

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI RAY DIGITAL YOGYAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi
Syarat-syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis
Universitas Kristen Duta Wacana
Yogyakarta

Disusun oleh :

ALFRITZ JAMES WHITNEY

11120073

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA
2016**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI RAY DIGITAL YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

ALFRITZ JAMES WHITNEY

11120073

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2016

**Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan
Konsumen di Ray Digital Yogyakarta**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi

Disusun Oleh:

ALFRITZ JAMES WHITNEY

NIM : 11120073

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2015

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI RAY DIGITAL YOGYAKARTA

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

ALFRITZ JAMES WHITNEY

11120073

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 **21 JAN 2016**

Nama Dosen

1. Petra Surya Mega Wijaya, SE, MSi
(Ketua Tim)
2. Dr. Singgih Santoso, MM
(Dosen Penguji)
3. Ambar Kusuma Astuti, SE.,M.Si
(Dosen Penguji)

Tanda Tangan



26 JAN 2016
Yogyakarta,

Disahkan oleh:

Dekan,



Dr. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen,



Petra Surya Mega Wijaya, SE, MSi

HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul "ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RAY DIGITAL 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 saya.

Yogyakarta, 12/01/2016



(Alfritz James Whitmey)

11120073

MOTTO

Jangan Tunda Sampai Besok Apa yang
Bisa Kau Kerjakan Hari Ini.

©UKDW

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, hanya dengan rahmat hadaya-Nyalah penulis dapat menyelesaikan karya yang sederhana ini.

Karya ini dipersembahkan untuk :

- Ayah dan Ibu yang tercinta, terimakasih atas cinta, kasih sayang, dan doanya yang selalu menyertaiiku.
- Nenek yang tersayang Maria Babakan yang selalu mendukung dan berdoa atas saya bisanya menyelesaikan karya ilmiah ini .
- Adik-adikku, Adrian, Angel dan Alvin yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepadaya.
- Sahabat - sahabatku, Heldios, Eric, Ebet, Tonodan Stefi yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepadaya.
- Teman – teman semua, terimakasih atas kebersamaan, bantuan, dan motivasinya selama ini.
- Siapapun dan apapun yang mengakui keberadaanku, terimakasih telah sama-sama berjuang dalam mengarungi hidup ini.
- Almamater.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan Anugrah-Nya sehingga skripsi dengan judul “ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RAY DIGITAL YOGYAKARTA” dapat diselesaikan dengan baik. Penulisan skripsi ini digunakan untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar sarjana S1 Jurusan Manajemen Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Duta Wacana.

Bimbingan, dorongan, kesabaran dan bantuan dari pengajar, rekan – rekan serta ketulusan hati dan keramahan dari banyak pihak, sangat membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ini menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Singgih Santoso MM, selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran, kasih sayang, dan perhatian dalam memberikan pengarahan dan petunjuk demi terselesaikannya skripsi ini.
2. Kedua orang tua saya dan keluarga saya yang telah memberikan kasih sayang, semangat, materi, serta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Teman - teman Manajemen angkatan 2012 khususnya dan seangkatan yang lain, terima kasih atas segala bantuan yang diberikan selama ini.
4. Seluruh responden yang bersedia meluangkan waktu dan pikiran untuk membantu penelitian ini.
5. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun yang akan

penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun yang akan digunakan demi perbaikan di masa yang akan datang. Besar harapan, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 12 Januari 2016



Alfriz James Whitney

©UKDM

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian	2
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Batasan Masalah.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	4
2.1.1 Pemasaran	4
2.1.2.1 Dimensi Kualitas Layanan	7
2.1.3 Kepuasan Konsumen.....	8
2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis	11
2.3 Hipotesis.....	12
2.4 Penelitian Terdahulu	13

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	16
3.2 Populasi dan Sempel	16
3.3 Jenis Data dan Sumber	17
3.4 Metode Pengumpulan Data	18
3.4.1 Metode Kuisisioner.....	19
3.4.2 Metode Wawancara.....	19
3.4.3 Observasi.....	19
3.5 Definisi Operasional Operasi	20
3.6 Skala Pengukuran Variabel	23
3.7 Metode Analisis Data	25
3.7.1 Uji Validitas dan Reabilitas	25
3.7.4 Analisis Regresi Berganda	27
3.7.5 Uji F	28
3.7.6 Uji t	29

BAB VI ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden	30
4.2 Analisis Kuantitatif	35
4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	35
4.2.2 Hasil Uji Realibilitas	36
4.2.3 Koefisien Determinasi R^2	37
4.3.4 Hasil Uji F.....	38
4.2.5 Hasil Uji t	39
4.3 Pembahasan.....	42

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	45
5.2 Saran-Saran	45

DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN – LAMPIRAN	53

©UKDW

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Skala Likert	19
Tabel 2.1 Skala Likert	24
Tabel 2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelamin	31
Tabel 2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	32
Tabel 2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	32
Tabel 2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	33
Tabel 2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan	34
Tabel 2.7 Hasil Uji Validitas.....	35
Tabel 2.8 Hasil Uji Realibilitas.....	37
Tabel 2.9 Koefisien Determinasi R^2	37
Tabel 2.10 Hasil Uji f.....	38
Tabel 2.11 Hasil Uji t.....	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Penelitian Empiris.....	11
--	----

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner

Lampiran 2 Uji Validitas dan Realibilitas

Lampiran 3 Karakteristik Responden

Lampiran 4 Regresi Linier Berganda

©UKDW

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Ray Digital pada konsumen di Yogyakarta. Selain itu, untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas layanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen Ray Digital.

Responden dalam penelitian ini berjumlah 46 orang, dan metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan data primer dengan penyebaran kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang sebelumnya sudah dilakukan uji instrumen, dan uji hipotesis. Hasil uji determinasi pada di sini, diketahui bahwa nilai adjusted R^2 adalah 0,797 yang berarti variabel-variabel dependen (kepuasan konsumen terhadap Ray Digital) yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independent (Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Kepedulian) sebesar 92,7%. Sedangkan sisanya ($100\% - 79.7\% = 20,3\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti

Berdasarkan data yang telah di olah dan hasil yang telah diperoleh dari pengujian dengan menggunakan SPSS maka terlihat ada tiga variabel X (keandalan, dan kepedulian) yang berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan konsumen) terhadap Ray Digital, dan ada dua variabel X (Bukti fisik, dan Assurance) yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y (kepuasan konsumen) terhadap Ray Digital.

Kata kunci: Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Kepedulian, Kepuasan Konsumen

Abstract

This study aims to determine whether there was a significant effect of service quality on customer satisfaction to Ray Digital on consumers in Yogyakarta, and to determine the effect of service quality variables partially on consumer satisfaction Ray Digital.

Respondents amounted were 46 people, and the data collection methods used in this research using primary data by distributing questionnaires. The analysis tool used is multiple linear regression analysis previously conducted test instruments, and hypothesis testing. The test results of determination on here, it is known that the adjusted value R^2 is 0.797, which means the dependent variables (customer satisfaction to Ray Digital) which can be explained by the variability of independent variables (Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy) amounted to 79.7%. While the rest ($100\% - 79.7\% = 20.3\%$) is influenced by other variables not examined

Based on the data that has been processed and the results that have been obtained from test using SPSS it appears there are three variables X (Reliability, Responsiveness and Empathy) the effect on the variable Y (customer satisfaction) against Ray Digital, and there are two variables X (Tangible and Assurance) that do not significantly affect the variable Y (customer satisfaction) against Ray Digital.

Keywords: Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Emphatycustomer satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Ray Digital pada konsumen di Yogyakarta. Selain itu, untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas layanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen Ray Digital.

Responden dalam penelitian ini berjumlah 46 orang, dan metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan data primer dengan penyebaran kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang sebelumnya sudah dilakukan uji instrumen, dan uji hipotesis. Hasil uji determinasi pada di sini, diketahui bahwa nilai adjusted R^2 adalah 0,797 yang berarti variabel-variabel dependen (kepuasan konsumen terhadap Ray Digital) yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independent (Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Kepedulian) sebesar 92,7%. Sedangkan sisanya ($100\% - 79.7\% = 20,3\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti

Berdasarkan data yang telah di olah dan hasil yang telah diperoleh dari pengujian dengan menggunakan SPSS maka terlihat ada tiga variabel X (keandalan, dan kepedulian) yang berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan konsumen) terhadap Ray Digital, dan ada dua variabel X (Bukti fisik, dan Assurance) yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y (kepuasan konsumen) terhadap Ray Digital.

Kata kunci: Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Kepedulian, Kepuasan Konsumen

Abstract

This study aims to determine whether there was a significant effect of service quality on customer satisfaction to Ray Digital on consumers in Yogyakarta, and to determine the effect of service quality variables partially on consumer satisfaction Ray Digital.

Respondents amounted were 46 people, and the data collection methods used in this research using primary data by distributing questionnaires. The analysis tool used is multiple linear regression analysis previously conducted test instruments, and hypothesis testing. The test results of determination on here, it is known that the adjusted value R^2 is 0.797, which means the dependent variables (customer satisfaction to Ray Digital) which can be explained by the variability of independent variables (Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy) amounted to 79.7%. While the rest ($100\% - 79.7\% = 20.3\%$) is influenced by other variables not examined

Based on the data that has been processed and the results that have been obtained from test using SPSS it appears there are three variables X (Reliability, Responsiveness and Empathy) the effect on the variable Y (customer satisfaction) against Ray Digital, and there are two variables X (Tangible and Assurance) that do not significantly affect the variable Y (customer satisfaction) against Ray Digital.

Keywords: Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy customer satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam bidang fotografi, kita pasti mengenal kamera sebagai alat utama untuk mengabadikan gambar maupun video yang digunakan oleh fotografer maupun kameramen. Seiring berkembangnya zaman selalu di ikuti oleh berkembangnya teknologi , industri teknologi pun di tuntut untuk selalu memperbaharui kualitas produknya ,salah satunya industri kamera yang selalu menjadi daya tarik bagi masyarakat saat ini . kamera bagi kebanyakan orang adalah salah satu kebutuhan yang harus ia miliki . dengan kamera setiap momen yang ada dikehidupannya dapat diabadikan dalam bentuk foto maupun video . Di era perkembangan dunia teknologi yang sangat pesat ini , perkembangan teknologi kamera digitalpun juga meningkat , sehingga fotografer amatir maupun profesional selalu ingin mempebaharui alat utamanya dengan teknologi kamera yang terus berkembang. Itulah alasan mengapa pertumbuhan pengguna kamera di negara ini makin meningkat setiap tahunnya.

Seiring perkembangan waktu dan makin meningkatnya kebutuhan alat fotografi membawa angin segar bagi perusahaan distributor digital terutama di bidang fotografi, yang sangat dibutuhkan fotografer amatir maupun profesional dalam melengkapi peralatan fotografi. Saat ini banyak bermunculan berbagai merek kamera, seperti Canon, Nikon, Fujifilm, dan Sony sebagai pemain utama dalam pasar fotografi di Indonesia, yang selalu bersaing untuk merebut minat konsumen untuk membeli produk kamera mereka.

Distributor digital berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumennya supaya tidak kalah dengan distributor pesaing lainnya, yang pada akhirnya menyebabkan persaingan antar perusahaan distributor digital menjadi semakin ketat. Dari

kondisi tersebut maka setiap perusahaan distributor digital pasti akan berusaha memberikan kualitas pelayanan yang terbaik karena perusahaan distributor digital yang dianggap paling dapat memuaskan kebutuhan konsumenlah yang akan bertahan dalam persaingan. Hal ini berarti kepuasan konsumen menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk meneliti mengenai pengaruh kualitas layanan, yang dituangkan dalam skripsi dengan judul **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen terhadap Ray Digital**

1.2 Rumusan Masalah

Didalam penelitian ini, dibuat rumusan masalah sebagai fokus penelitian sebagai berikut :

1. Apakah variabel *tangible* dari kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Ray Digital Yogyakarta
2. Apakah variabel *reliability* dari kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Ray Digital Yogyakarta
3. Apakah variabel *responsiveness* dari kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Ray Digital Yogyakarta
4. Apakah variabel *assurance* dari kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Ray Digital Yogyakarta
5. Apakah variabel *emphaty* dari kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Ray Digital Yogyakarta

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 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.

1.4.2 Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau saran yang bermanfaat bagi Ray Digital Yogyakarta

1.5 Batasan Masalah

1. Responden yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Ray Digital dan berjumlah 50 orang
2. Variabel yang diteliti adalah *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty*

BAB V

Simpulan dan Saran

5.1 Simpulan

Berdasarkan data yang diperoleh melalui penyebaran kuisisioner kepada 46 responden konsumen Ray Digital Yogyakarta, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Dari analisis prosentasi yang di simpulkan bahwa konsumen yang berkunjung di Ray Digital Yogyakarta mayoritas berjenis kelamin laki-laki sebanyak 30 orang (65%), berusia 30-40 tahun sebanyak 25 orang (54,3%), dengan pekerjaan sebagai pelajar atau mahasiswa sebanyak 18 orang (39,1%), dan tingkat pengeluaran perbulan Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000 sebanyak 22 orang (47,8%).

Berdasarkan data yang telah di olah dan hasil yang telah diperoleh dari pengujian dengan menggunakan SPSS maka terlihat hanyaada dua variabel X (*Reliability*, dan *Emphaty*) yang berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan konsumen) pada Ray Digital, dan ada dua variabel X (*Tangible*, *Responsiveness* dan *Assurance*) yang tidak berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan konsumen) pada Ray Digital.

5.2 Saran-saran

5.2.1. Saran untuk Perusahaan

Berdasarkan kesimpulan diatas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan bermanfaat bagi perusahaan :

1. Perusahaan hendaknya lebih menjaga mutu barang atau produk yang di tawarkan karena hal ini mampu meningkatkan kepuasan konsumen , dengan menjaga mutu barang yang di tawarkan Ray Digital, konsumen akan merasa puas dengan produk

yang diberikan Ray Digital sehingga konsumen akan kembali berbelanja di Ray Digital .

2. Perusahaan juga lebih memperhatikan keinginan konsumen , Ray Digital hendaknya selalu siap memberi respon kepada setiap konsumen Ray Digital sehingga keinginan konsumen dalam memilih barang yang di butuhkan selalu ada di Ray Digital.
3. Melihat semakin maraknya penggemar fotografi sebaiknya perusahaan juga lebih menjalin hubungan yang baik dengan para fotografer seperti mengadakan *workshop* fotografi , lomba fotografi sehingga konsumen dan para penggemar fotografi lebih dekat dengan perusahaan

5.2.2. Saran untuk penelitian selanjutnya

1. Penelitian selanjutnya untuk memberikan opsi saran dari responden sehingga dapat membantu peneliti maupun perusahaan untuk mengetahui kesan konsumen terhadap perusahaan.
2. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan tidak hanya berupa pertanyaan tertutup tetapi juga pertanyaan terbuka yang dapat diajukan kepada responden dengan metode wawancara agar jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden lebih obyektif atau sesuai dengan keadaan responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Cooper R. G and E. J kleinschmidt (1987), “*What Makes a New Product a Winner: Success Factors at The Project Level*”, R & D Management
- David, A.Garvin, Managing Quality, New York: Free Press, 1988. (New Jersey: Pearson Education International, 2004).
- Engel, James, Roger D Blackwell & Paul W. Miniard, 1995, *Consumer Behaviour*, FightEdition, The Dryden Press, Forth Worth.
- Ferdinand, Augusty, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2006
- Freddy Rangkuti, (2002) *The Power of Brands, Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang. 2005
- Kotler Philip, 1995, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*, Alih Bahasa oleh Drs. Jaka Wasana, MSm, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat
- Spreng, Richard A., Scoot B. Mackenzie and Richard W. Olshavky (1996, ” A Reexamination of the Determinants of Customer Satisfaction” .*Journal Marketing*
- Sugiyono. 2007. “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*”. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Prinsip & Dinamika Pemasaran*. Edisi Pertama. J & J Learning. Yogyakarta
- Tse, R. Ramsan and Victor B. Wilson, 1998, Servqual: A Multiple Item Scale for Measuring Customer Satisfaction of Service Quality, *Journal of Service Marketing*, Vol.14