

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI XXI YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

CHRISTA OCTALINA SOETEDJO

11104865

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2014

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY TO CONSUMER
SATISFACTION IN XXI YOGYAKARTA**

THESIS



Written by :

CHRISTA OCTALINA SOETEDJO

11104865

FACULTY OF BUSINESS MANAGEMENT STUDY

DUTA WACANA CHRISTIAN UNIVERSITY

YOGYAKARTA

2014

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI XXI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Persyaratan Gelar Sarjana Ekonomi (S1)

Disusun oleh :

CHRISTA OCTALINA SOETEDJO

NIM : 11104865

JURUSAN : Manajemen

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2014

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI XXI YOGYAKARTA**

telah diajukan dan dipertahankan oleh :

CHRISTA OCTALINA SOETEDJO

11104865

dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi syarat memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi pada tanggal **19 JUN 2014**

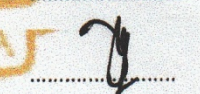
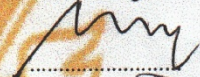
Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dra. Ety Istriani, MM
(Ketua Tim)

2. Dra. Ambar Kusuma Astuti, M.Si
(Dosen Penguji)

3. Dr. Singgih Santoso, MM
(Dosen Penguji)



Yogyakarta, **20 JUN 2014**

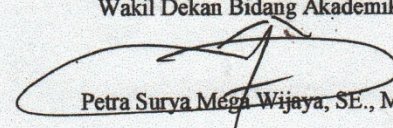
Disahkan oleh :



Dekan


Dr. Singgih Santoso., MM

Wakil Dekan Bidang Akademik


Petra Surya Mega Wijaya, SE., Msi

PERTANYAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI XXI 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, 9 June 2014



(CHRISTA OCTALINA SOETEDJO)

11104865

MOTTO

Sebab karena kasih karunia kamu diselamatkan oleh iman ; itu bukan hasil usahamu,
tetapi pemberian Allah.

(Efesus 2 : 8)

Lakukan yang terbaik, maka kamu akan mendapatkan yang terbaik juga.

Berhentilah membenci, mulailah mencintai. Berhentilah mengeluh, dan mulailah
bekerja.

-Mario Teguh-

You're failure do not define you.

*Never give up on what you really want to do. The person with big dream is more
powerful than one with all the fact. -Albert Einstein-*

Tiada hidup tanpa perjuangan, dan tiada perjuangan tanpa pengorbanan.

Every good and perfect gift comes from above. (James 1:17)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

- *Tuhan Yesus Kristus*
- *Orang Tua tercinta*
- *Kedua adik terkasih*
- *Orang tersayang*
- *Teman-teman dan sahabat*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah melimpahkan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI XXI YOGYAKARTA” dapat berjalan dengan lancar. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Dalam pembuatan skripsi ini penulis memperoleh berbagai kemudahan, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan berkat dan perlindungan sehingga penulis dapat menyelesaikan proses pembuatan skripsi dengan baik dan lancar.
2. Bpk. Singgih Santosa selaku dekan fakultas bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
3. Bapak Petra Surya Mega Wijaya, SE.,M.Si, selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.
4. Ibu Eti Istriani, Dra.,MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan membantu saya dalam pembuatan skripsi.
5. Orang tua dan kedua adik tercinta yang telah memberi dorongan, semangat, serta doa.

6. Orang tersayang yang selalu memberi semangat, bantuan, perhatian, kasih sayang, serta doanya.
7. Sahabat seperjuangan Gloria Christie dan Suyung yang berjuang bersama dalam pembuatan skripsi dan selalu melewati suka duka bersama.
8. Anik, Linda, Melisa Kris, Tommy, terima kasih sudah banyak membantu dalam pembuatan skripsi meskipun sudah lulus tapi tetap dengan sabar membantu.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa dalam skripsi ini masih banyak kekurangannya. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca akan penulis terima dengan terbuka dan senang hati.

Yogyakarta, Juni 2014

Penulis,

Christa Octalina Soetedjo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGAJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAKSI	xviii
ABSTRACT	xix

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	6

BAB II LANDASAN TEORI

2.1. Pemasaran	8
2.1.1. Manajemen Pemasaran	8
2.2. Jasa	10
2.2.1. Karakteristik Jasa	10
2.3. Kualitas	11
2.3.1. Layanan	12
2.3.2. Kualitas Layanan	12
2.3.3. Dimensi Kualitas Layanan	13
2.4. Kepuasan	14
2.4.1. Kepuasan Pelanggan	14
2.4.2. Mengukur Kepuasan Pelanggan	15

2.4.3. Manfaat Pengukuran Kepuasan Pelanggan	17
2.5. Penelitian Terdahulu	18
2.6. Model Penelitian	19
2.7. Pengembangan Hipotesis	19

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Ruang Lingkup Penelitian	21
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian	21
3.3. Jenis Data	21
3.4. Pengumpulan Data	22
3.5. Metode Pengambilan Data	22
3.5.1. Populasi	22
3.5.2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	23
3.6. Variabel Operasional dan Pengukuran	23
3.6.1. Variabel Penelitian	23
3.6.2. Pengukuran Variabel	24
3.6.3. Definisi Variabel Penelitian	25
3.7. Metode Analisis Data	26

3.7.1. Uji Kualitas Data	26
3.7.2. Alat Analisis Data	28

BAB IV ANALISIS DATA

4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	34
4.1.1. Uji Validitas	35
4.1.2. Uji Reliabilitas	37
4.2. Analisis Prosentase	37
4.2.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
4.2.2. Profil Responden Berdasarkan Usia	38
4.2.3. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
4.2.4. Profil Responden Berdasarkan Intensitas Menonton	40
4.3. Analisis Regresi Linear Berganda	41
4.3.1. Uji t	43
4.3.2. Uji F	45
4.4. Koefisien Determinasi (R^2)	47
4.5. Analisis Data	47

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	51
5.2. Keterbatasan Penelitian	52
5.3. Saran	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

©UKDW

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas	36
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 4.3. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.4. Profil Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel 4.5. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 4.6. Profil Responden Berdasarkan Intensitas Menonton	40
Tabel 4.7. Hasil Uji-t	41
Tabel 4.8. Hasil Uji F	46
Tabel 4.9. Hasil R^2	47
Tabel 4.10. Analisis Data	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Penelitian	19
------------------------------------	----

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner
Lampiran II	Jawaban Responden
Lampiran III	Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran IV	Karakteristik Responden
Lampiran V	Surat Ijin Penelitian
Lampiran VI	Tabel r

©UKDW

ABSTRAKSI

Sekarang ini tingkat kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor yang penting untuk mendapatkan loyalitas konsumen. Setiap perusahaan yang ingin unggul dalam persaingan harus mengutamakan kualitas pelayanan. Jika pelanggan merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, maka konsumen akan melakukan pembelian secara berulang. Oleh karena itu, perusahaan harus terus meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel-variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di XXI Yogyakarta.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Data yang digunakan adalah data primer dengan jumlah 100 data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang pernah menonton di XXI Yogyakarta. Profil responden terdiri dari : jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan intensitas. Pertanyaan tentang variabel terdiri dari 24 pertanyaan yang berisi 6 variabel. Kemudian dapat disimpulkan bahwa XXI Yogyakarta dipengaruhi oleh 5 faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen XXI Yogyakarta yaitu tampilan, kehandalan, kepercayaan, ketanggapan, empati / kepedulian.

Kata Kunci : tampilan, kehandalan, kepercayaan, ketanggapan, kepedulian, dan kepuasan konsumen.

ABSTRACT

Now, the level of consumer's satisfaction is one of the very important factors for having consumer's loyalty. Every company that wants to excel in competition must prioritize the quality of service. If costumers are satisfied with the quality of service provided by the company, they will make a purchase repeatedly. Therefore, the company must continue to improve the quality of service to the consumers. This research aims to find some variables which influence the consumer's satisfaction in XXI Yogyakarta.

Data analysis methods that are used in this research are Multiple Regression Analysis. The data used are primary data which have 100 data obtained from dissemination of a questionnaire to 100 respondents who have watched movies in XXI Yogyakarta. The respondents profile consist of : gender, age, job, and intensity. The question of variables consist of 24 questions which contain 6 variables. Then it can be concluded that XXI Yogyakarta is affected by 5 factors which inflience the satisfaction of XXI Yogyakarta consumers significantly tha is tangible, reliability, assurance, responsiveness, and empathy.

Keywords : tangible, reliability, assurance, responsiveness, empathy, and consumers satisfaction.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dengan adanya perkembangan globalisasi dan semakin ketatnya persaingan bisnis sekarang ini, perusahaan saling berlomba untuk mendapatkan konsumen yang loyal. Berbagai macam cara dilakukan oleh perusahaan, baik dari segi persaingan bisnis maupun dari segi kualitas pelayanan terhadap konsumen untuk memuaskan konsumen supaya konsumen bisa menjadi loyal.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan akan memberikan dorongan kepada konsumen untuk tetap menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan, baik perusahaan yang menghasilkan produk maupun perusahaan jasa. Bagi perusahaan jasa, kualitas pelayanan merupakan hal pokok yang perlu diperhatikan.

Jika perusahaan jasa tidak memperhatikan kualitas pelayanan dalam perusahaan mereka maka perusahaan akan kehilangan kepuasan konsumen bahkan loyalitas konsumen. Kepergian konsumen merupakan salah satu ukuran yang nyata bagi perusahaan dalam dunia bisnis jasa. Kepergian konsumen biasanya diakibatkan oleh kualitas pelayanan perusahaan kepada konsumen yang kurang memuaskan. Kepergian konsumen akan sangat

mempengaruhi profit perusahaan, profit perusahaan akan menurun jika konsumen pergi atau tidak lagi loyal terhadap perusahaan.

Kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen merupakan tujuan utama dari semua bisnis, terutama dari kualitas pelayanan perusahaan. Kepuasan konsumen merupakan adalah satu kunci untuk membuat konsumen menjadi loyal terhadap sebuah perusahaan. Dalam bidang jasa, jika konsumen sudah mencapai titik loyal pada suatu jasa tertentu, maka konsumen akan melakukan hal yang apapun untuk mendapatkan pelayanan dari jasa yang diinginkan. Namun jika konsumen sekali saja merasa tidak puas bahkan kecewa, maka konsumen akan pindah ke jasa lain dan tidak akan kembali menggunakan jasa tersebut.

Sekarang ini jasa tidak dapat dipisahkan dari kualitas pelayanan. Jika konsumen diberikan kualitas jasa yang baik dan konsumen juga diberikan kualitas pelayanan yang memuaskan, maka akan menambah nilai lebih perusahaan di mata konsumen.

Pada umumnya, semakin lama konsumen menggunakan perusahaan jasa tersebut, semakin berharga pula konsumen tersebut. Konsumen yang sudah lama menggunakan jasa tersebut akan menggunakan jasa tersebut dengan lebih sering dan akan membawa konsumen baru untuk menggunakan perusahaan jasa tersebut.

Sekarang ini dunia perfilman di Indonesia sedang terus berkembang baik perfilman nasional maupun internasional. Dengan berkembangnya

dunia perfilman, maka bioskop-bioskop juga hadir semakin banyak di Indonesia dengan kualitas yang tinggi dan tampilan yang menarik.

Di Yogyakarta terdapat dua bioskop yang sama-sama dimiliki oleh jaringan 21 Indonesia, bioskop 21 yang berada di Ambarukmo Plaza dan XXI yang berada di Jalan Solo. XXI dan 21 menyediakan makanan dan berbagai macam minuman. Kehadiran bioskop-bioskop ini sangat menghibur masyarakat Yogyakarta dari anak-anak sampai dewasa.

Fasilitas tambahan juga diberikan oleh bioskop ini antara lain *cafe* dan *game center*. Fasilitas ini diberikan kepada konsumen agar saat menunggu jadwal film yang akan diputar konsumen tidak bosan dan dapat menikmati fasilitas yang ada di XXI.

Meskipun XXI hanya satu-satunya bioskop yang ada di Yogyakarta, XXI harus tetap memperhatikan kualitas pelayanannya kepada konsumen untuk mempertahankan kepuasan dan loyalitas konsumen dan dapat menarik konsumen baru supaya menjadi puas dan loyal terhadap XXI Yogyakarta. Pesaing lain dari XXI Yogyakarta adalah para penyedia jasa rental CD yang harganya lebih murah, penjual CD bajakan yang dijual dengan harga murah, dan penjual film dari internet yang dengan mudah dapat mengunduh film dengan cepat.

Mengingat semakin ketatnya persaingan bisnis terutama dalam perusahaan jasa, pihak manajemen dari perusahaan dituntut untuk lebih mendidik para karyawan mereka dalam kualitas pelayanan terhadap konsumen untuk meningkatkan citra perusahaan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, rumusan masalahnya adalah :

1. Apakah variabel tampilan (*tangible*) mempengaruhi kepuasan konsumen XXI di Yogyakarta?
2. Apakah variabel kehandalan (*reliability*) mempengaruhi kepuasan konsumen XXI di Yogyakarta?
3. Apakah variabel ketanggapan (*responsiveness*) mempengaruhi kepuasan konsumen XXI di Yogyakarta?
4. Apakah variabel kepercayaan (*assurance*) mempengaruhi kepuasan konsumen XXI di Yogyakarta?
5. Apakah variabel empati / kepedulian (*empathy*) mempengaruhi kepuasan konsumen XXI di Yogyakarta?
6. Apakah variabel tampilan (*tangible*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), kepercayaan (*assurance*), empati (*empathy*) mempengaruhi kepuasan konsumen XXI di Yogyakarta?

1.3. Batasan Masalah

Supaya tidak terlalu luas dan supaya penelitian ini dapat maksimal, maka perlu batasan sebagai berikut :

1. Responden yang diteliti adalah konsumen yang pernah menonton di XXI Yogyakarta.
2. Jumlah responden 100 orang.

3. Variabel-variabel yang diteliti adalah :

- Tampilan (*Tangible*)

Meliputi bukti fisik langsung meliputi fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan karyawan.

- Keandalan (*Reliability*)

Mampu berkomunikasi dengan konsumen, memberikan informasi dan pelayanan secara akurat.

- Ketanggapan (*Responsiveness*)

Kemauan dari perusahaan untuk menolong pelanggan dan menyediakan layanan dengan segera.

- Kepercayaan (*Assurance*)

Meliputi pengetahuan, kesopanan para karyawan kepada konsumen sehingga menimbulkan rasa percaya dan yakin.

- Empati (*Empathy*)

Tingkat simpati atau perhatian perusahaan kepada konsumen.

- Kepuasan Konsumen

Menurut Philip Kotler (1997) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari

perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya.

1.4. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh variabel tampilan (*tangible*) terhadap kepuasan konsumen XXI di Yogyakarta.
2. Menganalisis pengaruh variabel kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan konsumen XXI di Yogyakarta.
3. Menganalisis pengaruh variabel ketanggapan (*responsiveness*) terhadap kepuasan konsumen XXI di Yogyakarta.
4. Menganalisis pengaruh variabel kepercayaan (*assurance*) terhadap kepuasan konsumen XXI di Yogyakarta.
5. Menganalisis pengaruh variabel empati / kepedulian (*emphaty*) terhadap kepuasan konsumen XXI di Yogyakarta.
6. Menganalisis pengaruh variabel tampilan (*tangible*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), kepercayaan (*assurance*), empati (*empathy*) terhadap kepuasan konsumen XXI di Yogyakarta.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti.

Penelitian ini diharapkan bisa digunakan untuk menerapkan ilmu yang telah di dapat di bangku kuliah ke dunia usaha yang sebenarnya.

2. Bagi pembaca

Penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi tentang pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen.

3. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan masukan kepada perusahaan akan pentingnya kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen terhadap perusahaan.

©UKDW

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan berkaitan dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di XXI Yogyakarta dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- Dari hasil analisis mengenai profil responden yang pernah menonton di XXI Yogyakarta, maka kesimpulannya adalah :
 - a. Mayoritas responden dalam penelitian ini yang berjenis kelamin wanita yaitu dengan presentase 53%.
 - b. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah usia 20 tahun – 30 tahun yaitu dengan presentase 82%.
 - c. Mayoritas responden dalam penelitian ini bekerja sebagai pelajar / mahasiswa yaitu dengan presentase 74%.
 - d. Mayoritas responden dalam penelitian ini intensitas menonton sebanyak 1x dalam 2 bulan terakhir yaitu dengan presentase 33%.

- Dari hasil analisis regresi linear berganda dapat disimpulkan sebagai berikut :
 - a. Secara parsial / individu seluruh variabel bebas (*tangible, reliability, assurance, responsiveness, empathy*) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen) di XXI Yogyakarta.
 - b. Secara simultan / bersama-sama seluruh variabel bebas (*tangible, reliability, assurance, responsiveness, empathy*) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen) di XXI Yogyakarta.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam penelitian tentang Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di XXI Yogyakarta adalah :

- Waktu penyebaran kuesioner terhitung singkat yaitu 2 minggu terakhir di bulan Maret 2014 dan responden yang diteliti sejumlah 100 responden
- Variabel bebas (*independent*) yang diteliti adalah variabel *tangible* (tampilan), *reliability* (kehandalan), *assurance* (kepercayaan), *responsiveness* (ketanggapan), *empathy* (empati / kepedulian).

- Obyek yang diteliti dalam penelitian ini adalah bioskop XXI Yogyakarta.

5.3. Saran

- Untuk perusahaan
Variabel *tangible*, *reliability*, *assurance*, *responsiveness*, *empathy* secara parsial / individu dan secara simultan / bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di XXI Yogyakarta. Maka dari itu perusahaan tentunya harus mempertahankan dan mengembangkan kualitas pelayanan terhadap konsumen agar konsumen puas terhadap bioskop XXI Yogyakarta.
- Untuk penelitian selanjutnya
Peneliti menyarankan untuk menambahkan variabel yang akan diteliti, yang tentunya variabel yang akan diteliti memiliki hubungan dan pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan adanya penambahan variabel diharapkan penelitian selanjutnya akan lebih berkembang, namun lebih diperhatikan untuk variabel *tangible* lebih diperhatikan karena variabel tersebut lebih mengarah kepada bukti fisik, misalnya parkir luas, gedung megah, dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Hair, Joseph F, William C. Black, Barry J. Babin, Rolph E. Anderson. 2010. *Multivariate Data Analysis. 7 Edition*. New York : Macmillan Publishing Company.
- Hasan, Ali, SE.MM. 2013. *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS (Center for Academic Publishing Service), Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol, Edisi Milenium*. Jakarta : PT. Prenhalindo.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta : Erlangga.
- Lovelock, Christopher. 2002. *Service Marketing in Asia*. Prentice Hall Inc Singapore. Hal 5.
- Malhotra, Naresh K. 2006. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan, edisi ke empat*. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Parasuraman, Valarie A. Z. And Berry. 2002, *Delivering Service Quality*. Mc Milan, New York, p.21.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Measuring Costumer Satisfaction*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiarto, Dergibson Siagian. 2000. *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, Fandy. 1995. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset.

Tjiptono, F., dan Anastasia, D, 1995, *Total Quality Manajement*, Yogyakarta :
Andi Offset.

Stanton, William J. 1994. *Dasar-dasar Pemasaran, Edisi ke Tujuh*, Jakarta :
Erlangga jilid ke-1.

©UKDW