

**“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MIROTA BATIK
YOGYAKARTA”**

SKRIPSI



Disusun oleh:

RIYAN ANUGERAH TANDI

NIM: 11120046

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2016

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MIROTA BATIK
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi

Disusun oleh :

RIYAN ANUGERAH TANDI

NIM: 11120046

Program Studi: MANAJEMEN

**FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2016

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI MIROTA BATIK YOGYAKARTA**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

RIYAN ANUGERAH TANDI

11120046

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 25 Januari 2016

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dr. Singgih Santoso, MM :
(Ketua Tim)

2. Dra. Ambar Kusuma Astuti, MSi :
(Dosen Penguji)

3. Petra Surya Mega Wijaya, SE, MSi :
(Dosen Penguji)



Yogyakarta, 25 Januari 2016

Disahkan oleh:

Dekan,

Wakil Dekan I Manajemen,



Dr. Singgih Santoso, MM



Petra Surya Mega Wijaya, SE, MSi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MIROTA BATIK YOGYAKARTA

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 informasinya 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, 12 Januari



Riyan Anugerah Tandi

11120046

HALAMAN KATA MUTIARA

“impian tidak akan terwujud dengan sendirinya. Kamu harus segera bangun dan berupaya untuk mewujudkannya”

“seberat apapun beban masalah yang kamu hadapi saat ini, percayalah bahwa semua itu tak pernah melebihi batas kemampuan kamu”

“jika anda memiliki sebuah mimpi yang sangat indah, maka ingatlah bahwa tuhan memberikan kekuatan untuk membuatnya menjadi nyata”

“segala sesuatu yang muda dicapai, pasti mudah menghilang”

“segala masalah pasti ada penyelesaiannya, tergantung bagaimana kita menyelesaikannya, apakah membiarkan atau menghadapinya”

“doa memberikan kekuatan pada orang yang lemah, membuat orang tidak percaya menjadi percaya dan memberikan keberanian pada orang yang ketakutan”

“saya harus sukses, karena sukses adalah hak saya!!”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada.

Tuhan Yesus Kristus

Orangtua Saya Tercinta, Bapak, Mama dan Kakak-Kakak Saya

Dosen Pembimbing Skripsi Saya, Dr. Singgih Santoso, MM.

Teman-Teman Kuliah UKDW

Universitas Kristen Duta Wacana.

©UKDW

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada ALLAH didalam nama Tuhan Yesus Kristus, sebab atas pertolongan dan campur tangan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Mirota Batik Yogyakarta”**. tujuan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Kristen Duta Wacana, Yogyakarta.

Selain itu, dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan banyak bantuan dan dorongan dari berbagai pihak sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. ALLAH didalam Nama Yesus Kristus dengan kasih setia-Nya menolong saya dalam setiap kesulitan yang saya alami.
2. Orang tua saya yang selalu memberikan nasehat dan dukungan baik moral maupun materi sehingga skripsi saya dapat selesai dengan baik.
3. Dr. Singgih Santoso, MM selaku dosen pembimbing saya yang selalu menunggu dan selalu sabar untuk terus memberikan bimbingan dan bantuannya selama proses penyusunan skripsi saya.
4. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh pegawai Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.
5. kakak-kakak saya yang selalu memberikan nasehat dan dukungan baik moral maupun materi sehingga skripsi saya dapat selesai dengan baik.
6. Perpustakaan UKDW yang memberikan saya referensi buku yang terkait dalam penyelesaian skripsi ini.

7. Teman-teman kuliah saya yang lainnya di Universitas Kristen Duta Wacana, terima kasih atas bantuan dan dukungan yang kalian berikan kepada saya.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidaklah sempurna karena keterbatasan dari kemampuan dan pengetahuan Penulis. Oleh karena itu, penulis menerima segala bentuk kritik, saran, dan masukan dari semua pihak guna membuat skripsi ini lebih baik. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak lainnya.

Yogyakarta, 20 Desember 2015

Penyusun

Riyan Anugerah Tandi

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| HALAMAN PENGESAHAN | i |
| PERYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | ii |
| HALAMAN KATA MUTIARA | iii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | vii |
| ABSTRAK | xii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 3 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 3 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 3 |
| 1.5. Batasan Penelitian | 4 |
| 1.6. Sistematika Pembahasan | 4 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 6 |
| 2.1. Pengertian Pemasaran | 6 |
| 2.2. Konsep pemasaran | 7 |
| 2.3. Perilaku Konsumen | 8 |
| 2.4. Kualitas Pelayanan | 9 |
| 2.4.1. Pengertian Kualitas Pelayanan | 9 |
| 2.4.2. Tujuan dan Manfaat Pelayanan | 10 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 2.4.3. | Dimensi Pengukuran Kualitas Pelayanan | 12 |
| 2.5. | Kepuasan Konsumen | 14 |
| 2.5.1. | Pengertian Kepuasan Konsumen | 14 |
| 2.5.2. | Konsep Kepuasan Konsumen | 14 |
| 2.5.3. | Faktor dalam Menentukan Tingkat Kepuasan | 17 |
| 2.5.4. | Ciri-Ciri Konsumen Yang Puas | 18 |
| 2.5.5. | Tipe Kepuasan dan Ketidakpuasan Konsumen ... | 19 |
| 2.5.6. | Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen | 20 |
| 2.6. | Kerangka Pemikiran | 21 |
| 2.7. | Hipotesis | 22 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | 24 |
| 3.1. | Objek Penelitian | 24 |
| 3.2. | Jenis Penelitian | 24 |
| 3.3. | Populasi dan Sampel Penelitian | 24 |
| 3.4. | Teknik Pengumpulan Data | 25 |
| 3.5. | Sumber Data | 26 |
| 3.6. | Variabel Penelitian | 26 |
| 3.7. | Definisi Operasional Variabel | 27 |
| 3.8. | Pengukuran Variabel | 29 |
| 3.9. | Metode Analisis Data | 30 |
| 3.9.1. | Uji Validitas | 30 |
| 3.9.2. | Uji Reabilitas | 31 |

| | |
|---|-----------|
| 3.9.3. Analisi Regresi Linier Berganda | 32 |
| 3.9.4. Koefisien Determinasi (R^2) | 33 |
| 3.9.5. Uji Serempak (Uji F) | 33 |
| 3.9.6. Uji Parsial (Uji T) | 34 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN | 36 |
| 4.1. Statistik Deskriptif | 36 |
| 4.2. Hasil Pengolahan Data | 36 |
| 4.2.1. Uji Validitas | 36 |
| 4.2.2. Uji Reabilitas | 38 |
| 4.2.3. Analisis Prosentase | 39 |
| 4.2.4. Koefisien Determinasi (R^2) | 43 |
| 4.2.5. Uji F (F test) | 44 |
| 4.2.6. Uji t (t test) | 46 |
| 4.2.7. Analisis Regresi Linier Berganda | 50 |
| 4.3. Pembahasan | 52 |
| BAB V PENUTUP | 54 |
| 5.1. Kesimpulan | 54 |
| 5.2. Saran | 55 |
| DAFTAR PUSTAKA | 57 |
| LAPIRAN | 58 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas | 37 |
| Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas | 38 |
| Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 39 |
| Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Usia | 40 |
| Tabel 4.5 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan | 41 |
| Tabel 4.6 Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan | 42 |
| Tabel 4.7 Jumlah responden Frekuensi Berbelanja Dalam 1 Bulan | 42 |
| Tabel 4.8 Analisis Regresi Untuk Koefisien Determinasi (R^2) | 44 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji F (f test) | 45 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji T dan Hasil Regresi linier Berganda | 46 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1. Konsep Kepuasan Pelanggan | 16 |
| Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran | 22 |

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|----|
| Lampiran A Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas | 58 |
| Lampiran B Hasil Uji Prosentase | 61 |
| Lampiran C Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) | 64 |
| Lampiran D Hasil Uji F | 65 |
| Lampiran E Hasil Uji T | 66 |
| Lampiran F Kuesioner | 67 |
| Lampiran G Surat Keterangan / Ijin | 71 |

©UKDW

ABTRAKS

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di mirota batik Yogyakarta.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Adapun metode pengambilan sampel dengan menggunakan purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, analisis prosentase, koefisien determinasi, uji F, uji t, dan analisis regresi berganda.

©UKDW

ABSTRACT

This study was conducted to examine the effect of service quality on customer satisfaction in Mirota Batik Yogyakarta.

The sample used in this research were 100 respondents. The method of sampling using purposive sampling. Data analysis method used is quantitative analysis using validity and reliability test, the percentage analysis, coefficient of determination, the F test, t test, and multiple regression analysis.

©UKDW

ABTRAKS

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di mirota batik Yogyakarta.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Adapun metode pengambilan sampel dengan menggunakan purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, analisis prosentase, koefisien determinasi, uji F, uji t, dan analisis regresi berganda.

©UKDW

ABSTRACT

This study was conducted to examine the effect of service quality on customer satisfaction in Mirota Batik Yogyakarta.

The sample used in this research were 100 respondents. The method of sampling using purposive sampling. Data analysis method used is quantitative analysis using validity and reliability test, the percentage analysis, coefficient of determination, the F test, t test, and multiple regression analysis.

©UKDW

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan jaman, perkembangan industri retail berkembang sangat pesat di Indonesia. Berbagai macam bentuk usaha retail dari yang kecil sampai yang besar mulai bermunculan dan sebagian besar bisnis retail tidak hanya beroperasi secara lokal, tetapi sudah berkembang secara nasional. Perkembangan ini menunjukkan bahwa peluang bisnis di dunia retail cukup baik dan berpotensi besar di masa yang akan datang.

Oleh karena itu perusahaan yang bergerak dibidang retail harus menyesuaikan diri dengan perubahan yang ada serta memiliki keunggulan kompetitif di dunia retail. Keunggulan kompetitif dapat dicapai melalui penjualan barang yang berkualitas, harga yang relatif murah, dan kualitas pelayanan yang baik, sehingga kepuasan konsumen dapat tercapai. Salah satu cara untuk mencapai kepuasan konsumen adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Dengan tercapainya kepuasan konsumen maka terciptalah keharmonisan suatu perusahaan dan konsumennya, terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan retail tersebut.

Menurut Kotler Philip (1997:36) Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya. Pelanggan merasa puas kalau harapan mereka terpenuhi, dan merasa amat gembira kalau harapan mereka terlampaui. Pelanggan yang puas cenderung tetap loyal lebih lama, membeli lebih

banyak, kurang peka terhadap perubahan harga dan pembicaraannya menguntungkan perusahaan. Menurut Tjiptono Fandy (2005:134) kepuasan konsumen tercapai bila kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan terpenuhi, maka kepuasan konsumen telah tercipta.

Yogyakarta adalah salah satu kota besar yang ada di Indonesia dengan potensi besar untuk usaha retailnya. Di kota ini, terdapat banyak usaha retail dari yang kecil sampai yang besar. Salah satu usaha retail yang sudah sangat terkenal di Yogyakarta adalah Mirota Batik. Mirota Batik berlokasi di Jl. Jendral Ahmad Yani no 9 kota Yogyakarta dan terletak dipusat kota Yogya. Mirota Batik menyediakan barang-banrang seperti batik dan kerajinan khas dari Yogyakarta dengan beratmosphare khas nuansa etnik dan mistik yang menjadi cir khas kota Yogya.

Mengingat persaingan yang semakin ketat di dunia retail maka Mirota Batik harus memperhatikan pentingnya kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Karena kualitas pelayanan merupakan kunci dari kesuksesan bisnis retail. Informasi tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat menjadikan suatu masukan bagi perusahaan untuk dijadikan dasar perbaikan dalam menentukan strategi pemasaran suatu perusahaan. Maka dari itu berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Mirota Batik Yogyakarta”**

1.2. Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang masalah yang telah disampaikan maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

Apakah kualitas pelayanan di Mirota Batik Yogyakarta berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian permasalahan maka penelitian ini bertujuan untuk:

Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Mirota Batik Yogyakarta.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dilakukan ini adalah:

1. Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini akan menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis khususnya mengenai kualitas pelayanan terhadap konsumen.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi atau pertimbangan bagi Mirota Batik untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat menjadikan masukan atau perbandingan dalam menghadapi persoalan serupa dan merupakan sumbangan pemikiran yang bermanfaat khususnya dalam bidang pemasaran.

1.5. Batasan Penelitian

Batasan penelitian dimaksudkan untuk membatasi ruang lingkup pekerjaan yang dilaksanakan dengan tujuan untuk memperkecil masalah yang ada. Adapun batasan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 20 oktober s/d 20 november 2015
2. Lokasi penelitian dan pengambilan data hanya pada lingkup Mirota Batik Yogyakarta dan para konsumennya.
3. Variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 dimensi (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan kepuasan konsumen) telah disesuaikan berdasarkan topik yang akan diteliti.

1.6. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika dari penulisan skripsi ini adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang dasar-dasar teori ilmu manajemen yang berhubungan dengan judul skripsi atau hal-hal yang mendukung dalam penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metodologi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian berdasarkan alat analisis yang digunakan.

BAB IV ANALISIS DATA

Bab ini berisi tentang pengolahan dan analisis data berdasarkan data yang telah dikumpulkan sesuai dengan tujuan penelitian dengan menggunakan alat analisis yang telah ditentukan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan akhir yang didapat dari hasil analisis data yang berkaitan dengan permasalahan dan juga berisi saran-saran berdasarkan kesimpulan.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada BAB IV maka akan diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut $Y = 10.037 + 0,457 X_1 + 0,189 X_2 + 0,121 X_3 + 0,372 X_4 + (-0,013) X_5$.

Berdasarkan analisis regresi linier berganda, maka dapat dilihat bahwa yang paling berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen adalah variabel *tangibles*. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,457 (45,7%) dan nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05.

Variabel *reliability* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,189 (18,9%) dan nilai signifikansi sebesar 0,186 yang jauh di atas 0,05. Variabel *responsiveness* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,121 (12,1%) dan nilai signifikansi sebesar 0,386 yang jauh di atas 0,05. Variabel *assurance* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,372 (37,2%) dan nilai signifikansi sebesar 0,062 yang jauh di atas 0,05.

Sedangkan variabel *empathy* tidak berpengaruh positif dan juga tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar -0,013 dan nilai signifikansi sebesar 0,941 yang jauh di atas 0,05.

Pada pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F (secara bersama-sama atau simultan) dapat dijelaskan bahwa kelima variabel yaitu *tangibles* (X_1),

reliability (X_2), *responsiveness* (X_3), *assurance* (X_4), dan *empathy* (X_5) terhadap variabel terikat kepuasan konsumen (Y) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan dari nilai F hitung sebesar 15,492 dengan angka signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Nilai koefisien determinasi (R^2) yang dihasilkan adalah 0,423 yang berarti variabilitas variabel dependen (keputusan konsumen) yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independen (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*) sebesar 42,3%. Sedangkan sisanya ($100\% - 42,3\% = 57,7\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah diperoleh, dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Mempertahankan atau meningkatkan variabel *tangibles* (aspek-aspek nyata yang dapat dilihat secara fisik) karena dalam penelitian ini, variabel inilah yang bernilai positif dan signifikan serta sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dan sebaiknya pihak Mirota Batik perlu meningkatkan variabel *reliability* (kemampuan untuk menunjukkan atau melaksanakan service yang dijanjikan secara tepat dan dapat dipercaya), variabel *responsiveness* (kerelaan untuk membantu pelanggan dan memberikan service yang tepat), *assurance* (memberikan kepercayaan dan keyakinan kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa aman atau

terjamin), *empathy* (perhatian kepada pelanggan) agar dapat memberikan kepuasan yang lebih terhadap pelanggan.

2. Penelitian yang akan datang

- a. Diharapkan bagi penelitian yang akan datang, sampel yang digunakan lebih banyak sehingga hasil dari analisis dari penelitian yang didapatkan akan lebih akurat.
- b. Melakukan penelitian dengan aspek yang sama dengan menambahkan variabel yang menyangkut aspek tersebut untuk lebih mengetahui variabel-variabel lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen, diluar variabel yang telah diteliti oleh penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- Dhavmmestha ,Swastha, Basu dan Irawan. 2005, **Manajemen Pemasaran Modern**, Liberty, Yogyakarta.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2007. **Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas**. Indeks : Jakarta
- Kotler, Philip dan Gary, Armstrong, 2003, **Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kesembilan**, Jakarta, PT. Indeks Gramedia.
- Lovelock, Christopher H. dan Lauren K. Wright. 2007. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Cetakan II. Indeks. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. **Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Pertama**. Salemba Empat: Jakarta.
- Ratminto dan Atik Winarsih. 2005. **Manajemen Pelayanan**. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2001. **Strategi Pemasaran. Edisi Pertama**. Andi Ofset.Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2003. **Total Quality Manajemen. Edisi Revisi**. Andy: Yogyakarta.