

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA BENGKEL RESMI HONDA
AHASS PT. CIPTA PESONA SEJAHTERA BALI
DI KABUPATEN BANGLI**

Oleh :

I Dewa Ayu Fitri Ardani

ABSTRAC

This research entitle " Influence of[is Quality Of Service To Satisfaction of Consumer at Formal Workshop of Motorbike of Honda AHASS PT. Cipta Pesona Sejahtera Bal at Bangli. Formulation of this research internal issue is, How influence of[is quality of service. Target of this research to know influence of[is quality of service to satisfaction of consumer at Formal Workshop of Motorbike of Honda AHASS PT. Cipta Pesona Sejahtera Bali. Data type the used is data qualitative and quantitative data. Source of data is primary data and data of sekunder. Method determination of sampel in this research use formula of slovin. Sampel counted 99 responder people obtained with technique of random sampling. Technique data collecting of observation, interview, documentation study, and kuesioner. Technique analyse data use analysis of regresi linear modestly constructively program of SPSS (Statistical Package Social Sciences the for) version 16.0 for Windows.

Formal Workshop of Motorbike of Honda AHASS (Astra Honda Authorized Service Station) PT. Cipta Pesona Sejahtera Bali representing a[n company which active in service of service motor, where this company give attention to is important [of] him of[is quality of service in the effort maintaining satisfaction of consumer and also take care of company reputation in the middle of tightening of emulation with kompetitor. Satisfaction of consumer represent a[n assessment concerning expected service and product, to how well the quality of got service [it]. Quality of service is one of the important element in company, which can assessed to through five dimension that is: (appearance tangible) or company physical evidence, (energy reponsivness) listen carefully, (mainstay reliability), (guarantee assurance) or confidence, (attention empathy). Quality of service early from accomplishment of requirement of consumer and end at satisfaction of consumer. Is so that expected by the quality of given service can be abysmal what becoming consumer expectation.

Pursuant to result of research, obtained by equation of linear regresi modestly as follows: $Y=2,973+0,063X$. Matter this means that quality of service have an effect on equal to 2,973. Its meaning if quality of service mount equal to one set of, hence satisfaction of natural consumer is make-up of equal to 2,973 with assumption that quality of constant service. And also pursuant to result of

analysis test t (t-test) in obtaining t-hitung is equal to 4,718 and t-tabel equal to 1,661 hence this means Ho refused and is Ha accepted. Matter this means that quality of service have an effect on positive and signifikan to consumer fasting. Its meaning progressively nicely the quality of service given by Formal Workshop of Honda AHASS PT. Cipta Pesona Sejahtera Bali, hence satisfaction of consumer will progressively mount. To be more improve satisfaction of consumer, Hence suggested to company side to improverepair and improve the quality of given service. So that consumer will feel progressively satisfy to quality of given service activities.

Keywords : *Quality of Service and Satisfaction of Consumer.*

ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Bengkel Resmi Honda AHASS PT. Cipta Pesona Sejahtera Bali Di Kabupaten Bangli”. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah, Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan pada Bengkel Resmi Honda AHASS PT. Cipta Pesona Sejahtera Bali. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Resmi Honda AHASS PT. Cipta Pesona Sejahtera Bali. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Sumber data adalah data primer dan data sekunder. Metode penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *slovin*. Sampel sebanyak 99 orang responden diperoleh dengan teknik *random sampling*. Teknik pengumpulan data observasi, wawancara, studi dokumentasi, dan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan bantuan program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) *version 16.0 for Windows*.

Bengkel Resmi Sepeda Motor Honda AHASS (*Astra Honda Authorized Service Station*) PT. Cipta Pesona Sejahtera Bali merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa *service* motor, dimana perusahaan ini memberikan perhatian terhadap pentingnya kualitas pelayanan dalam upaya mempertahankan kepuasan konsumen serta menjaga reputasi perusahaan di tengah ketatnya persaingan dengan kompetitor. Kepuasan konsumen merupakan suatu penilaian mengenai produk dan jasa yang diharapkan, terhadap seberapa baik kualitas pelayanan yang didapatkannya. Kualitas pelayanan adalah salah satu unsur penting dalam perusahaan, yang dapat dinilai melalui lima dimensi yaitu: (*tangible*) penampilan atau bukti fisik perusahaan, (*reponsivness*) daya tanggap, (*reliability*) kehandalan, (*assurance*) jaminan atau keyakinan, (*empathy*) perhatian. Kualitas pelayanan berawal dari pemenuhan kebutuhan konsumen dan berakhir pada kepuasan konsumen. Sehingga diharapkan kualitas pelayanan yang diberikan mampu melampaui apa yang menjadi harapan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut: $Y=2,973+0,063X$. Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 2,973. Artinya apabila kualitas pelayanan meningkat sebesar satu satuan, maka kepuasan konsumen mengalami peningkatan sebesar 2,973 dengan asumsi bahwa kualitas pelayanan konstan. Serta berdasarkan hasil analisis uji t (*t-test*) di peroleh t-hitung adalah sebesar 4,718 dan t-tabel sebesar 1,661 maka ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin bagus kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bengkel Resmi Honda AHASS PT. Cipta Pesona Sejahtera Bali, maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat. Untuk lebih meningkatkan kepuasan konsumen, Maka disarankan bagi pihak perusahaan untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan. Sehingga konsumen akan merasa semakin puas terhadap kualitas pelayanan jasa yang diberikan.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kualitas jasa pelayanan yang diberikan oleh Bengkel Resmi AHASS PT. Cipta Pesona Sejahtera Bali berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumennya. Dimana konsumen pada umumnya mengharapkan produk berupa barang dan jasa yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmati dengan pelayanan yang memuaskan. Namun dengan berjalannya waktu Bengkel Resmi AHASS PT. Cipta Pesona Sejahtera Bali mengalami tingkat penurunan jumlah *service* dengan selisih yang cukup besar dari bulan ke bulannya. Hal ini terlihat dari laporan Bengkel Resmi AHASS PT. Cipta Pesona Sejahtera Bali. Adapun daftar laporan *service* pada Bengkel Resmi AHASS tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.1 sebagai berikut :

Tabel 1.1 Laporan Jumlah *Service* dan *Spare Part* pada Bengkel Resmi AHASS PT. Cipta Pesona Sejahtera Bali tahun 2015

No	Bulan 2015	<i>Spare Part</i> (Buah)	Oli (Botol)	<i>Service</i> (Unit)
1	Januari	238	214	803
2	Februari	158	213	818
3	Maret	148	144	856
4	April	176	155	801
5	Mei	184	146	834
6	Juni	171	150	816
7	Juli	150	152	757
8	Agustus	193	170	880
9	September	156	146	695
10	Oktober	167	153	786
11	November	159	143	777
12	Desember	130	158	771
Jumlah		2.030	1.944	9.594

Sumber : Bengkel Resmi AHASS PT. Cipta Pesona Sejahtera Bali, 2015

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah *service* pada Bengkel Resmi AHASS PT. Cipta Pesona Sejahtera Bali pada tahun 2015 adalah berfluktuasi, yaitu jumlah *service* yang paling sedikit pada bulan September sebesar 695 unit sedangkan jumlah *service* terbanyak pada bulan Agustus sebesar 880 unit. Berdasarkan observasi dilapangan hal tersebut dikarenakan banyak yang melakukan *service* setelah liburan sekolah. Terjadinya peningkatan dan penurunan jumlah *service* mengidentifikasi adanya masalah pada Bengkel Resmi AHASS tersebut. Dari pengamatan dilapangan terdapat beberapa faktor yang menyebabkan fluktuasi tingkat jumlah *service*, yaitu konsumen merasa tidak puas akan *service* jasa yang diberikan hal tersebut dikarenakan adanya oknum-oknum nakal dari pihak Bengkel serta kurangnya fasilitas, mekanik dan *frontdesk* yang kurang tanggap, *spare part* kurang lengkap, serta kecepatan pelayanan dan keramahan dari seluruh karyawan sangat kurang. Sampai saat ini konsumen masih memilih menservice kendaraanya pada Bengkel Resmi Honda AHASS tersebut dikarenakan Bengkel Resmi AHASS PT. Cipta Pesona Sejahtera Bali merupakan Bengkel Resmi Honda pertama dan terbesar di Kabupaten Bangli. Karena faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam memilih produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Resmi Honda AHASS PT. Cipta Pesona Sejahtera Bali.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

“Bagaimanakah Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Bengkel Resmi Honda AHASS PT. Cipta Pesona Sejahtera Bali. di Kabupaten Bangli” ?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Resmi Honda AHASS PT. Cipta Pesona Sejahtera Bali, di Kabupaten Bangli.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini :

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan dalam memberikan sumbangan masukan dan evaluasi peningkatan pelayanan terhadap konsumen guna meningkatkan kepuasan konsumen pada Bengkel Resmi Honda AHASS PT. Cipta Pesona Sejahtera Bali tersebut.

II. KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Pemasaran

Menurut Kotler (2005:4) Pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang dan jasa untuk menghasilkan pertukaran yang potensial dan memenuhi sasaran perorangan atau organisasi.

2.1.2 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Lupiyoadi (2006:175) Kualitas Pelayanan merupakan nilai yang diberikan pelanggan yang sangat kuat dan didasari oleh faktor kualitas jasa dimana kualitas produk jasa dapat memenuhi spesifikasi- spesifikasinya. Dan lima dimensi kualitas pelayanan tersebut antara lain : (*tangible*) penampilan atau bukti fisik perusahaan, (*reponsivness*) daya tanggap, (*reliability*) kehandalan, (*assurance*) jaminan atau keyakinan, (*empathy*) perhatian kepada konsumen.

2.1.3 Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler (2000) Kepuasan Konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau dikonfirmasi yang dirasakan

antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian.

2.1.4 Pengertian Perusahaan

Menurut Indriyo Gitosudarmo (2000:63). Menyatakan bahwa perusahaan adalah suatu unit kegiatan produksi yang mengolah sumber-sumber ekonomi untuk menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat, dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dan agar dapat memuaskan kebutuhan masyarakat.

2.3 Hipotesis

Berdasarkan tujuan penelitian, tinjauan teoritis serta penelitian sebelumnya maka hipotesis dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut “Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Resmi Honda AHASS PT. Cipta Pesona Sejahtera Bali”. Artinya : semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bengkel AHASS tersebut maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Obyek Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Bengkel Resmi Honda AHASS PT, Cipta Pesona Sejahtera Bali, yang terletak di Jalan Brigjen Ngurah Rai No, 65 Kelurahan Kawan, Kecamatan Bangli, Kabupaten Bangli. Perusahaan ini bergerak dibidang jasa *service* sepeda motor serta penjualan spare part sepeda motor Honda.

3.1.2 Obyek Penelitian

Objek penelitian dalam hal ini adalah kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Serta persepsi konsumen yang *menservice* kendaraannya pada Bengkel Resmi AHASS PT. Cipta Pesona Sejahtera Bali.

3.2 Identifikasi Variabel

- 1) Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel bebas yaitu (X), yaitu variabel yang berfungsi mempengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Kualitas Pelayanan.

2) Variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat yaitu (Y), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen.

3.5 Sumber Data

Sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini dapat digolongkan menjadi dua antara lain :

1) Data Primer

Data primer adalah merupakan data utama yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti misalnya : hasil wawancara dengan pihak perusahaan, serta hasil pengisian kuesioner yang disebarakan kepada responden.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut, dikumpulkan dan diperoleh dari pihak ke 2 (dua) sebagai contoh misalnya : struktur organisasi dan sejarah berdirinya perusahaan (Bengkel Resmi Honda AHASS PT. Cipta Pesona Sejahtera Bali).

3.6 Metode Penentuan Sampel

Karena keterbatasan waktu, tenaga dan biaya maka dari seluruh populasi konsumen Bengkel Resmi Honda AHASS PT. Cipta Pesona Sejahtera Bali. ditarik sampel. Metode penentuan sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini menggunakan Rumus Slovin, berdasarkan perhitungan tersebut ditemukan jumlah sampel sebanyak 99 orang. Dari 99 orang responden dipilih secara Acak Random pada waktu konsumen menservise kendaraannya bermotornya pada Bengkel Resmi Honda AHASS PT. Cipta Pesona Sejahtera Bali.

3.7 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

1) Observasi

Yang dimaksud dengan observasi adalah metode pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung dilapangan dengan mencatat hal-hal yang ada relevansinya dengan penelitian ini.

2) Wawancara

Yang dimaksud dengan wawancara adalah pengumpulan data dengan mengadakan serangkaian wawancara langsung kepada responden dengan menggunakan kuesioner yang telah dipersiapkan sebelumnya.

3) Kuesioner

Kuesioner yaitu memberikan daftar pernyataan tertulis yang berhubungan dengan masalah atau indikator-indikator yang ada kaitannya dengan kualitas pelayanan pada Bengkel Resmi Honda AHASS PT. Cipta Pesona Sejahtera Bali.

4) Studi Dokumentasi

Yang dimaksud dengan studi dokumentasi adalah pengumpulan data yang berdasarkan dokumentasi-dokumentasi yang sudah ada sebagai contoh : sejarah singkat berdirinya perusahaan dan struktur organisasi.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik regresi linier sederhana. Analisis statistik tersebut diolah dengan bantuan komputer, program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) version 16.0 for Windows. Hasil analisis data tersebut dapat di lihat pada Tabel 5.10 berikut :

Tabel 5.10 Rangkuman Hasil Analisis Statistik Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Bengkel Resmi Honda AHASS PT. Cipta Pesona Sejahtera Bali, Tahun 2016

Variabel Bebas (X)	Variabel Terikat (Y)	Regresi		Korelasi (r)	R. Square (R ²)	t- hitung	Sig.
		a	b				
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
Kualitas	Kepuasan	2,973	0,063	0,432	0,187	4,718	0,000

Sumber : Lampiran 5 Data diolah, tahun 2016

1) Analisis Regresi Linier Sederhana

Pengaruh antara Variabel bebas (kualitas pelayanan) terhadap Variabel Terikat (kepuasan konsumen) pada Bengkel Resmi Honda AHASS PT. Cipta Pesona Sejahtera Bali. Memperoleh hasil sebagai berikut :

$$Y = a + bX \text{ atau } Y = 2,973 + 0,063X$$

Sehingga memberikan informasi sebagai berikut :

$a = 2,973$ artinya bahwa apabila tidak ada perhatian terhadap variabel kualitas pelayanan atau nilainya adalah konstan, maka nilai kepuasan konsumen adalah rata-rata sebesar 2,973.

$b = 0,063$ artinya apabila variabel kepuasan konsumen dianggap konstan, maka meningkatnya skor kualitas pelayanan sebesar satu satuan, diikuti oleh meningkatnya nilai kepuasan konsumen sebesar rata-rata 0,063.

Jadi dengan demikian, maka dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Resmi Honda AHASS PT. Cipta Pesona Sejahtera Bali.

2) Analisis uji-t (*t-test*)

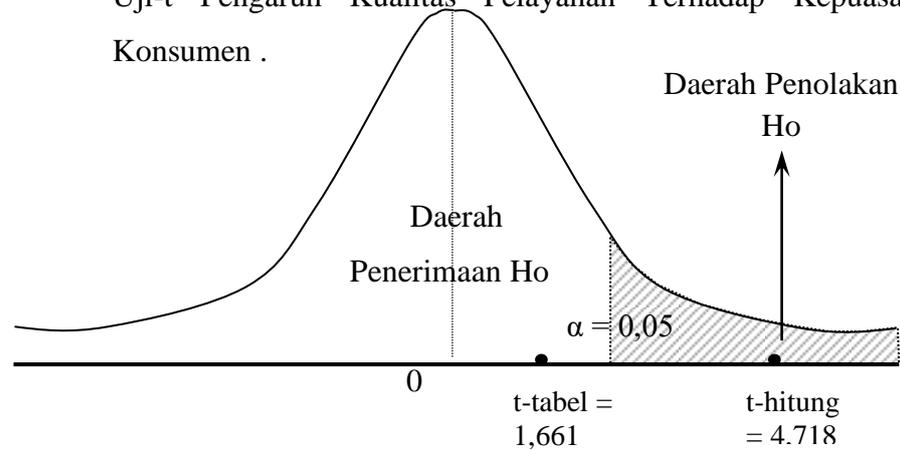
Untuk menguji signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, adalah pengaruh yang positif dan signifikan atau diperoleh secara kebetulan saja. Sesuai dengan hipotesis alternatif (H_a) yang menyatakan $\beta > 0$, atau ada hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, maka dalam pengujian ini digunakan uji satu sisi, yaitu uji sisi kanan dengan rumus $t_{tabel} = t_{(\alpha, df)}$.

α = alpha (taraf signifikan) yang digunakan = 0,05 dan df (*degrees of freedom* = derajat bebas) dapat dicari dengan rumus $df = n - k$. Untuk $n = 99$ dan $k = 2$, maka besarnya $df = n - k = 99 - 2 = 97$, sehingga besarnya $t_{tabel} = t_{(\alpha, df)}$ yang dicari adalah $t_{(0,05;97)}$ yang terdapat pada Tabel Distribusi t dalam Lampiran 7 adalah sebesar 1,661. Berdasarkan keseluruhan hasil pengujian di atas, dengan taraf signifikan yang digunakan

= 0,05 dan pada derajat bebas = 97, maka diperoleh besarnya t-hitung adalah sebesar 4,718 dan besarnya t-tabel adalah $t(0,05;97) = 1,661$.

Untuk membuktikan H_0 diterima atau ditolak, sesuai dengan hipotesis yang diajukan, maka dipergunakan uji satu sisi yaitu sisi kanan, yang dapat digambarkan dalam sebuah kurva normal penerimaan dan penolakan hipotesis sebagai berikut :

Gambar 5.1 Kurva Normal Penerimaan dan Penolakan Hipotesis dengan Uji-t Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen .



Berdasarkan gambar 5.1 di atas menunjukkan bahwa nilai t-hitung diperoleh sebesar 4,718 sedangkan nilai t-tabel sebesar 1,661. Ternyata nilai t-hitung=(4,718) lebih besar dari t-tabel=(1,661) berada pada daerah penolakan H_0 . Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa hipotesis yang diajukan yang berbunyi “Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen”. Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bengkel Resmi Honda AHASS PT. Cipta Pesona Sejahtera Bali maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat (hipotesis terbukti).

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah di uraikan pada Bab V dapat disimpulkan bahwa hasil analisis menunjukkan persamaan garis regresi linear sederhana diperoleh $Y = 2,973 + 0,063X$. Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 2,973. Artinya apabila kualitas pelayanan

meningkat sebesar satu satuan, maka kepuasan konsumen mengalami peningkatan sebesar 2,973 dengan asumsi bahwa kualitas pelayanan konstan.

Berdasarkan hasil analisis uji signifikansi koefisien regresi sederhana dengan menggunakan uji t (t-test) diperoleh t_{hitung} adalah sebesar 4,718 dan t_{tabel} sebesar 1,661. Oleh karena itu $t_{hitung} = 4,718 \geq$ dari $t_{tabel} = 1,661$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin bagus kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bengkel Resmi Honda AHASS PT. Cipta Pesona Sejahtera Bali, maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat.

5.2 Saran

Mengingat kualitas pelayanan memiliki pengaruh besar dan positif terhadap kepuasan konsumen, maka

- 1) Pihak Bengkel perlu meningkatkan kualitas pelayanan dalam segala hal terhadap konsumennya sehingga konsumen akan merasa semakin puas. Serta menjaga brand image perusahaan dengan demikian akan memberikan nilai tambah serta membawa citra baik terhadap Bengkel Resmi Honda AHASS PT. Cipta Pesona Sejahtera Bali.
- 2) Perusahaan atau Bengkel perlu melakukan perbaikan dalam hal kelengkapan *spare part*, karena selama ini *spare part* atau oli yang ada belum lengkap. Agar semua *spare part* dan oli yang dibutuhkan telah tersedia pada Bengkel Resmi Honda AHASS PT. Cipta Pesona Sejahtera Bali.
- 3) Hendaknya pihak perusahaan perlu memberikan semacam pelatihan kepada seluruh karyawannya mengenai kualitas pelayanan, keramahan, dan empati kepada konsumen serta fasilitas penunjang perlu ditambah seperti sarana wifi gratis dan pendingin ruangan. Sehingga konsumen merasa nyaman saat menunggu kendaraannya diservice.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Bandung : Alfabeta.
- Arief, Muhtosin. 2007. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Malang : Bayumedia Publising.
- Basu Swastha DH dan T. Hani Handoko, 2006. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : BPFE.
- Freddy, Rangkuti. 2002. *Measuring Customer Satisfaction*. Cetakan Ke tiga, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2000. *Pengantar Bisnis*. Edisi Dua, Yogyakarta : BPFE.
- Handoko, T. Hani. 2001. *Manajemen Personalialia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : BPFE.
- Kotler Phillip. 2000. *Manajemen Pemasaran. Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Indeks.
- dan K. L. Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Dua Belas, Jilid Satu dan Dua. Jakarta : PT. Indeks.
- Lovelock, Christoper. H. dan Wright. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Penerbit PT. Index.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktik)*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Dua. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Narbuko Cholid, dan H. Abu Achmadi. 2007. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Penerbit PT. Bumi Aksara.
- Nata Wirawan. 2002. *Cara Mudah Memahami Statistik 2 (Statistik Inferensia)*. Denpasar : keraras Emas.
- Robbin dan Coulter, 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Setiadi, J. Nograho. 2013. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Jakarta : Penerbit Kencana Prenada Media Group.
- Sugiarto, Endar. 2002. *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Penerbit CV. Alvabeta.

Supardi dan Syaiful Anwar, 2008. *Dasar-Dasar Perilaku Organisasi*. Yogyakarta : UII Press.

Tjiptono. 2006. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Penerbit Andi

....., Fandy dan Gregorius Chandra. 2005. *Service Satisfaction Quality*. Yogyakarta : Penerbit Andi

Umar, Husein. 2003. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Uyanto, Stanislaus S. 2009. *Pedoman Analisis Data dengan SPSS*. Edisi Ke Tiga. Yogyakarta : Graha Ilmu.