

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA PELANGGA JASA BENGKEL CV MUTIARA TIMOR STAR KOTA KUPANG)

Yosef Prandoksa Reja¹; Anthonius Mesakh*; Abas Kasim²; dan Arjuna Purba³

ABSTRACT

The main problem in this research is whether there is an influence of service quality on customer satisfaction, while the aim of this research is to explain and prove the influence of service quality, which consists of tangibility, reliability, responsiveness, assurance and empathy, partially and simultaneously on customer satisfaction. The object of this research is customers of CV Mutiara Timor Star workshop services. The variables studied are tangibility, reliability, responsiveness, assurance, empathy and customer satisfaction. The method used is a quantitative descriptive method. The population in this study were customers of CV Mutiara Timor Star workshop services. The sample was 95 respondents. Then analysis was carried out on the data obtained using multiple linear regression analysis. This analysis includes: multiple analysis tests, hypothesis testing via the f test and t test as well as analysis of the coefficient of determination (Adjusted r square). Based on the research results, the regression equation is obtained: $Y=5.465+0.460 X_1+0.925 X_2+0.234 X_3+0.014 X_4+0.744$ Testing the hypothesis using the t test shows that the independent variables, namely tangibility, reliability and empathy, significantly influence the dependent variable customer satisfaction, while responsiveness and assurance do not significantly influence the dependent variable customer satisfaction. Through the f test, it can be seen that the independent variable is indeed suitable for testing the dependent variable of customer satisfaction. Adjust R Square figure of 0.602 or 60.2%; shows that 60.2% of the customer satisfaction variable is influenced by the independent variable in the regression equation. Meanwhile, the remaining 39.8% of customer satisfaction variables are influenced by other variables not discussed in this research.

Keywords: Service Quality and Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini perkembangan zaman semakin maju banyak sekali perubahan-perubahan yang terjadi sangat signifikan dari era sebelumnya. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat seperti makanan, pakayan transportasi dan lain sebagainya yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Salah satu usaha yang mengalami perkembangan dengan cepat adalah usaha jasa dalam industri otomotif. Banyaknya usahan Industri jasa otomotif dapat digolongkan menjadi beberapa jenis, diantaranya adalah industri jasa sepeda motor dan industri jasa mobil. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan usaha yang bersifat sejenis yang menyebabkan persaingan semakin ketat. Maka untuk menghadapi situasi yang demikian, pengusaha harus mampu

¹ Alumni IABI FISIP Tahun 2022

²⁻³Dosen IABI FISIP Undana

mengambil keputusan agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Perusahaan harus mampu mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan untuk menciptakan kepuasan pelanggan dan bertahan dalam bersaing dengan perusahaan lainnya (Rosanti, 2020).

Kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan senang atau perasaan kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya (Tjiptono 2015). Kepuasan pelanggan terhadap perusahaan jasa diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan pelanggan terhadap suatu pelayanan yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan, perusahaan harus dapat menjual barang atau jasa dengan kualitas yang paling baik dan layak sesuai dengan apa yang didapatkan. Perusahaan juga melakukan strategi-strategi untuk membentuk kepuasan pelanggan dengan memberikan layanan yang berkualitas.

Sebagai salah satu penyedia jasa dalam industri otomotif terkhususnya sepeda motor Honda di Kota Kupang, CV Mutira Timor Star selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk masyarakat kota Kupang. CV Mutiara Timor Star terus berkembang menjadi salah satu dealer resmi honda yang sanggup berkompetisi di bidang penjualan kendaraan beroda dua, khususnya produk sepeda motor terkemuka di dunia yaitu Honda. Pada CV Mutiara Timor Star memiliki fasilitas yang ditawarkan untuk masyarakat kota Kupang yaitu: *Sales/Showroom* merupakan fasilitas yang ditawarkan oleh perusahaan yang bergerak dibidang penjualan kendaraan sepeda motor. *Bengkel* merupakan fasilitas yang ditujukan masyarakat kota kupang yang bertujuan untuk memastikan kendaraan yang dimiliki dalam keadaan aman dan nyaman saat berkendara dan juga memberikan pelayanan service sesuai dengan kebutuhan yang dikeluhkan dari pelanggan. *Sparepart* disini perusahaan melakukan berbagai kegiatan yang berhubungan dengan sparepart mulai dari penjualan hingga melayani pemasangan dan perbaikan sparepart pada kendaraan Honda masyarakat Kota Kupang. Pada penelitian ini fokus peneliti pada fasilitas bengkel yang ada pada CV Mutiara Timor Star. Hal ini dikarenakan melihat pertumbuhan usaha jasa di bidang otomotif khususnya bengkel di Kota Kupang yang semakin banyak yang membuat persaingan antar usaha semakin.

Permasalahan penurunan dan peningkatan jumlah pelanggan menjadi tolak ukur keberhasilan suatu perusahaan. Karena peningkatan pelanggan pada tahun 2018 sampai 2020 dan mengalami penurunan pada tahun 2021 karena persaingan dan juga banyaknya komplain

dari pelanggan terkait lamanya waktu pengerjaan, perawatan dan perbaikan. Bengkel CV Mutiara Timor Star berusaha untuk terus meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memperhatikan kualitas layanan yang diberikan.

Kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, adanya kualitas layanan yang baik akan berdampak penting pada terciptanya kepuasan pelanggan yang dapat mengakibatkan pelanggan puas dengan kualitas layanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan.

STUDI PUSTAKA

Kualitas Layanan

Tjiptono (2007) menjelaskan bahwa Kualitas layanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan dengan atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika pelayanan yang mereka terima sesuai dengan yang mereka harapkan atau melebihi harapan mereka maka kualitas pelayanan tersebut dapat dipersepsikan sangat memuaskan dan jika sebaliknya pelayanan yang mereka terima kurang memuaskan atau tidak sesuai dengan yang diharapkan maka dipersepsikan kualitas pelayanan tersebut adalah buruk.

Dimensi Kualitas Layanan

Terdapat lima dimensi kualitas layanan menurut Parasuraman, et al (dalam Tjiptono 2008:273) yang dipakai untuk mengukur kualitas layanan, yaitu :

1. *Tangibles* (Bentuk Fisik) yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Penampilan, sarana dan prasarana yang dapat diandalkan merupakan bukti nyata dari pelayanan jasa.
2. *Reliability* (Kehandalan) yaitu kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan, ketepatan waktu yang sama dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan akan menumbuhkan rasa puas terhadap kinerja dari perusahaan.
3. *Responsiveness* (Daya Tanggap) meliputi kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan dengan secara tanggap dan cepat kepada pelanggan serta mampu

memberikan informasi yang jelas sehingga dapat menumbuhkan penilaian yang baik terhadap jasa yang diberikan.

4. *Assurance* (Jaminan) yaitu kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk (jasa) secara tepat yang meliputi keramahan, kesopanan, keterampilan dalam memberikan informasi serta mampu membangun kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, terhindar dari keraguan, dapat dipercaya, dan aman.
5. *Emphaty* (Empati) memberikan perhatian yang tulus yang bersifat individual dan pribadi kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan dari pelanggan

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler & Keller (2012:150), kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau jasa terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan tidak merasa puas. Sebaliknya, jika kinerja sesuai dengan ekspektasi maka pelanggan akan merasa puas.

Indikator Kepuasan Pelanggan

1. Kesesuaian harapan, adalah tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan dengan yang dirasakan pelanggan.
2. Minat berkunjung kembali, adalah niat atau kesediaan para pelanggan untuk melakukan pembelian atau menggunakan kembali produk dan jasa dari perusahaan tersebut.
3. Bersedia merekomendasikan, yaitu kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga

Hubungan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas layanan memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan. Menurut Zeithmal dan Bitner (dalam Lupiyoadi, 2006) bahwa faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan Analisis Statistik Deskriptif yaitu penilaian terhadap skor yang akan dicapai oleh setiap variabel atau dimensi akan diklasifikasikan berdasarkan kontinum sangat tinggi sampai dengan sangat rendah. Rata-rata skor 1,00-1,80 berada pada tingkat

sangat rendah; 1,81-2,60 berada pada titik rendah; 2,61-3,40 berada pada tingkat sedang; 3,41-4,20 berada pada tingkat tinggi; 4,21-5,00 berada pada tingkat sangat tinggi. Analisis Regresi Linear Berganda yaitu salah satu analisis yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain (Noor, 2011). Uji Parsial (Uji t) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh variabel-variabel independen (Variabel X) dapat mempengaruhi variabel dependen (Variabel Y). Uji Simultan (Uji F) pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebasnya mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Koefisien Determinasi merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan antara nilai dugaan atau garis regresi dengan data sampel. Apabila nilai koefisien korelasi sudah diketahui, maka untuk mendapatkan koefisien determinasi dapat diperoleh dengan mengkuadratkannya.

Populasi

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 2075 pelanggan (data tahun 2022) dengan kriteria sudah pernah menggunakan jasa bengkel CV Mutiara Timor Star.

Sampel

Sampel dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus slovin dengan hasil 95 sampel. 95 sampel tersebut dijaring menggunakan sampling purposive. Sampling purposive adalah teknik penentuan sampel dengan mempertimbangkan kriteria tertentu. Adapun kriteria sampel pada penelitian ini adalah pelanggan yang berusia diatas 17 tahun dan pelanggan yang sudah pernah menggunakan jasa pada Bengkel CV Mutiara Timor Star minimal 3 tahun keatas yang bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner.

HASIL

Profil data responden berdasarkan jenis kelamin, responden dengan jenis kelamin laki-laki merupakan responden terbanyak yaitu 65 orang (68,42%), sedangkan, responden perempuan berjumlah 30 orang (31,57%). Berdasarkan usia responden, usia 27-36 tahun merupakan responden terbanyak yaitu berjumlah 35 orang (36,84%). Berdasarkan pekerjaan responden terbanyak adalah PNS/TNI/POLRI yaitu berjumlah 40 orang (42,10%). Berdasarkan lama menjadi pelanggan responden dengan jumlah terbanyak adalah responden yang telah menjadi pelanggan selama kisaran 2-5 tahun yaitu sebanyak 63 orang (66,31%).

Analisis Deskriptif

Variabel Tangibels (X_1)

Variabel tangibels mencapai skor sebesar 4,1 dan berada pada kategori tinggi. Dimana variabel ini diukur dengan item-item pernyataan yaitu bengkel CV Mutiara Timor Star menggunakan alat-alat yang modern dan Penampilan mekanik Bengkel CV Mutiara Timor Star yang seragam dan rapih.

Variabel Reliability (X_2)

Variabel reliability mencapai skor sebesar 4,31 dan berada pada kategori sangat tinggi. Dimana variabel ini dikur dengan item-item pernyataan yaitu mekanik bengkel CV Mutiara Timor Star yang handal dalam menangani pelanggan dan mekanik bengkel CV Mutiara Timor Star menyelesaikan pekerjaan tepat waktu sesuai yang dijanjikan.

Variabel Responsiveness (X_3)

Variabel responsiveness mencapai skor sebesar 4,03 dan berada pada kategori tinggi. Dimana variabel ini dikur dengan item-item pernyataan yaitu mekanik bengkel CV Mutiara Timor Star menanggapi keluhan pelanggan dengan cepat dan mekanik bengkel CV Mutiara Timor Star bersedia dalam memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan.

Variabel Assurance (X_4)

Variabel assurance mencapai skor sebesar 4,04 dan berada pada kategori tinggi. Dimana variabel ini dikur dengan item-item pernyataan yaitu mekanik bengkel CV Mutiara Timor Star yang sopan saat memberikan pelayanan jasa dan mekanik bengkel CV Mutiara Timor Star berpengetahuan luas sehingga mampu menangani permasalahan pelanggan.

Variabel Emphaty (X_5)

Variabel emphaty mencapai skor sebesar 4,18 dan berada pada kategori tinggi. Dimana variabel ini dikur dengan item-item pernyataan yaitu mekanik bengkel CV Mutiara Timor Star memberikan pelayanan secara merata tanpa memandang status dan layanan pelanggan Bengkel CV Mutiara Timor Star lebih mudah karena menggunakan aplikasi (BromPit).

Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel kepuasan pelanggan diukur dengan 6 pernyataan yaitu Saya merasa puas dengan jasa yang diberikan oleh bengkel CV Mutiara Timor Star, Saya merasa puas dengan keramahan mekanik bengkel CV Mutiara Timor Star dalam melayani pelanggan, Saya merasa puas dengan proses penyampaian informasi yang diterima dari mekanik bengkel CV Mutiara Timor Star, Saya merasa puas karena mekanik bengkel CV Mutiara Timor Star melaksanakan tugas sesuai harapan pelanggan, Saya mengajak teman dan keluarga untuk menggunakan jasa di bengkel CV Mutiara Timor Star, Saya akan kembali menggunakan jasa di bengkel CV Mutiara Timor Star. Rata-rata skor pada 6 indikator sebesar 4,33 terklarifikasi sangat tinggi. Artinya mayoritas responden memberikan penilaian persepsi kategori sangat tinggi terhadap variabel kepuasan pelanggan bengkel CV Mutiara Timor Star.

Pengaruh Tangibels (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Nilai t_{hitung} lebih besar t_{tabel} ($3,113 > 1,987$) sehingga dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya *tangibels* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa bengkel CV Mutiara Timor Star. Implikasinya jika *tangibels* semakin dikelola dengan baik maka peningkatan kepuasan pelanggan semakin signifikan.

Hal tersebut juga relevan dengan hasil analisis deskripsi variabel penelitian, dimana capaian skor rata-rata pada aspek tangibel mendapat tanggapan yang tinggi atau baik dari pelanggan bengkel CV Mutiara Timor Star (4,1). Ini berarti pelanggan jasa bengkel CV Mutiara Timor Star memiliki persepsi bahwa *tangibels* yang diberikan bengkel CV Mutiara Timor Star sesuai yang diharapkan.

Hubungan yang secara parsial signifikan antara variabel *tangibels* terhadap kepuasan pelanggan juga diperkuat dengan pendapat Tjiptono (2014 : 282) mengatakan bukti fisik (*tangibels*) merupakan bukti nyata atau atribut mengenai penampilan fisik, peralatan, personil, dan bahan-bahan komunikasi. Semakin menunjangnya fasilitas fisik yang disediakan pihak bengkel CV Mutiara Timor Star, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa bengkel.

Pengaruh Reliability (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Nilai t_{hitung} lebih besar t_{tabel} ($6,911 > 1,987$) sehingga dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya *reliability* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa bengkel CV Mutiara Timor Star. Implikasinya adalah jika *reliability* semakin dikelola dengan baik maka peningkatan kepuasan pelanggan semakin signifikan.

Hal tersebut juga relevan dengan hasil analisis deskripsi dimana mayoritas responden memberikan penilaian yang berkategori sangat tinggi dengan nilai rata-rata untuk variabel *reliability* sebesar 4,31. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden mempresepsikan bahwa *reliability* pada bengkel CV Mutiara Timor Star baik sehingga pelanggan merasa puas.

Hubungan yang secara parsial signifikan antara variabel *reliability* terhadap kepuasan pelanggan juga diperkuat dengan pendapat Parasuraman *et al*, 1998 (dalam Lupiyoadi dan Hamdani, 2006) yang mengatakan kehandalan (*reliability*) merupakan kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

Pengaruh Responsiveness (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Nilai t_{hitung} lebih kecil t_{tabel} ($0,074 < 1,987$) sehingga dapat dikatakan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya dimensi *responsiveness* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa bengkel CV Mutiara Timor Star. Implikasinya adalah *responsiveness* tidak dikelola dengan baik sehingga tidak dapat memberikan kepuasan yang signifikan terhadap jasa bengkel.

Pengaruh Assurance (X4) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Nilai t_{hitung} lebih kecil t_{tabel} ($0,074 < 1,987$) sehingga dapat dikatakan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya dimensi *assurance* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa bengkel CV Mutiara Timor Star. Implikasinya adalah *assurance* tidak dikelola dengan baik, sehingga tidak dapat memberikan kepuasan yang signifikan terhadap pelanggan jasa bengkel.

Pengaruh Emphaty (X5) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Nilai t_{hitung} lebih besar t_{tabel} ($5,662 > 1,987$) sehingga dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya *emphaty* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa bengkel CV Mutiara Timor Star. Implikasinya adalah jika *emphaty* semakin dikelola dengan baik maka peningkatan kepuasan pelanggan semakin signifikan

Hal tersebut relevan dengan hasil analisis deskripsi dimana mayoritas responden memberikan penilaian yang terkategori sangat tinggi yaitu dengan nilai rata-rata untu variabel *emphaty* 4,30. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden mempresepsikan bahwa *emphaty* pada bengkel CV Mutiara Timor Star sangat baik sehingga pelanggan merasa puas.

Hal ini sesuai dengan pendapat Parasuraman *et al.*, (1998) yang mengatakan empati (*emphaty*) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Pengaruh Variabel Bebas Secara Simultan Terhadap Variabel Terikat.

Nilai F hitung sebesar 29,436 yang lebih besar dibandingkan F tabel sebesar 2,32, sehingga hipotesis keenam yang menyatakan bahwa variabel *tangibels*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dinyatakan diterima.

Berdasarkan hipotesis keenam dapat diinterpretasikan bahwa kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan pendapat Tjiptono (2007:35) mengatakan bahwa kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Jika yang diterima atau dirasakan (*percieved service*) sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas layanan dipresepsikan baik dan memuaskan, dan jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas layanan dipresepsikan sangat baik dan berkualitas. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk menggunakan tempat yang sama.

SIMPULAN

1. Mayoritas responden memberikan penilaian dengan kategori tinggi pada variabel *tangibels*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* sedangkan variabel *reliability* mayoritas responden memberikan penilaian dengan sangat tinggi. Begitupun dengan

variabel kepuasan pelanggan jasa bengkel mendapatkan skor capaian rata-rata tanggapan sangat tinggi.

2. Variabel *tangibels* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa bengkel CV Mutiara Timor Star. Implikasinya jika variabel *tangibels* dikelola dengan baik maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan jasa bengkel CV Mutiara Timor Star semakin signifikan.
3. Variabel *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa bengkel CV Mutiara Timor Star. Implikasinya jika variabel *reliability* dikelola dengan baik maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan jasa bengkel CV Mutiara Timor Star.
4. Variabel *responsiveness* secara parsial berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa bengkel CV Mutiara Timor Star. Implikasinya jika variabel *responsiveness* dilaksanakan dengan baik maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan jasa bengkel CV Mutiara Timor Star.
5. Variabel *assurance* secara parsial berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa bengkel CV Mutiara Timor Star. Implikasinya jika variabel *assurance* dilaksanakan dengan baik maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan jasa bengkel CV Mutiara Timor Star.
6. Variabel *emphaty* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa bengkel CV Mutiara Timor Star. Implikasinya jika variabel *emphaty* dikelola dengan baik maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan jasa bengkel CV Mutiara Timor Star.
7. Variabel *tangibels*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa bengkel CV Mutiara Timor Star. Dimana implementasinya adalah apabila kelima variabel ini dikelola dengan baik (semakin ditingkatkan) maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan jasa bengkel.

Daftar Pustaka

- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi dan Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua*. Penerbit Salemba Empat:Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua*. Salemba Empat. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta:Andi

Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi 3. Andi:Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa, Prinsip, dan Penelitian. Andy Offset: Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2015. Strategi Pemasaran. Edisi 4. Andi Offset, Yogyakarta.