JURNAL

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN POS EXPRESS DI PT. POS INDONESIA (PERSERO) KANTOR POS CUKIR

Oleh :
ADI KURNIAWAN
NIM : 082003

SEKOLAH TINGGI KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA

JOMBANG

2012

JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI

STKIP PGRI JOMBANG

(Economica)

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN POS EXPRESS DI PT. POS INDONESIA (PERSERO) KANTOR POS CUKIR

Pembimbing

Dr. Munawaroh, M. Kes

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN POS EXPRESS DI PT. POS INDONESIA (PERSERO) KANTOR POS CUKIR

Oleh
Adi Kurniawan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengetahui pengaruh secara simultan variabel-variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Pos Express di PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cukir; 2) mengetahui pengaruh secara parsial variabel-variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Pos Express di PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cukir; 3) Untuk mengetahui variabel kualitas pelayanan yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan Pos Express di PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cukir.

Rancangan penelitian menggunakan pendekatan statistik kuantitatif dengan Analisis Regresi berganda yang tujuannya untuk mengetahui pengaruh variabel bebas kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti langsung (tangibles), keandalan (reliability), daya tanggap (responsivness), jaminan (assurance), perhatian (empathy) terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Cukir (Y). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi target adalah para pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Cukir, dengan karakteristik dari populasi yang penulis teliti adalah meliputi; tingkat pendidikan, usia, dan jenis kelamin. Sampel dalam penelitian diambil dari jumlah pertanyaan yaitu 500 x 20% = 100, yang diambil dengan teknik *acidental sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan varaibel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Pos Expres PPT. Pos (Indonesia) Kantor Pos Cukir,karena diperoleh Nilai Fhitung pada tabel 4.12 sebesar 49,450, dengan signifikasi 0,000, sedangkan Ftabel pada tingkat kepercayaan (confidence interval) 95% atau α= 0,05 adalah 2,31. Secara parsial ada pengaruh variabel-variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dengan hasil uji-t yang menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel.}$ Hasil uji membuktikan bahwa varaibel perhatian (X_5) memiliki t_{hitung} terbesar, dengan demikian variabel perhatian berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

Effect of Service Quality toward Customer Satisfaction in PT Pos Express. Pos Indonesia (Persero) Cukir Post Office

Oleh
Adi Kurniawan

ABSTRACT

.

This study aimed to 1) determine the effect of simultaneous variables of service quality on customer satisfaction in the PT Pos Express. Pos Indonesia (Persero) Cukir Post Office, 2) determine the effect of the partial variables of service quality on customer satisfaction in the PT Pos Express. Pos Indonesia (Persero) Cukir Post Office, 3) To determine the variables that affect the dominant service quality on customer satisfaction in the PT Pos Express. Pos Indonesia (Persero) Cukir Post Office.

The study design using quantitative statistical approach with the goal of multiple regression analysis to determine the effect of independent variables of service quality that consists of direct evidence (tangibles), reliability (reliability), responsiveness (responsiveness), insurance (assurance), attention (empathy) to variable tied to customer satisfaction PT. Pos Indonesia branch Cukir (Y). In this study, the target population is the customer PT. Pos Indonesia (Persero) Cukir Branch, with the characteristics of the population who are conscientious writers include: level of education, age, and gender. The sample taken from the number of questions is 500 x 20% = 100, taken with acidental sampling technique.

The results showed that simultaneous variable service quality affects customer satisfaction Pos Expres PPT. Post (Indonesia) Cukir Post Office, as obtained in the table 4:12 Fhitung value of 49.450, with a significance of 0.000, while the F table at the = 0.05 is 2.31.αlevel of confidence (confidence interval) 95% or Partially, there is the influence of these variables affect service quality on customer satisfaction, this is evidenced by the t-test results indicating tcount> TTable. The test results prove that varaibel attention (X5) has the largest t ¬ count, thus variable attention dominant influence customer satisfaction.

Keywords: quality of care, satisfaction customer

PENDAHULUAN

Pelayanan menyiratkan hubungan dua pihak yang terlibat secara langsung dalam kegiatan perusahaan. Pihak pertama adalah pihak yang memberikan pelayanan dalam hal ini perusahaan. Sedangkan pihak yang kedua adalah orang yang meminta atau mendapatkan pelayanan. Yang terakhir ini lazim disebut pelanggan.

Sebagai pemberi pelayanaan perusahaan tentu saja harus dapat memberikan suatu pelayanan yang baik dan menyenangkan bagi pelanggan. Tujuannya agar pelanggan puas. Oleh karenanya pelayanan harus berkualitas. Salah satu unsur pelayanan berkualitas adalah kecepatan dan ketepatan. Kecepatan di sini terrkait dengan *timing* (waktu) yakni lamanya proses pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Sedangkan ketepatan mengarah pada hasil dari proses pelayanan. Yakni apakah pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan keinginan dan permintaan pelanggan.

Perusahaan-perusahaan jasa pengiriman barang swasta nasional yang ada di Indonesia meliputi: TIKI dan perusahaan jasa pengiriman barang swasta multinasional, antara lain, adalah DHL, Fedex (*Federal Expresss*), TNT. Semua perusahaan ini dalam pelayanannya telah memberikan pelayanan yang tergolong prima, seperti pelayanan express (cepat) dan pelayanan jejak-lacak kiriman (*track and trace)* dengan keunggulan masing-masing, misalnya TIKI menawarkan layanan *same-day-service*, DHL menyediakan layanan DHL FIRST secara *door to door service* dengan jaminan ketepatan waktu penerimaan di negara tujuan pada hari yang sama dengan hari pengiriman *(same-day-delivery)*, dan Fedex Express *same day* merupakan layanan dari Fedex untuk penerimaan kiriman pada hari yang sama dengan hari pengirimannya.

Menurut Boyd Jr (1995) mengatakan bahwa kunci dari keunggulan bersaing yang terus menerus terletak pada penyampaian kualitas layanan yang tinggi, yang pada gilirannya akan berakibat pada kepuasan pelanggan.Semakin banyaknya perusahaan jasa pengiriman barang swasta

ini, bagi PT Pos Indonesia (Persero) yang bagi masyarakat Indonesia secara tradisi melayani jasa pengiriman dokumen dan barang merupakan kompetitor yang perlu dicermati dan diwaspadai keberadaannya. Jika PT Pos Indonesia (Persero) dalam memberikan pelayanan kurang memuaskan atau kurang memenuhi kebutuhan bagi konsumen/pelanggannya, maka pelanggan dapat mengalami kekecewaan dan kekecewaan ini dapat berakibat pelanggan PT Pos Indonesia (Persero) berpindah menggunakan jasa jasa pengiriman barang swasta. Di dalam persaingan saat ini, perusahaan-perusahaan berupaya memberikan kepuasan pelanggan, karena berdampak mempertahankan pelanggan dalam jangka panjang dan memerlukan biaya yang lebih murah daripada mencari dan menarik pelanggan baru. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa koefisien korelasi antara dimensi kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan mempunyai hubungan yang positif.

Tujuan dilaksanakan penelitian ini adalah 1). untuk menjelaskan pengaruh secara simultan variabel-variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Pos Express di PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cukir; 2). untuk menjelaskan pengaruh secara parsial variabel-variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Pos Express di PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cukir; 3). untuk menjelaskan variabel kualitas pelayanan yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan Pos Express di PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cukir.

METODE PENELITIAN

. Rancangan penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan statistik kuantitatif dengan Analisis Regresi berganda yang tujuannya untuk mengetahui pengaruh variabel bebas kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsivness*), jaminan (*assurance*), perhatian (*empathy*) terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Cukir (Y). Dalam penelitian ilmiah masalah obyek penelitian adalah merupakan

faktor utama yang hares dinyatakan sebelum penelitian ini dilakukan. Populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian. Apabila ada seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitiannya (Arikunto,2006:130).

Menurut (Sugiyono 2008:81) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Mengingat banyaknya populasi yang akan di teliti, maka system penelitian ini menggunakan teknik sampling, yaitu mengambil sebagian populasi subjek penelitian. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *Acidental Sampling*, yaitu setiap unsur dalam populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel.Agar dalam pengumpulan data nantinya dapat diperoleh data yang akurat, maka peneliti menggunakan beberapa metode yang dianggap cocok dan dapat memenuhi sasaran penelitian, maka metode yang penulis gunakan diantaranya adalah:

1. angket atau kuesioner (*questionnaires*)
2. teknik dokumentasi

Model analisa yang digunakan untuk menganalisis pengaruh mutu pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah regresi linier berganda. Tujuan utama diadakannya analisis regresi berganda adalah untuk melihat pengaruh dari variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan nasabah (Y).

1. Pembuktian hipotesis.Uji t
2. Uji F (uji signifikan serentak
3. Koefisien Korelasi dan Determinasi
4. Uji Asumsi Klasik : asumsi Normalitas; *Multikolinieritas; heteroskedastisitas;* Pengujian Autokorelasi

HASIL PENELITIAN

a. Uji Serempak

Setelah dibandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel}, maka F_{hitung} (49,450) lebih besar dari F_{tabel} (2,31). Keputusannya adalah H_0 ditolak dan Ha diterima, artinya secara serempak variabel bukti langsung (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), perhatian (X_5) berpengaruh sangat nyata (*highsignificant*) terhadap kepuasan pelanggandi PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cukir Jombang. Pada Tabel 4.12 dapat dilihat nilai signifikansi (0,000) lebih besar dari α = 5 %, hal ini berarti variabel kualitas produk dan harga memiliki pengaruh yang *high significant*.

Makna *high significant* menunjukan bahwa bukti langsung (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), perhatian (X_5) menunjukan berpengaruh sangat nyata terhadap kepuasan pelangganPT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cukir Jombang. Dengan kata lain tanpa adanya perhatian terhadap kualitas pelayanan yang baik akan mengakibatkan rendahnya kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cukir Jombang, atau semakin kualitas pelayanan maka akan semakin meningkat kepuasan pembelian PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cukir Jombang.

b. Uji Parsial

Hasil uji, secara parsial menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif bukti langsung (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), perhatian (X_5 terhadap kepuasan pelangganPT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cukir Jombang, artinya jaminan terhadap keperluan pelanggan akan mempengaruhi kepuasan pelangganPT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cukir Jombang.

c. Koefisien Korelasi dan Determinasi

Nilai R = 0,851 mempunyai makna bahwa korelasi antar variabel bebas dengan variabel terikat adalah tinggi. Sedangkan koefisien determinasi (R^2) = 0,725. Besarnya koefisien determinasi atau R^2 sebesar

0,725, artinya bahwa variabel kepuasan pelanggan variansinya ditentukan variabel bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan perhatian sebesar 72,5%, sedangkan sisanya sebesar 27,5% merupakan kontribusi variabel independen lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini

d. Pengujian Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dalam suatu penelitian dapat dilakukan dengan cara Analisis Grafik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi, dimana data yang normal ditandai dengan sebaran titik-titik data diseputar garis diagonal. Pengujian normalitas data dapat pula dilakukan melalui pembuktian uji kolmogrov smirnov, dalam pengujian ini apabila diperoleh *sig*. lebih besar dari 0,05, maka data dapat dinyatakan berdistribusi normal. Hasil pengujian normalitas disimpulkan bahwa data variabel penelitian yang digunakan menunjukkan indikasi normal.Analisis dari grafik diatas terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Santoso (2001) menyatakan "Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, dan sebaliknya apabila data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi-asumsi normalitas". Maka model regresi penelitian ini layak dipakai untuk memprediksi kepuasan pelanggan berdasarkan masukan variabel independen.

Uji Multikolinearitas

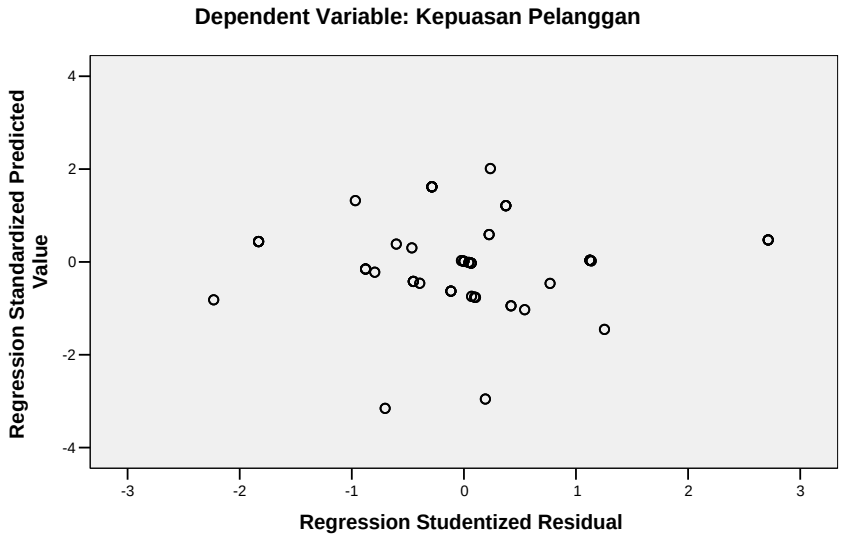
Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Untuk uji multikolinearitas pada penelitian ini adalah melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Hasil pengujian multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel independen memiliki nilai *Tolerance* yang lebih dari 0,10 berarti tidak ada korelasi antara variabel independen. Hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) juga menunjukan hal yang sama tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10.

Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi pada penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian heteroskedastisitas data dalam penelitian ini juga dapat dilakukan dengancara mengamati pola yang terdapat pada Scatterplot dari analisis regresi.

Scater Plot



Sumber: Hasil Penelitian, 2012 (Data diolah)

Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.2 uji heteroskedastisitas terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatasmaupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadiheteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk prediksi keputusan pembelian berdasarkan masukan dari variabel bebasnya.

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu. Untuk menguji Autokorelasi dapat dilihat dari nilai Durbin Waston (DW), Hasil SPSS menunjukkan nilai Durbin Watson sebesar 1.962 dan nilai tersebut berada di antara dU dan (4 – dU) atau 2.397 lebih besar dari 1,352 dan 2.397 lebih kecil dari 2.551 maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi linier tersebut tidak terdapat Autokorelasi atau tidak terjadi korelasi di antara kesalahan penggangu.

PEMBAHASAN

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi / kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu dan harapan-harapannya. Seperti yang dijelaskan dalam definisi di atas, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi / kesan atas kinerja dan harapan. Jika kerja di bawah harapan ,pelanggan tidak akan puas . jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Penelitian ini mengamati lima variabel bebas (*indenpendent variabel*) yaitu variabel bukti langsung (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), perhatian (X_5) dan juga mengamati variabel terikat (*dependent variable*) yaitu variabel kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian mempunyai pengaruh *high significant* menunjukan bahwa bukti langsung (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), perhatian (X_5) menunjukan berpengaruh sangat nyata terhadap kepuasan pelangganPT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cukir Jombang. Dengan kata lain tanpa adanya perhatian terhadap kualitas pelayanan yang baik akan mengakibatkan rendahnya kepuasan

pelangganPT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cukir Jombang, atau semakin kualitas pelayanan maka akan semakin meningkat kepuasan pembelian PT. Po Hasil penelitian dengan judul "pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cukir dapat disimpulkan bahwa:

secara simuiltan /serempak ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel bukti langsung (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), perhatian (X_5) terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cukir. Berdasarkan kelima dimensi tersebut secara bersamaan atau serentak mempunyai pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan.

secara parsial ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel bukti langsung (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), perhatian (X_5)terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cukir. Berdasarkan uraian diatas dapat ditarik kesimpulan:

a. bukti langsung (X_1) ada pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).
b. keandalan (X_2) ada pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).
c. daya tanggap (X_3) ada pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).
d. jaminan (X_4) ada pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).
e. perhatian (X_5) ada pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

SIMPULAN

Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil yang cukup memuaskan.Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikanoleh PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cukir secara umum sudah 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 dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan bahwa dengan pemberian pelayanan yang berkualitas, maka hal tersebut akan menciptakan kepuasan dalam diri pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel perhatian memiliki pengaruh dominan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini memberikanbukti empiris bahwa perhatian dari penyedia jasa yang ditunjukkan dengan sikap bersahabat, perhatian individual, media komunikasi, waktu operasi yang memadai serta sumber daya manusia sebagai pemberi pelayanan akanmenentukan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel jaminan memilikipengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil inimemberikan bukti empiris bahwa jaminan dari penyedia jasa pelayanan yangditunjukkan dengan memberikan rasa aman, petugas yang dapat dipercaya, kesopanan dan dukungan yang memadai dari perusahaan, kemampuanpegawai dalam melayani pelanggan akandipertimbangkan dalam membentuk kepuasan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kehandalan memilikipengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil inimemberikan bukti empiris bahwa kehandalan dari penyedia jasa pelayanan yangditunjukkan dengan kehandalan dalam bentuk kecepatan pelayanan, kemampuan pegawai, dan kehandalan

pegawai dalam melayani pelanggan akandipertimbangkan dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bukti langsung memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa bukti fisik dari penyedia jasa yang ditunjukkan dengan fasilitas loket pembayaran yang nyaman dan bersih, interior dan sumber daya manusia sebagai pemberi pelayanan, perlengkapan dan peralatan yang memadai, sarana komunikasi yang memadai akan menentukan kepuasan pelanggan, adanya layanan dengan waktu yang cukup untuk pelanggan yang membutuhkan bantuan, kemampuan komunikasi yang baik, kemampuan dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan pemahaman setiapkondisi konsumen akan meningkatkan pandangan positif dari setiap tehadap PT.Pos Cukir. Hal ini selanjutnya akan memberikan kepuasan yang lebih tinggi.

DAFTAR RUJUKAN

Bearden, William O., 1995, *Marketing : Principal and Perspectives*, Irwin, Boston

Boyd Jr., 1995, *Marketing Management* : *A Strategic Approach with a Global Orientation*, 2nd Edition, Irwin, Chicago

Chandra, Gregorius. 2002. *Strategi dan Program Pemasaran*. Edisi Kesatu. Cetakan Pertama. Andi. Yogyakarta

Feigenbaum, A. V. 1991, *Total Quality Control-3*, (Ed. Rev), Mc Graw Hill, New York

Gaspersz, Vincent, 2002, *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Jain, Subash C., 1993, *Marketing Planning and Strategy*, 4th Edition, South Western Publishing Co., Ohio

Keegan, Warren J., 1997, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Global*, Prentice Hall, New Jersey

Kotler, Philip, 2001, *Manajemen Pemasaran*, alih bahasa Hendra Teguh, Ronny Antonius Rusli, Penerbit Prenhallindo, Jakarta.

Lamb, Charles., Joseph Hair and Mc Daniel. 2001, *Marketing*, diterjemahkan oleh David Octavia. Salemba Empat, Jakarta

Lovelock, 2001, *Pemasaran Jasa di Asia*, Penerbit Prenhallindo, Jakarta

Lupiyoadi, Rambat, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktek)*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Rismiati, E., Catur. 2001. Pemasaran Barang dan Jasa. Kanisius. Yogyakarta

Sudjana (1996), Statistik Untuk Metode Penelitian, Tarsito, Bandung

Sugiyono, 2006, *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit Alfabeta, Bandung

Supranto, J., 2001, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, Rineka Cipta, Jakarta

Swastha, Basu, 2002, *Perilaku Konsumen*, Penerbit Andi, Yogyakarta

Yamit, Yulian. 2001, *Pemasaran Jasa : Konsep dan Implementasi*, Edisi Kedua, Penerbit : Ekonsia – Fakultas Ekonomi. UII, Yogyakarta

Zeithmal, Valeri, Parasuraman dan Bitner, 2003, *Pengantar Proses Berpikir Strategik*, Binarupa Aksara, Jakarta