

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, DESAIN PRODUK DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
MINISO DI MALIOBORO MALL YOGYAKARTA**



Disusun Oleh :

JUNJAR KRISTIAN

11150057

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

2020

HALAMAN PENGAJUAN

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Juniar Kristian

Nim : 11150057

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Jenis Karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana Hak Royalti Noneksklusif (*None-exclusive Royalti Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PENGARUH PERSEPSI HARGA, DESAIN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MINISO DI MALIOBORO MALL YOGYAKARTA”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta

Pada Tanggal : 18 juni 2021

Yang menyatakan



(Juniar Kristian)

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen



Disusun Oleh :

Juniar Kristian

11150057

FAKULTAS BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul
**PENGARUH PERSEPSI HARGA, DESAIN PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MINISO DI
MALIOBORO MALL YOGYAKARTA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh :

Juniar Kristian

11150057

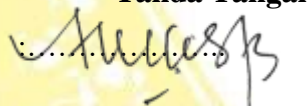


Dalam ujian skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis
Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Manajemen pada tanggal 7 Desember 2020

Nama dosen :

1. Dra. Purwani Retno Andalas, MM
(Ketua Tim Penguji/Dosen Penguji)
2. Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D
(Dosen Penguji)
3. Dr. Andreas Ari Sukoco, MM., M.Min
(Dosen Pembimbing/Dosen Penguji)

Tanda Tangan :

Yogyakarta, 14 Januari 2021

Disahkan oleh :

Dekan



Dr. Perminas Pañgeran, M Si

Ketua Program Studi Manajemen



Drs. Sisnuhadi, MBA. Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

**PENGARUH HARGA, DESAIN PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN MINISO DI MALIOBORO MALL, YOGYAKARTA**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi syarat untuk menjadi sarjana pada program studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun. Kecuali bagian sumber informasinya yang sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika di kemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau karya tiruan dari pihak lain.

Yogyakarta, 25 Maret 2020



Nama : Juniar Kristian

Nim : 11150057

HALAMAN MOTTO

Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apapun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur.

(Filipi 4:6)

Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku

(Filipi 4:13)

Diberkatilah orang yang mengandalkan TUHAN, yang menaruh harapannya pada
TUHAN!

(Yeremia 17:7)

Rahasia kesuksesan adalah melakukan hal biasa secara tak biasa

(John D. Rockefeller Jr)

"Kegagalan terjadi karena terlalu banyak berencana tapi sedikit berpikir"

"Orang tua kami merupakan anugerah terbesar didalam kehidupan"

HALAMAN PERSEMBAHAN

1. Yang pertama saya persembahkan kepada Tuhan Yesus Kristus sumber segala pengetahuan.
2. Kepada kedua orang tua saya (Bapak Adon dan Ibu Karniati) yang selalu mendukung dan mendoakan saya dalam setiap proses menyelesaikan skripsi saya.
3. Ketiga saudara kandung saya Leonardus, Fitriani dan Petrik yang selalu memberi dorongan kepada saya.
4. Kepada para sahabat saya Stevie lumenta, Sandra Monika Panget, Mateus Kaka, Jerry Kitong dan masih banyak lagi yang belum disebutkan namanya satu persatu yang telah mendoakan saya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas anugerah dan kasih karunianya “saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**PENGARUH PERSEPSI HARGA, DESAIN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MINISO DI MALIOBORO MALL YOGYAKARTA**”. Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) dari Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.

Dengan selesainya Skripsi ini saya mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak yang sudah mendukung Penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan. Semoga skripsi ini dapat memberikan mamfaat untuk mendorong penelitian selanjutnya

Yogyakarta, Maret 2020

Penulis Juniar kristian

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Pernyataan Keaslian Skripsi.....	iii
Halaman Motto.....	iv
Halaman Persembahan.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran.....	xii
Abstrak.....	xiii
Abstract.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Batasan Masalah.....	4
1.4. Tujuan Penelitian.....	4
1.5. Mamfaat Penelitian.....	5
BAB II Landasan Teori.....	6
2.1.1 Pengertian Pelayana.....	6
2.1.2. Pengertian Kualitas Pelayana.....	8
2.1.3 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	10
2.1.4 Komponen Kepuasan konsumen.....	12

2.2.1 Ciri-Ciri Konsumen Yang Puas.....	13
2.2.2 Elemen Kepuasan Konsumen.....	14
2.2.3 Tipe-Tipe Kepuasan dan Ketidakpuasan Konsumen.....	15
2.2.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	16
2.3 Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan.....	17
2.4 Desain Produk	18
2.5 Kerangka Pemikiran	20
2.6 Hipotesis	21
Bab III Metode Penelitian.....	22
1.1 Desain Penelitian.....	22
1.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	22
1.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	23
1.4 Teknik Pengumpulan Data.....	24
1.5 Instrumen Penelitian.....	24
1.6 Analisis Data.....	27
1.7 Teknik Analisis Data.....	28
1.8 Uji hipotesis.....	30
Bab IV Analisis dan Pembahasan.....	33
4.1 Hasil Analisis Data.....	33
4.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian	33
4.2.1 Uji Validitas	33
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	35
4.3 Hasil Analisis Deskriptif	36
4.4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	42

4.5 Hasil Uji Hipotesis.....	44
4.5.1 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	44
4.5.2 Uji F.....	45
4.5.3 Uji T.....	46
4.6 Pembahasan.....	48
4.6.1 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Miniso Malioboro Mall di Yogyakarta.....	48
4.6.2 Pengaruh Desain Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Miniso Malioboro Mall di Yogyakarta.....	48
4.6.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Miniso Malioboro Mall di Yogyakarta.....	48
Bab V Kesimpulan dan Saran.....	49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Saran	50
Daftar Pustaka.....	51
Lampiran.....	53

DAFTAR TABEL

Hal Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	34
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	35
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	38
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	39
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja di Mirota Kampus 3 bulan terakhir.....	40
Tabel 4.8 Rangkuman Karakteristik Responden.....	41
Tabel 4.9 Analisis Regresi Linier Berganda	42
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	44
Tabel 4.11 Hasil Uji F (Anova).....	45
Tabel 4.12 Hasil Uji T	46

DAFTAR GAMBAR

Hal Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	20
--	----

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian.....	66
Lampiran 2 Data Responden.....	75
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	77
Lampiran 4 Profil Responden	77
Lampiran 5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	79

©UKDW

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis Pengaruh Harga, Desain Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Miniso di Malioboro Mall Yogyakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner. Data diperoleh dari penyebaran kuisisioner kepada 100 orang responden.

Berdasarkan Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Pengaruh Harga dan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Miniso di Malioboro Mall Yogyakarta, sedangkan Desain Produk tidak berpengaruh signifikan. Dapat disimpulkan bahwa semakin baik Harga dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Miniso maka kepuasan konsumen semakin meningkat.

Kata kunci : pengaruh harga, desain produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

ABSTRACT

This study analyzes the effect of Price, Product Design, and Service Quality on Miniso Consumer Satisfaction at Malioboro Mall Yogyakarta. Data collection methods used were questionnaires. Data obtained from the distribution of questionnaires to 100 respondents.

Based on the results of this study indicate that the effect of price and service quality variables significantly influence the satisfaction of Miniso consumers in Malioboro Mall Yogyakarta, while the Product Design has no significant effect. It can be concluded that the better the price and quality of service provided by Miniso, the higher customer satisfaction will be.

Keywords: the effect of price, product design, and service quality on customer satisfaction

©UKDW

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini banyak di temui tempat berbelanja, pelanggan sangat penting bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan usahanya maupun kelangsungan kegiatan usahanya. Pelanggan yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan produk dan pelayanan tertentu, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal. Selanjutnya pelanggan yang setia akan memperluas “kesetiaan” mereka pada produk-produk lain buatan produsen yang sama. Dan pada akhirnya mereka adalah konsumen yang setia kepada produsen atau produsen tertentu untuk selama-lamanya.

Upaya untuk mempertahankan pelanggan harus mendapat prioritas yang lebih besar dibandingkan untuk mendapatkan pelanggan baru. Oleh karena itu, harga sangat menentukan untuk sebuah konsumen berdasarkan kepuasan murni dan terus- menerus merupakan salah satu aset terbesar yang mungkin didapat oleh perusahaan. Dengan terpaukannya keinginan dan kebutuhan para pelanggan, maka hal tersebut memiliki dampak yang positif bagi perusahaan. Apabila konsumen merasa puas akan suatu produk tentunya konsumen tersebut akan selalu menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut secara terus-menerus. Dengan begitu produk dari perusahaan tersebut dinyatakan laku dipasaran, sehingga perusahaan akan dapat memperoleh laba dan akhirnya perusahaan akan tetap survive atau dapat bertahan bahkan kemungkinan akan berkembang.

Ritel modern saat ini menyediakan berbagai barang kebutuhan sehari-hari seperti makanan, minuman, sayuran, buah-buahan, produk perawatan tubuh dan lainnya. Ritel modern hadir dengan konsep *one stop shopping* dan menawarkan banyak kelebihan dibandingkan dengan ritel tradisional, seperti harga pasti, suasana nyaman, lingkungan bersih, relative aman dari tindakan kriminalitas, variasi barang yang lengkap, kualitas barang terjamin, pelayanan yang baik, kemudahan dalam bertransaksi, serta program yang gencar dilakukan oleh peritel melalui media elektronik maupun media cetak.

Pesatnya perkembangan sektor ritel khususnya dengan konsep modern, tentu saja membawa dampak positif bagi para konsumen dengan kemudahan dan kenyamanan berbelanja. Bagi para konsumen ritel modern memberi alternative belanja yang menarik, selain menawarkan kenyamanan dan kualitas produk, harga yang ditetapkan pun cukup bersaing ketat dengan ritel tradisional. Semua kelebihan yang ditawarkan ritel modern tersebut menjadi pendorong utama beralihnya konsumen dari ritel tradisional ke ritel modern.

Menurut Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo), bisnis ritel di Indonesia dapat dibedakan menjadi dua kelompok besar yaitu Ritel Tradisional dan Ritel Modern. Ritel modern pada dasarnya merupakan pengembangan dari ritel tradisional. Ritel ini berkembang seiring dengan perkembangan perekonomian, teknologi dan gaya hidup masyarakat yang membuat masyarakat menuntut kenyamanan yang lebih dalam berbelanja. Ritel modern menawarkan tempat yang lebih luas, banyak variasi barang yang dijual, manajemen lebih terkelola, harga pun sudah menjadi harga tetap. Ritel modern dikenal bentuk-bentuk seperti *hypermarket*, *department store*, dan *supermarket*. Di Yogyakarta terdapat sebuah bisnis ritel yang bernama Miniso yang bergerak di bidang *department store*.

Miniso pada awal mulanya merupakan perusahaan ritel modern asal jepang, Miniso, menceritakan bagaimana mereka bisa membuka ratusan gerainya di indonesia dalam waktu singkat. Miniso terhitung belum lama beroperasi di indonesia, karena pertama kali buka tahun 2016 atau baru 2 tahun sampai saat ini. Menurut yoko, Miniso memandang konsumen di tiap negara memiliki karakter yang berbeda- beda. Konsumen di jepang tentu memiliki minat yang berbeda dengan konsumen di indonesia. Dia mencontohkan beberapa barang atau produk favorit pembeli asal indonesia setelah melakukan riset tersebut.

Melihat semakin maraknya ritel modern dan masuknya ritel asing tentu saja menimbulkan persaingan sesama ritel modern tersebut. Selain itu, maraknya ritel modern memudahkan konsumen untuk memilih ritel yang disukai dan cocok dengan keinginan konsumen. Sehingga konsumen dengan mudah bisa berganti ritel modern yang dikunjungi, atau tetap loyal dengan satu ritel karena sudah merasa cocok. Beberapa faktor yang akan mempengaruhi konsumen dalam pembelian barang atau produk kebutuhan sehari-hari di supermarket antara lain:

- a. Pengaruh harga
- b. Desain produk dan
- c. Kualitas pelayanan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul : **“PENGARUH PERSEPSI HARGA, DESAIN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MINISO DI MALIOBORO MALL”**

2. Rumusan masalah

1. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Miniso Mall Malioboro Yogyakarta?
2. . Apakah desain produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Miniso Mall Malioboro Yogyakarta?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Miniso Mall Malioboro Yogyakarta?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Lokasi yang menjadi tempat penelitian yaitu toko Miniso Mall Yogyakarta.
2. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan pada bulan november 2019

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen Miniso Mall Malioboro Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap kepuasan konsumen Miniso Mall Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Miniso Mall Malioboro Yogyakarta

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak manajemen perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen agar para konsumen tertarik dan dapat datang kembali untuk berbelanja di Miniso Mall Yogyakarta.

2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengembangan ilmu di bidang manajemen pemasaran.

©UKDW

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti berkaitan dengan pengaruh harga, desain produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Miniso Malioboro Mall Yogyakarta, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Variabel Persepsi Harga secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Miniso Malioboro Mall Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik harga yang ditawarkan oleh Miniso, maka kepuasan konsumen semakin meningkat.
- b. Variabel Desain Produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Miniso Malioboro Mall Yogyakarta. Tetapi secara simultan bersama variabel harga dan kualitas pelayanan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- c. Variabel Kualitas Pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Miniso Malioboro Mall Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh Miniso, maka kepuasan konsumen semakin meningkat.

5.2 Saran

1. Bagi Perusahaan

- a. Berdasarkan penilaian responden dalam penelitian ini, diharapkan Miniso Malioboro dapat mempertahankan harga produk yang ditawarkan karena terjangkau dan sesuai dengan manfaatnya sehingga konsumen merasa puas dengan produk didapatkan.
- b. Miniso Malioboro diharapkan tetap mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas pelayanannya. Mengingat kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti yang akan datang yang ingin meneliti atau ingin melanjutkan penelitian ini diharapkan untuk dapat mencari faktor atau variabel - variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen selain harga, desain produk dan kualitas pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian Payne, *Services Marketing Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Alexander, C.1963. *Notes on the syntesis of form*. Cambridge. MA:Harvard University
- Alma, Buchari. 2012. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Basu Swastha dan Irawan, 2005, *Asas-asas Marketing*, Liberty, Yogyakarta.
- Bagas prastywibowo. 2005. *pengaruh orientasi pasar, inifasi dan danorientasi pembelajaran terhadap kinerja perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing (studi empiris pada industri manufaktur di semarang)*. jurnal study manajemen dan organisasi Vol.2 NO.1 januari 2005
- Berry, et.al. 1992. *Five Imperative for Improving Service Quality Managing Services*, Editor: Lovelock, New Jersey: Prentice Hall International.
- Cooper, Donald R., dan Emory, C. William. 1996. *Business Research Methods*. Jakarta: Erlangga
- Djaslim, Saladin. 2012. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*. Edisi Ketiga. Bandung : CV. Linda Karya
- Denis Walker. 2011. *Mendahulukan Kepuasan Pelanggan*. Tangerang : Penerbit Binarupa Aksara Publisher.
- Engel, Blackwell, dan Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara
- Fred Luthans, 2006. *Perilaku Organisasi*. Edisi Sepuluh, PT. Andi: Yogyakarta.
- Gaspersz, Vincent. 2005. *Sistem Manajemen Kinerja Terintegrasi Balanced Scorecard Dengan Six Sigma Untuk Organisasi Bisnis dan Pemerintah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- George R. terry. 2006. *prinsip- prinsip manajemen*. jakarta : Bumi aksara.
- Giese, J.L.and J.A.Cote. 2000. *Defining Customer Satisfaction, Academy of Marketing*. Science Review.
- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kadir. 2001. *dasar pemrograman web Dinamis Menggunakan PHP*.Yogyakarta: penerbit Andi

- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu. Jakarta: Prentice Hall.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek. Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat
- Mustafa, Zainal EQ. *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
- Peter, J Paul dan Olson, Jerry C., *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Edisi keempat, Erlangga.
- Philip Kotler, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumarwan, U. 2003. *Perilaku Konsumen, Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta : Andi.
- Walker, et al 2000. *Majemen Pemasaran : suatu pendekatan strategis dengan orientasi global, edisi kedua*.
- Wilkie, William L. 1994. *Customer Behavior (Third Edition)*. New York. Jhon Wiley & Sons, Inc, s.
- Yazid, 1999. *Pemasaran Jasa : Konsep dan Implementasi, Ekonesia*. Yogyakarta.
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. 2013. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* 6th ed. Mc.Graw-Hill. Boston.

©UKDW