

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA APOTEK PUTRA ASIH DI DENPASAR

**Oleh:
I GUSTI AGUNG HARI MEGAWATI**

ABSTRAK

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Apotek Putra Asih di Denpasar. Sampel yang diambil dari seluruh populasi dengan teknik analisis indeks kepuasan konsumen dan *importance performance analysis*. Untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, maka dilakukan analisis data. Hasil analisis data menunjukkan bahwa berdasarkan indeks kepuasan konsumen pada Apotek Putra Asih di Denpasar sebesar – 50.264 yang termasuk dalam klasifikasi cukup puas karena terletak diantara skor – 72.200 sampai dengan skor 72.200. Berdasarkan analisis tingkat kepentingan dan kinerja atribut no.9 yaitu karyawan Apotek Putra Asih cepat tanggap terhadap keluhan dan atribut no. 11 yaitu komunikasi yang baik antara petugas dan konsumen termasuk atribut yang dianggap penting namun kinerjanya kurang memuaskan konsumen dan penanganannya perlu diprioritaskan oleh Apotek Putra Asih, sedangkan atribut yang mempunyai tingkat kesesuaian paling rendah adalah atribut no. 9 yaitu karyawan pada Apotek Putra Asih cepat tanggap terhadap keluhan konsumen dengan tingkat kesesuaian sebesar 0,421%, dan atribut yang mempunyai tingkat kesesuaian paling tinggi adalah atribut no. 4 yaitu fasilitas gedung yang besar dan nyaman pada Apotek Putra Asih dengan tingkat kesesuaian sebesar 1,140%. Untuk dapat melakukan peningkatan kinerja terutama yang pelaksanaannya belum dapat memuaskan konsumen, seperti karyawan Apotek Putra Asih cepat tanggap terhadap keluhan konsumen dan meningkatkan komunikasi yang baik antara petugas dan konsumen, sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan konsumen merasa puas.
Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

The purpose of this research is conducted to know the consumer satisfaction with the quality of service at the pharmacy the son of compassion. Samples taken from the entire population with the consumer satisfaction index analysis techniques and analysis of importance and performance. To know the quality of service of consumer satisfaction, then carried out the data analysis. The results of the analysis of the data shows that consumer satisfaction index based on compassion's Putra Asih pharmacies in Denpasar in the amount of 50,264 included in classification is quite satisfied as it is situated between score-the score up to - 72,200 72.200. Based on the analysis of the importance and performance of employees pharmacy son compassion quickly responsive to consumer complaint and good communication between the officer and the consumer includes attributes that are considered important but the performance was less satisfying consumers and handlers need to prioritize by pharmacy Putra Asih. While getting the lowest level of conformity the employee pharmacy Putra Asih compassion quickly responsive to consumer complaint with the level of compliance of 0,421% whereas that got the most high compliance rate is a great building amenities and comfortable at pharmacies with a level of compassion's son the suitability of 1,140% to be able to do the performance improvements especially the implementation has not been able to satisfy consumers, such as employees of the pharmacy's son compassion quickly responsive to consumer complaint and can improve communication between officers and consumers so as to improve the quality of services and consumers were satisfied.

The Keyword : Service Quality , Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Kehidupan manusia tidak bisa lepas dari bermacam-macam tingkat kebutuhan, baik kebutuhan untuk kesehatan, kebutuhan rasa aman, kebutuhan memiliki, kebutuhan akan harga diri dan kebutuhan untuk mengaktualisasikan diri. Dari beberapa kebutuhan tersebut kebutuhan manusia akan kesehatan merupakan kebutuhan yang tidak dapat diabaikan lagi pemenuhannya. Masyarakat sebagai konsumen akan dihadapkan pada berbagai macam pilihan pembelian obat untuk memenuhi kebutuhan akan kesehatan fisiknya. Hal ini didukung dengan banyaknya Apotek yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut.

Di Bali khususnya di Denpasar terdapat banyak apotek, salah satunya adalah Apotek Putra Asih, apotek yang menyediakan produk obat sesuai dengan keinginan atau selera konsumen sehingga konsumen tertarik untuk berbelanja.

Dalam kondisi persaingan yang ketat tersebut hal utama yang harus diprioritaskan adalah kepuasan konsumen agar perusahaan dapat bertahan dan bersaing serta menguasai pangsa pasar. Perusahaan harus tahu hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dan perusahaan berusaha untuk mengukur kepuasan konsumen untuk meningkatkan penjualan tersebut dan menghasilkan kinerja (*performance*) sebaik mungkin sehingga dapat memuaskan konsumen.

Fenomena penurunan kepuasan konsumen yang disebabkan pelayanan karyawan Apotek Putra Asih di Denpasar yang disampaikan konsumen, baik

secara lisan maupun melalui kotak saran pada tahun 2013 sampai dengan tahun 2016 disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1.1 Jenis dan Jumlah Komplain Konsumen Pada Apotek Putra Asih di Denpasar Tahun 2013-2016

No	Jumlah Komplain Konsumen	Tahun			
		2013	2014	2015	2016
1	Sebagian konsumen mempertanyakan kualitas obat dan kegunaan obat tersebut	14	16	18	20
2	Sebagian karyawan kurang ramah pada saat melayani konsumen	18	19	20	22
	Jumlah	32	35	38	42

Sumber data : Apotek Putra Asih.

Komplain yang diterima merupakan masukan yang berharga bagi Apotek Putra Asih di Denpasar sebagai pedoman untuk lebih meningkatkan kualitas apotek dan pelayanan kepada konsumen. Apotek Putra Asih di Denpasar mempunyai harapan yaitu konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu Apotek Putra Asih terus berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanannya.

Peningkatan kualitas pelayanan diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang pada akhirnya dapat meningkatkan keuntungan pada Apotek Putra Asih. Tujuan perusahaan untuk menciptakan penjualan melalui kepuasan konsumen sangat penting karena penjualan perusahaan setiap saat berasal dari kelompok yaitu konsumen baru dan pembeli ulang (*repeat customer*). Biaya untuk menarik konsumen baru lebih mahal dari pada mempertahankan konsumen lama, oleh karena itu mempertahankan

konsumen lebih penting dari pada memikat konsumen. Kunci untuk mempertahankan konsumen adalah kepuasan konsumen. Seorang konsumen yang puas akan membeli lagi, mengatakan hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain, kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing, cenderung membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

Kepuasan konsumen merupakan unsur mutlak paling dasar bagi setiap keinginan bisnis. Keunggulan dalam bersaing di pasar hiperkompetitif masa kini apa lagi masa depan adalah kemampuan untuk menciptakan suasana loyalitas konsumen yang dapat tercapai jika kepuasan konsumen terpenuhi. Kepuasan konsumen ditentukan oleh kualitas jasa yang dikehendaki konsumen, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama dan dijadikan tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan. Pada dasarnya pengertian kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan jadi pengertian kepuasan konsumen berarti bahwa kinerja suatu jasa sekurang-kurangnya sama dengan yang diharapkan atau melebihi apa yang diharapkan.

Sejalan dengan itu kemajuan jaman juga menuntut adanya suatu kinerja yang baik dalam hal *service quality* atau kualitas pelayanan. Setiap perusahaan berlomba untuk tetap meningkatkan kualitas pelayanannya, hal ini karena nama baik yang diperoleh dari masyarakat dan penghargaan yang diberikan oleh konsumen seringkali dikarenakan kualitas yang dianggap memuaskan, adapun pengukuran *service quality* yaitu bukti fisik,

kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Konsumen merupakan aset berharga bagi perusahaan dan dalam kenyataannya tidak ada satupun perusahaan atau apotek yang akan mampu bertahan hidup bila ditinggalkan konsumennya. Maka dari itu Apotek Putra Asih di Denpasar juga perlu meningkatkan kualitas pelayanannya. Salah satunya adalah dengan meningkatkan pelayanan terbaiknya kepada konsumen agar konsumen selalu terpuaskan.

Produk atau jasa yang bisa memuaskan adalah produk atau jasa yang dapat memberikan sesuatu yang dicari oleh konsumen sampai pada tingkat yang cukup. Dalam konteks teori perilaku konsumen kepuasan lebih banyak didenifikasikan dari perspektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa. Kepuasan tidak akan pernah berhenti pada satu titik, bergerak dinamis mengikuti tingkat kualitas produk dan layanannya dengan harapan-harapan yang berkembang dikonsumen.

Apotek Putra Asih di Denpasar menilai bahwa manfaat produk atau jasa bagi pembeli tanpa adanya pelayanan yang baik maka konsumen tidak akan membeli produk atau jasa tersebut untuk kedua kalinya. Untuk itu apotek perlu melakukan pelayanan terbaiknya dengan menetapkan konsep pelayanan, sehingga dapat mempengaruhi secara langsung calon konsumennya dengan cara menanamkan kepercayaan sehingga pelayanan yang diberikan tidak mengecewakan konsumen atau dengan kata lain dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Sehingga bagi konsumen kepuasan terhadap suatu barang atau jasa merupakan suatu bentuk komitmen yang ditunjukkan dengan kemauan untuk membeli dan menggunakan kembali

suatu produk atau jasa, komitmen tidak untuk berpindah kepada pesaing serta kemauan untuk menyatakan hal-hal yang positif dan merekomendasikan kepada orang lain. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumennya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan perusahaan. Perkembangan dan peningkatan perusahaan yang bergerak di bidang penjualan obat dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat dunia usaha.

Menurut Bapak I Dewa Putu Aditia pemilik Apotek Putra Asih di Denpasar menyebutkan bahwa perkembangan dari tahun ke tahun mengalami penurunan. Hasil observasi pada Apotek Putra Asih di Denpasar diperoleh dari kotak saran banyak konsumen yang mengeluh tentang kualitas pelayanan yang diberikan sehingga hasil penjualan dari tahun ke tahun di Apotek Putra Asih menurun, hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2 Hasil Penjualan Dari Tahun 2014 -2016

No	Tahun	Hasil Penjualan
1	2014	1.048.290.000
2	2015	980.200.000
3	2016	860.600.000

Sumber : Apotek Putra Asih.

Dari data di atas dapat diketahui dari tahun ke tahun penghasilan penjualan cenderung mengalami penurunan, hal ini menjadi permasalahan bagi

manajemen pada Apotek Putra Asih di Denpasar untuk mengelola Apotek dengan semakin baik di tengah persaingan antar apotek, khususnya yang ada di Kota Denpasar.

Pokok permasalahan penelitian ini berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan, adalah :

Bagaimanakah kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di Apotek Putra Asih di Denpasar.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada Apotek Putra Asih yang berlokasi di jalan Antasura NO.35x Denpasar Utara. Obyek dalam penelitian ini adalah para pelanggan di Apotek Putra Asih, dengan menganalisa tingkat kepuasan mereka terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen pada Apotek Putra Asih dari tahun 2015-2016 mengatakan bahwa populasi di bawah 100 dapat digunakan sampel dari jumlah populasi sehingga metode penelitian tersebut penelitian populasi atau metode sensus peneliti memakai 50 responden. Metode yang digunakan untuk menentukan sampel adalah metode *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Berdasarkan metode sampling data dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner atau alat pengukur wawancara. Teknik yang dipakai dalam penelitian ini adalah:

1. Analisis indeks kepuasan konsumen dengan menggunakan rumus (Fandy Tjiptono, 2006 : 100) :

$$I_{kj} = \sum_{i=1}^n I_i(P_{ij} - H_{ij})$$

Keterangan :

- I_{kj} = Indeks kepuasan konsumen terhadap obyek j
 I_i = Pentingnya kepuasan untuk atribut i
 P_{ij} = Penilaian kinerja obyek j pada atribut kepuasan i
 H_{ij} = Harapan terhadap obyek j pada atribut kepuasan

2. Analisis tingkat kepentingan kinerja (*importance-performance-analysis*).

Adapun rumus yang dipergunakan (J. Supranto, 2006 : 241) adalah :

$$T_{ki} = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Dimana:

- T_{Ki} = Tingkat kesesuaian responden
 X_i = Skor penilaian kinerja perusahaan
 Y_i = Skor penilaian kepentingan konsumen

Sedangkan rumus untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Dimana:

- \bar{X} = Skor rata - rata tingkat kinerja
 \bar{Y} = Skor rata -rata tingkat kepentingan
 n = Jumlah responden,
 X = Merupakan rata-rata tingkat pelaksanaan kinerja seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.
 Y = Merupakan rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

Seluruhnya adalah K faktor yang dinyatakan dengan rumus :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N X_i}{K} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N Y_i}{K}$$

K = Banyaknya atribut yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, selanjutnya dapat diaplikasikan dengan diagram Kartesius (J. Supranto, 2006 : 242).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknik analisis indeks kepuasan konsumen dan analisis tingkat kinerja (*importance - performance - analysis*) yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah agar mengetahui skor kepuasan konsumen dan mengetahui tingkat kepentingan/kinerja menentukan urutan prioritas perangkat atribut – atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Tabel 1 Perhitungan Rata-Rata Penilaian Kualitas Pelayanan/Kinerja dan Tingkat Kepentingan Dari Atribut-Atribut Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Apotek Putra Asih Di Denpasar Pada Tahun 2015

No Atribut	Atribut	Skor Kinerja (x)	Skor Kepentingan (Y)	\bar{x}_i	\bar{y}_i	Tingkat Kesesuaian (%)
1	Fasilitas informasi yang lengkap dimiliki Apotek Putra Asih	145	149	2,90	2,98	0,973
2	Fasilitas ruang tunggu yang luas di Apotek Putra Asih	144	149	2,88	2,98	0,966
3	Fasilitas tempat parkir yang luas di Apotek Putra Asih	143	142	2,86	2,84	1,007

4	Fasilitas gedung yang besar dan nyaman di Apotek Putra Asih	179	157	3,58	3,14	1,140
5	Fasilitas kesehatan yang lengkap di Apotek Putra Asih	153	152	3,06	3,04	1,006
6	Karyawan Apotek memberikan pelayanan obat dengan cepat dan tepat di Apotek Putra Asih	144	144	2,88	2,88	1,000
7	Karyawan Apotek melayani dengan ramah dan tersenyum	142	145	2,84	2,9	0,979
8	Karyawan Apotek Putra Asih menjual obat dengan harga yang wajar	199	199	3,98	3,98	1,000
9	Karyawan Apotek Putra Asih cepat tanggap terhadap keluhan konsumen	102	242	2,04	4,84	0,421
10	Karyawan Apotek Putra Asih mampu memberikan penyelesaian terhadap masalah yang dihadapi konsumen	191	185	3,82	3,7	1,032
11	komunikasi yang baik antara petugas dan konsumen	114	237	2,28	4,74	0,481
12	Konsumen mendapat informasi yang jelas dan mudah di mengerti tentang resep/obat yang ditebus	159	179	3,18	3,58	0,888

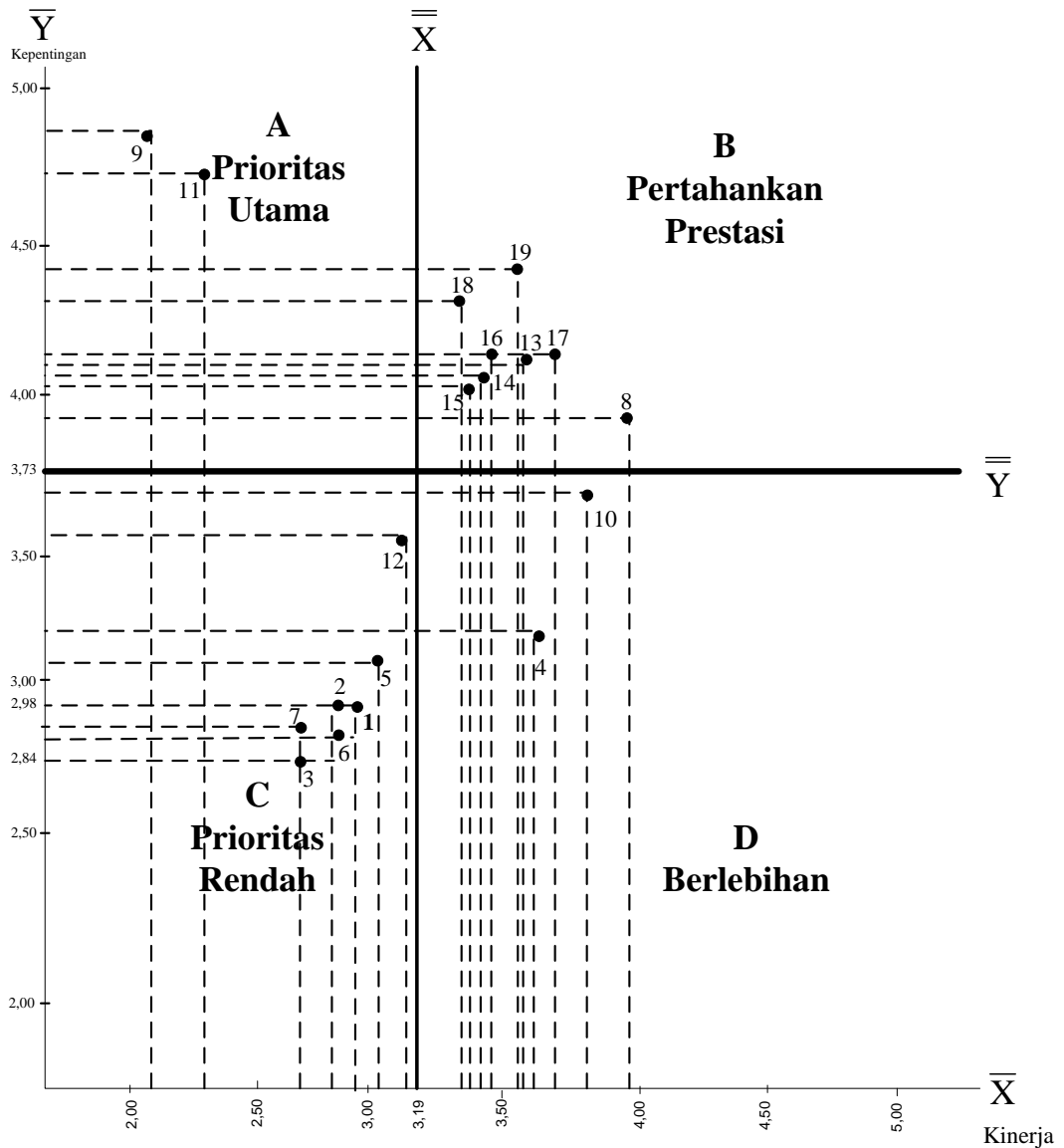
13	Karyawan apotek mempunyai kemampuan agar konsumen yakin dan percaya untuk membeli obat di Apotek Putra Asih	178	205	3,56	4,1	0,868
14	Kesopanan karyawan dalam melayani konsumen di Apotek Putra Asih	172	204	3,44	4,08	0,843
15	Keamanan dalam menyediakan obat/ pembekalan farmasi di Apotek Putra Asih	171	203	3,42	4,06	0,842
16	Karyawan apotek putra asih dapat dipercaya oleh konsumen dalam menjalankan tugas	173	206	3,46	4,12	0,839
17	Karyawan Apotek Putra Asih memberikan perhatian terhadap keluhan konsumen	182	206	3,64	4,12	0,883
18	Karyawan apotek memberikan pelayanan kepada semua konsumen tanpa memandang status sosial	166	216	3,32	4,32	0,769
19	Kepahaman karyawan akan kebutuhan konsumen di apotek putra asih	177	222	3,54	4,44	0,797

Sumber : Lampiran 2 dan 4 (data diolah)

Dari hasil data diatas dapat dilihat nilai rata- rata skor tingkat kepentingan dan skor tingkat kinerja untuk mencari diagram kartesius.

Gambar 1

Diagram Kartesius



Sumber : Data Diolah, Tahun 2016

Dilihat dari diagram kartesius dapat mencari skor tingkat kesesuaian dan prioritas faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen pada Apotek Putra Asih di Denpasar.

Tabel 2 Tingkat Kesesuaian dan Prioritas Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Konsumen pada Apotek Putra Asih di Denpasar

No. Atribut	Atribut	Tingkat Kesesuaian	Prioritas
9	Cepat terhadap keluhan	0,421	I
11	Komunikasi	0,481	II
18	Pelayanan tanpa memandang status	0,769	III
19	Memahami kebutuhan	0,797	IV
16	Dapat dipercaya	0,840	V
15	Keamanan menyediakan obat	0,842	VI
14	Kesopanan	0,843	VII
13	Kemampuan meyakinkan	0,868	VIII
17	Perhatian terhadap keluhan	0,883	IX
12	Informasi yang jelas	0,888	X
2	Ruang tunggu	0,966	XI
1	Fasilitas informasi	0,973	XII
7	Pelayanan yang ramah	0,979	XIII
6	Pelayanan Obat	1,000	XIV
8	Harga yang wajar	1,000	XV
3	Tempat Parkir	1,007	XVI
5	Fasilitas Kesehatan	1,007	XVII
10	Penyelesaian masalah	1,032	XVIII
4	Gedung	1,140	IX

Sumber : Tabel 5.2 (data diolah)

Dari tabel 2 terlihat bahwa faktor karyawan pada Apotek Putra Asih cepat tanggap terhadap keluhan konsumen yang perlu mendapatkan prioritas utama dimana tingkat kesesuaiannya sebesar 0,421% sedangkan faktor yang mendapatkan prioritas paling akhir adalah Apotek Putra Asih Memiliki gedung yang besar dan nyaman dengan tingkat kesesuaian sebesar 1,140%.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan hasil pembahasan mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Apotek Putra Asih di Denpasar, maka dapat dibuat simpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan indeks kepuasan konsumen pada Apotek Putra Asih di Denpasar sebesar – 50.264 yang termasuk dalam klasifikasi cukup puas karena terletak diantara skor – 72.200 sampai dengan 72.200.
2. Berdasarkan analisis tingkat kepentingan dan kinerja dilihat dari gambar kartesius, atribut yang berada pada kuadran A (prioritas utama) adalah atribut no.9 yaitu karyawan Apotek Putra Asih cepat tanggap terhadap keluhan dan atribut no. 11 yaitu komunikasi yang baik antara petugas dan konsumen termasuk atribut yang dianggap penting namun kinerjanya kurang memuaskan konsumen dan penanganannya perlu diprioritaskan oleh Apotek Putra Asih. tingkat kesesuaian dari prioritas faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen pada Apotek Putra Asih di Denpasar, atribut yang mempunyai kesesuaian paling rendah adalah atribut no. 9 yaitu karyawan pada Apotek Putra Asih cepat tanggap terhadap keluhan konsumen dengan tingkat kesesuaian sebesar 0.421%. sedangkan atribut yang mempunyai kesesuaian paling tinggi adalah atribut no. 4 yaitu Apotek Putra Asih memiliki gedung yang besar dan nyaman dengan tingkat kesesuaian sebesar 1.140%.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka disarankan bagi perusahaan untuk dapat melakukan peningkatan kinerja terutama yang pelaksanaannya belum dapat memuaskan konsumen, seperti karyawan Apotek Putra Asih cepat tanggap terhadap keluhan konsumen dan meningkatkan komunikasi yang baik antara petugas dan konsumen, sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan konsumen merasa puas.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi revisi, Afabeta, Bandung.
- Amanullah Alfian. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah*.
- Basu Swasta. 2002. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedelapan*. Jakarta: Penerbit Liberti.
- Basu Swasta. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberti: Yogyakarta.
- Febriyanti Eka Putu. 2013. Dalam Penelitiannya yang berjudul “*Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Hotel Yulia Ubud*”.
- Fitri Dewi Kadek. 2013. Dalam Penelitiannya yang berjudul “*Analisis Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Pelayanan Pengujian Kendaraan Bermotor Pada Dinas Perhubungan, Informasi dan Komunikasi Kabupaten Gianyar*”.
- Gustina Karna D.E I Putu Pasek 2013. Dalam Penelitiannya yang berjudul “*Analisis Tingkat Kepuasan Wisatawan Domestik Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Taman Budaya Garuda Wisnu Kencana Di Ungasan Jimbaran*”.
- Handi, Irawan. 2007. *10 Prinsip Kepuasan Konsumen*, PT Elex Media Komput Indo. Jakarta.
- Kotler Philip dan Keith Cox. 2004. *Manajemen dan Strategi Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler Philip, 2005, *Manajemen Pemasaran*, PT Prenhallindo, Jakarta.
- Setiawan Jodi Antok I Wayan Gede. 2013. dalam penelitiannya yang berjudul “*Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen pada PT Wahana Wirawan Nissan Denpasar*”.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.
- Supranto. J, 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, PT Rhineka Cipta, Jakarta.
- Tjiptono Fandy dan Chandra Gregorius. 2005. *Service, Quality & Satisfaction*, Penerbit Andi, Yogyakarta.

Tjiptono Fandy. 2004.*Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua, Penerbit Andi, Yogyakarta.

Tjiptono. 2000.*Manajemen Jasa*, Edisi Kedua, Andy Offset, Jakarta.

Tripomo, Tedjo, 2005, *Manajemen Strategi*, Rekayasa Sains, Bandung.