

**“PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN”**

(Studi kasus pada konsumen Indojoya Suzuki Jombor)”

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Jordan Simon Kambuno

NIM : 11110055

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2017

**“PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN**

(Studi kasus pada konsumen Indojoya Suzuki Jombor)”

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat – Syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi

Disusun Oleh:

JORDAN SIMON KAMBUNO

Nim : 11110055

Jurusan : manajemen

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

“PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN”

(Studi kasus pada konsumen Indojaya Suzuki Jombor)”

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

Jordan Simon Kambuno

NIM : 11110055

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi pada tanggal 07 JUL 2017

Nama Dosen

1. Dra. Ambar Kusuma Astuti, M.Si :

(Ketua Tim)

2. Drs. Singgih Santoso, MM :

(Dosen Penguji)

3. Lucia Nurbani Kartika, S.Pd, MM :

(Dosen Penguji)

Tanda Tangan

Yogyakarta, 10 JUL 2017

Disahkan oleh:

Dekan,



DR. Singgih Santoso, MM.

Wakil Dekan I Manajemen,

Dr. Sisnuhadi, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

“Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Indojoya Suzuki Jombor)” Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasi sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 22-05-2017

Penulis,


Jordan Simon Kambuno

HALAMAN MOTO

**”Buat Tujuan Yang Tinggi, dan Jangan Berhenti Hingga Kamu
Mencapainya”**

©UKDW

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan kebijaksanaan dan berkat-Nya.

Kedua orangtuaku tercinta Simon Tangdilintin Maria Padendenan dan kakak
tercinta Novita Pindan Simon

Kakak Lyta dan keluarga besar di Makassar dan Toraja

Dedi, Owen, Liber, Inno, Wawan, Jeff, Mario, Mas Feb dan Humrey

David, stevanli, Gerry, Beny, Alvin, Dana, Frengky, Adam Tumonglo, Fajar, Mario

Maspaitela dan teman-teman seperjuangan untuk menjadi sarjana

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis persembahkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, rahmat, dan kasih-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi kasus pada konsumen Indojoya Suzuki Jombor)”**.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Duta wacana Yogyakarta. Penulisan skripsi ini tidak akan terlaksana dan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan, dukungan serta kerjasama dari berbagai pihak yang dengan tulus dan rela mengorbankan waktu dan pikiran untuk membimbing penulis sampai penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr.Singgih Santoso ., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Duta wacana.
2. Drs,Singgih Santoso selaku dosen pembimbing I, yang telah banyak memberikan bimbingan, koreksi, dan saran dalam penulisan skripsi ini.
Sege nap karyawan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta wacana.
3. Kedua orang tua Simon Tangdilintin Maria Padendenan dan Kakak Novoita Pindan Simon yang selalu memberikan dukungan doa, kasih sayang, nasehat, dan memberikan penghidupan yang layak bagi penulis.

4. Kakak Lyta Lubis yang selalu memberikan masukan dukungan doa, kasih sayang, nasehat dan selalu memberikan semangat dalam perkuliahan dan melakukan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
5. Saudara-saudaraku yang memberikan masukan-masukan yang berguna bagi terwujudnya pembuatan skripsi ini.
6. Teman-teman di Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta wacana yang telah memberikan doa dan dorongan dalam pembuatan skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungan semangat, dukungan doa serta terimakasih atas bantuannya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca untuk menyempurnakan tulisan ini.

Yogyakarta,JUNI 2017

Jordan Simon Kambuno

NIM: 11110055

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN DAFTAR ISI.....	viii
HALAMAN DAFTAR TABEL	xi
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	xii
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN	xiii
HALAMAN ABSTRAK.....	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	
Latar Belakang Masalah	1
Rumusan Masalah	3
Tujuan Penelitian	3
Manfaat Penelitian	4

Secara Akademis	4
Secara Praktis	4
BAB II LANDASAN TEORI	
Pemasaran	6
Pengertian Pemasaran	6
Kualitas Produk	7
Kualitas layanan	8
Dimensi Kualitas Layanan	11
Kepuasan Pelanggan / Konsumen	12
Kerangka Pemikiran Teoritis	16
Pengembangan Hipotesis	17
BAB III METODE PENELITIAN	
Variabel Penelitian	19
Variabel Penelitian	19
Penentuan Sampel	20
Populasi dan Sampel	20
Teknik Pengambilan Sampel	22
Metode Pengumpulan Data.....	22
Teknik Pengumpulan Data	22
Teknik Pengolahan Data	22
Deskriptif Kualitatif	23
Analisis Kuantitatif	23
Teknik Analisis Data	23

Uji Reliabilitas dan Validitas	23
Uji Reliabilitas	23
Uji Validitas	24
Analisis regresi Linier Berganda.....	25
Uji Hipotesis.....	25
Uji F.....	25
Uji t	26
Koefisien Determinasi	26
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
Karakteristik Responden	28
Analisis Kuantitatif	33
Hasil Uji Validitas	33
Hasil Uji Realibilitas	34
Metode Analisis Data	35
Analisis Regresi linier Berganda.....	35
Uji F	36
Uji t	37
Pembahasan	41
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
Kesimpulan	45
Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	29
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden	30
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	30
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	31
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku	32
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan ..	32
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas	34
Tabel 4.8	Hasil Uji Realibilitas	35
Tabel 4.9	Regresi Linier Berganda	36
Tabel 4.10	uji F	36
Tabel 4. 11	Uji t	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Penelitian Empiris	17
------------	--------------------------------	----

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner	49
LAMPIRAN 2 Hasil Penelitian	55
LAMPIRAN 3 Hasil Olah Data SPSS	67
LAMPIRAN 4 Surat Ijin BAPEDA	74
LAMPIRAN 5 Tabel Person Product Moment	76
LAMPIRAN 6 Tabel f	78
LAMPIRAN 7 Tabel t.....	80

ABSTRAK

‘PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

(Studi kasus pada konsumen Indojoya Suzuki Jombor)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Dealer Indojoya Suzuki Jombor dan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Dealer Indojoya Suzuki Jombor.

Jenis penelitian ini adalah studi kasus. Populasinya adalah seluruh konsumen yang datang ke Dealer Indojoya Suzuki Jombor. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui penyebaran kuesioner.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis presentase, dan regresi linear berganda (Uji F dan Uji T). Berdasarkan hasil analisis didapati bahwa: (1) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Dealer Indojoya Suzuki Jombor (2) berdasarkan dimensi kualitas pelayanan hanya reliability dan assurance yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Dealer Indojoya Suzuki Jombor

Kata kunci : kualitas layanan , kepuasan konsumen, dimensi kualitas layanan.

ABSTRACT

This study aims to determine the simultaneous influence of service quality on customer satisfaction in Indojaya Suzuki, Jombor Dealer also determine the effects of partial dimensions on service quality towards customer satisfaction.

This research is a case study. The population on this research are consumers who come to Indojaya Suzuki, Jombor Dealer. There are a total of 100 samples respondents. The sampling technique used is accidental sampling technique. The data collection technique used is through spreading questionnaires.

The Technical analysis of the data used in this study is the percentage analysis, and also multiple linear regression (F test and T-test). Based on the analysis found that: (1) quality of service influence on customer satisfaction Indojaya Suzuki, Jombor Dealer (2) based on the dimensions of service quality and reliability only assurance that influence customer satisfaction Indojaya Suzuki Jombor Dealer

Keywords : customer satisfaction , quality of service, the dimension of quality service

ABSTRAK

‘PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

(Studi kasus pada konsumen Indojoya Suzuki Jombor)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Dealer Indojoya Suzuki Jombor dan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Dealer Indojoya Suzuki Jombor.

Jenis penelitian ini adalah studi kasus. Populasinya adalah seluruh konsumen yang datang ke Dealer Indojoya Suzuki Jombor. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui penyebaran kuesioner.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis presentase, dan regresi linear berganda (Uji F dan Uji T). Berdasarkan hasil analisis didapati bahwa: (1) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Dealer Indojoya Suzuki Jombor (2) berdasarkan dimensi kualitas pelayanan hanya reliability dan assurance yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Dealer Indojoya Suzuki Jombor

Kata kunci : kualitas layanan , kepuasan konsumen, dimensi kualitas layanan.

ABSTRACT

This study aims to determine the simultaneous influence of service quality on customer satisfaction in Indojaya Suzuki, Jombor Dealer also determine the effects of partial dimensions on service quality towards customer satisfaction.

This research is a case study. The population on this research are consumers who come to Indojaya Suzuki, Jombor Dealer. There are a total of 100 samples respondents. The sampling technique used is accidental sampling technique. The data collection technique used is through spreading questionnaires.

The technical analysis of the data used in this study is the percentage analysis, and also multiple linear regression (F test and T-test). Based on the analysis found that: (1) quality of service influence on customer satisfaction Indojaya Suzuki, Jombor Dealer (2) based on the dimensions of service quality and reliability only assurance that influence customer satisfaction Indojaya Suzuki Jombor Dealer

Keywords : customer satisfaction , quality of service, the dimension of quality service

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam bidang transportasi, kita telah mengenal sepeda motor sebagai salah satu alat transportasi yang biasa digunakan oleh penduduk Indonesia. Hal ini dikarenakan selain praktis dan hemat jika dibandingkan dengan membayar biaya angkutan umum, alasan lain yang mempengaruhi perkembangan sepeda motor di Indonesia adalah untuk mempercepat seseorang apabila akan melakukan perpindahan dari suatu tempat ke tempat lainnya. Itulah alasan mengapa pertumbuhan para pengguna sepeda motor di negara ini makin meningkat setiap tahunnya, bahkan disaat krisis ekonomi yang mengguncang negara ini beberapa tahun lalu pertumbuhan sepeda motor bahkan semakin meningkat. ini menyebabkan perusahaan-perusahaan bersaing dengan ketat dalam produk yang akan di tawarkan kepada konsumen. selain itu konsumen mempunyai banyak macam keinginan untuk mendapatkan barang atau jasa.

Memang benar bila banyak ahli ekonomi mengatakan bahwa kebutuhan ekonomi mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian suatu produk, tetapi untuk pembelian suatu produk tertentu, pengaruh keprilakuan, pola konsumsi masyarakat juga tergantung pada tingkat pendapatan. Hal ini dapat diketahui karena dalam pengertian ekonomi :

Sebuah pasar terdiri dari pelanggan potensial dengan kebutuhan atau keinginan tertentu yang mungkin mau dan mampu untuk mengambil bagian dalam jual beli guna memuaskan keinginan tersebut.

Dari pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa pasar merupakan orang-orang yang memiliki keinginan dan kebutuhan, memiliki uang dan memiliki kemauan untuk membelanjakan sepeda motor.

Menyadari hal tersebut, maka ada sejumlah strategi pemasaran yang dapat ditempuh oleh perusahaan (produsen) untuk menerobos pasar. Salah satu strategi yang dapat digunakan adalah strategi Bauran Pemasaran atau Marketing Mix. Strategi Marketing Mix merupakan alat untuk mengkombinasikan variabel-variabel produk, harga, lokasi, dan promosi agar diperoleh kombinasi yang tepat menuju pada sasaran yang kita inginkan. Strategi ini diharapkan akan efektif untuk merangsang minat konsumen akan suatu produk (termasuk di dalamnya semua atribut yang menyertainya) dapat dipuaskan seoptimal mungkin.

Seiring perkembangan waktu dan makin meningkatnya kebutuhan alat transportasi membawa angin segar bagi perusahaan otomotif terutama di bidang sepeda motor, yang sangat dibutuhkan oleh banyak orang selain harganya terjangkau dan juga mudah dalam perawatannya. Saat ini banyak bermunculan berbagai merek sepeda motor, seperti Honda, Yamaha, Suzuki, dan Kawasaki sebagai pemain utama dalam pasar sepeda motor di Indonesia, yang selalu bersaing untuk merebut minat konsumen untuk membeli produk sepeda motor mereka. Berdasarkan uraian di atas, penulis

tertarik untuk meneliti mengenai pengaruh kualitas layanan, yang dituangkan dalam skripsi dengan judul

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Dealer Indojaya Suzuki Jombor

1.2. Rumusan Masalah

Pokok permasalahan yang menjadi bahan penelitian dibatasi sebagai berikut :
Bagaimana “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen” (Studi Kasus :penjualan kendaraan motor merek Suzuki)
Didalam penelitian ini, dibuat rumusan masalah sebagai focus penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Dealer Indojaya Suzuki Jombor?
2. Apakah dimensi kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Dealer Indojaya Suzuki Jombor?

1.3. Batasan Masalah

Agar pembahasan penelitian ini tidak terlalu luas penelitian ini difokuskan pada :

1. Responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang datang ke Dealer Indojaya Suzuki Jombor.
2. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dimensi kualitas pelayanan (Tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy) dan kepuasan konsumen

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian :

1. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Dealer Indojoya Suzuki Jombor
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Dealer Indojoya Suzuki Jombor

1.5. Manfaat Penelitian

Penulis berharap agar penelitian yang dilakukan ini dapat berguna bagi berbagai pihak, yaitu bagi penulis sendiri, Universitas Kristen Duta Wacana, dan bagi produsen sepeda motor yang di teliti. Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini antara lain :

1. Bagi Produsen Sepeda Motor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan untuk melaksanakan kebijakan dalam usaha mencapai tingkat kepuasan konsumen.

2. Bagi penulis

Penelitian ini semakin menambah wawasan tentang realitas bisnis yang ada, sehingga dapat mengerti penerapan teori yang didapat dengan keadaan sesungguhnya.

3. Bagi Universitas Kristen Duta Wacana

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan masukan yang berguna khususnya bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

1.5.1 Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat mendukung semua mata kuliah dalam bidang Manajemen Pemasaran sehingga dapat mendukung proses pengembangan kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan konsumen.

1.5.2 Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau saran yang bermanfaat bagi Indojoya Suzuki Jombor

©UKDW

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pada Bab IV maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Dealer Indojaya Suzuki Jombor
2. berdasarkan dimensi kualitas pelayanan hanya reliability dan assurance yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Dealer Indojaya Suzuki Jombor

Untuk Variabel yang tidak berpengaruh diantaranya adalah tangibles, responsiveness dan empathy hal ini dikarenakan untuk dimensi tangibles konsumen merasa bahwa bukti fisik sebuah motor dianggap sama seperti produsen motor lainnya oleh karena itu tingkat kepuasan dengan melihat bukti merupakan hal yang wajar sehingga tingkat kepuasan masih dibilang setara dengan produsen lainnya. Untuk responsiveness menurut persepsi konsumen bisa diartikan ketanggapan produsen melayani keluhan konsumen hal ini juga sama dengan konsep pelayanan yang diberikan oleh produsen lainnya oleh karena itu tidak ada pengaruhnya sedangkan untuk empathy yang dibangun dalam kasus ini juga dianggap tidak berpengaruh dikarenakan konsumen tidak menjalin relasi

yang baik dengan konsumen dikarenakan konsumen hanya sekedar menggunakan dan tidak menghiraukan hubungan dalam jangka panjangnya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan bahwa hanya reliability dan assurance yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Dealer Indojaya Suzuki Jombor maka ada beberapa saran yang dapat penulis berikan pada perusahaan. Mengingat bahwa dalam penelitian terdapat 2 variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan tersebut maka untuk tangible, responsiveness dan empathy dari dealer Suzuki harus ditingkatkan.

Untuk tangible berdasarkan observasi, penataan ruang tunggu perlu dilakukan pembenahan agar konsumen dalam menunggu merasa nyaman, dan perlu adanya sebuah audio (sound sistem) yang memutar music sehingga konsumen tidak merasa bosan.

Untuk responsiveness maka perlunya penambahan karyawan guna melayani secara cepat agar konsumen puas dengan menggunakan jasa yang Dealer Indojaya Suzuki Jombor berikan. Dan untuk empathy maka perlunya sebuah hubungan yang baik antara karyawan Dealer Indojaya Suzuki Jombor dengan konsumen diantaranya adalah karyawan perlu menerapkan salam senyum sapa dan bersikap ramah terhadap konsumen

DAFTAR PUSTAKA

- Atmawati dan Wahyudin. 2004. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departemen Store di Solo Grand Mall", Tesis, Program Pasca Sarjana UMS, Surakarta.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan. Penerbit Universitas Diponegoro.
- D. A. Garvin. 1994. *Kualitas Produk : Alat strategi yang penting*. Free Press : Jakarta
- Engel, J.F.; et al, 1990; *Consumer Behavior, 6 th ed*, Chicago : The Dryden. Press.
- Fandy Tjiptono, 2004, *Strategi Pemasaran, edisi kedua*, Andi,. Yogyakarta
- Fandy, Tjiptono, 2000 *.Manajemen Jasa , Andy, Yogyakarta*
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Badan. Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- J. Supranto. 2009. *Statistik Teori dan Aplikasi Edisi Ketujuh*. Jakarta
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks. Kelompok Gramedia.
- Leedy, 1997, "Practical Research: *Planing and Design*", Merrill-Prentice Hall, New Jersey.
- Lewis, B.R. and Mitchell, V.W. 1990, "Defining and measuring the quality of customer service", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 8, No. 6, pp. 11-17.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Rangkuti, Freddy 2002. *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Analisis Kasus PLN-JP*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- RG Cooper, EJ Kleinschmidt. 1987 *Journal of product innovation management* 4 (3), 169-184

Richard A., and Spreng. et al. 1996. *Information Processing. Asia Pacific Association for Consumer and Business Studies*

Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.

Sugiyono. 2007. “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*”. Bandung: Alfabeta

Wilkie, L. William, 1994 . *Consumer Behavior*, Edisi Ketiga, (United States of America : John Wiley and Sons INC,).

©UKDW