan, daya tanggap, jaminan dan kepedulian, sedangkan sisanya yaitu sebesar 48,3% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak masuk dalam penelitian ini. Pembahasan ini berisikan tentang analisis-analisis yang telah dilakukan oleh penulis, berdasarkan pada pengumpulan dan pengolahan data yang telah dibahas pada bab sebelumnya yang telah dibahas, analisis-analisis yang akan dipaparkan dalam pembahasan ini didasari pada masing-masing metode yang digunakan dalam pengolahan data terdiri dari, analisis indeks tanggapan responden mengenai bukti fisik (*tangible*) pelayanan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan kepedulian (*emphaty*), terhadap kepuasan konsumen, uji validitas dan reliabilitas, uji normalisasi, dan uji regresi linear berganda menggunakan aplikasi SPSS. Secara umum pembahasan ini menunjukkan hasil yang memuaskan. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan di Toko STATION MODE secara umum sudah sangat baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kepuasan yang tinggi dari responden terhadap kondisi dari masing-masing variabel penelitian. Dari hasil tersebut selanjutnya

diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan dalam kelima dimensinya memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan bahwa dengan pemberian pelayanan yang berkualitas, maka hal tersebut akan menciptakan kepuasan dalam diri konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil semua pengujian analisis yang telah penulis lakukan, dapat dikatakan bahwa Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil yang memuaskan. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas dari pelayanan yang diberikan oleh karyawan di Toko STATION MODE secara umum dapat dikatakan memuaskan. Sedangkan untuk pengaruh kualitas-kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen juga menunjukkan hal positif, dimana pada hasil uji F, pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dilakukan dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa nilai F hitung = 1,637 dengan signifikansi sebesar $0,158 > 0,05$. Dengan nilai signifikansi di atas 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama bukti fisik, pelayanan, daya tanggap, jaminan dan kepedulian mempunyai pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Freddy Rangkuti. 2002. "Measuring Customer Satisfaction" (cetakan ketiga). Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. 2002. "Manajemen Pemasaran (Edisi Milenium). Jakarta: PT Prenhalindo.
- Kotler dan Keller. 2009 "Manajemen Pemasaran. Jilid I Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller 2012 Manajemen Pemasaran 13. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Priyatno, Duwi. 2018 "SPSS Panduan Olah Data Bagi Mahasiswa dan Umum". Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandi. 1997 "Manajemen Jasa" Yogyakarta: Penerbit: Andi.
- Wahyuni, Catur Hana, 2015 "Pengendalian Kualitas" Yogyakarta: Graha Ilmu.