

ANALISA STATISTIK PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV. DEPO DEWATA

Yudas Fuad¹, Rina Idrus², Rima Idrus³

^{1,2,3}Program Studi Administrasi Bisnis, Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Asy-Syafi'iyah Fakfak

Abstract

The purpose of this research is to examine the influence of service quality on customer satisfaction at CV. Depo Dewata Fakfak. To measure the Service Quality variable (X), the researcher used indicators such as Physical Evidence, Responsiveness, Assurance, and Empathy, while for the Customer Satisfaction variable (Y), indicators used were Customer Suitability and Purchase Intent. In determining the research sample, the researcher used Convenience Sampling technique, selecting respondents as samples based on the time and place encountered by the researcher and meeting the sample criteria. The total number of respondents in this study was 20 customers of CV. Depo Dewata Fakfak. The data collection techniques used were Observation and Questionnaire, and the Data Analysis Techniques consisted of Validity Test, Reliability Test, Simple Linear Regression, Pearson Product Moment Correlation, Determination Coefficient, and Significance Test (t).

The result of this research is that there is a significant influence between Service Quality and Customer Satisfaction at CV. Depo Dewata Fakfak. After analyzing using these tests, the conclusion drawn is that CV. Depo Dewata Fakfak has successfully met customer needs in terms of adequate facilities, product availability, excellent service, product assurance, and polite employee attitudes. The company can also improve areas that are still lacking, such as providing a comfortable waiting area for customers. Employees of CV. Depo Dewata Fakfak have successfully built good friendships with customers, creating warm relationships based on trust. Quick and accurate actions in serving customers demonstrate the responsiveness of employees to customer needs and requests. This can increase customer satisfaction and create a positive experience.

Keywords: *Quality Service, Satisfaction, Customer*

Pendahuluan

Tingginya tingkat persaingan dewasa ini mendorong perusahaan untuk semakin inovatif dan harus mampu menyesuaikan diri terhadap perubahan-perubahan yang terjadi. Pasang surut perusahaan seringkali terjadi seiring dengan perubahan kondisi lingkungannya. Perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan juga tidak terlepas dari persaingan. Saat ini usaha penjualan bahan-bahan bangunan mengalami perkembangan yang cukup pesat seiring majunya kebutuhan masyarakat. Adanya pesaing-pesaing dalam bidang penjualan bahan bangunan, maka diperlukan strategi dalam keunggulan bersaing. Keunggulan tersebut dapat dilakukan dengan cara perusahaan memahami keinginan konsumen yaitu kualitas layanan.

Menurut Tjiptono (2014:52), kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus Tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan pada setiap perusahaan bertujuan untuk menciptakan kepuasan bagi konsumen. Karena konsumen tidak hanya sekedar membeli produk melainkan selalu memperhatikan segala sesuatu yang menyangkut aspek kualitas yang melekat pada produk/jasa tersebut, oleh karena itu, perusahaan perlu fokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen yaitu memberikan pelayanan yang cepat, berkualitas dan menyenangkan, mampu untuk membantu konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap serta bermanfaat, pengetahuan yang dimiliki pegawai, kesabaran dan kesopanan dalam melayani serta mampu menanamkan

kepercayaan tentang keamanan dan kualitas produk, menerima dan menanggapi keluhan konsumen, komunikasi yang baik dan kemudahan dalam melakukan transaksi pembelian serta didukung fasilitas, perlengkapan penampilan pegawai dan sarana komunikasi. Intinya pelayanan yang diberikan memberi kepuasan kepada konsumen.

Menurut Sudaryono (2016:78), kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Menurut Tjiptono dan Diana (2016:138), kepuasan adalah perasaan senang seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Apabila perusahaan mampu memenuhi keinginan konsumen, maka kepuasan konsumen akan terpenuhi, karena kepuasan yang dirasakan akan dapat menimbulkan respon positif bagi perusahaan berupa loyalitas konsumennya itu dapat terjadinya pembelian ulang dan membuat konsumen yang lain juga dapat tertarik untuk membeli produk yang sama dari perusahaan tersebut. Keuntungan tersebut akan diperoleh perusahaan melalui penyebaran informasi positif darisatu konsumen kepada konsumen yang lain, dan reputasi perusahaan akan semakin baik di mata masyarakat atau pelanggan pada khususnya. Apabila perusahaan tidak dapat memberikan pelayanan yang memuaskan, maka besar kemungkinan perusahaan akan ditinggalkan oleh para pelanggannya, karena merasa kecewa terhadap pelayanan yang diberikan sehingga akan timbul kesan yang buruk terhadap perusahaan di mata konsumen yang tentunya negatif terhadap kelangsungan hidup perusahaan.

CV. Depo Dewata Fafak yang bergerak di bidang bahan-bahan bangunan, perlu memperhatikan pelayanan/jasa yang diberikan kepada konsumennya, agar dapat membuat konsumen puas terhadap pelayanan yang telah diberikan. Dalam menghadapi persaingan dan keinginan dari konsumen untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang baik, maka pada saat ini CV. Depo Dewata Fafak dituntut untuk dapat mengedepankan kualitas pelayanan terhadap konsumen dengan cara memberikan pelayanan secara maksimal kepada konsumen, misal jika ada konsumen yang datang sebaiknya segera dilayani karena hal itu merupakan strategi perusahaan. Penerapan kualitas pelayanan yang baik tersebut diharapkan tercapai kepuasan konsumen yang tentunya akan berdampak terhadap perkembangan CV. Depo Dewata Fafak di masa mendatang. Adapun jenis-jenis pelayanan pada CV. Depo Dewata Fafak berupa Pengantaran Barang, Packing Barang, Angkutan Semen dan Bahan Bangunan serta Campuran Cat.

Hasil observasi awal di CV Depo Dewata Fafak, peneliti menemukan masih terdapat beberapa pelayanan yang masih kurang memenuhi keinginan konsumen. Konsumen harus menunggu terlalu lama untuk mendapatkan pelayanan, antrian panjang di kasir, masih terjadi kesalahan dalam pesanan atau pengiriman barang, masih ditemukan dalam pelayanan di toko ini. Berdasarkan pentingnya pelayanan kepada pelanggan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen untuk dapat unggul dalam persaingan, maka peneliti tertarik untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada CV. Depo Dewata Fafak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berdampak besar terhadap kepuasan konsumen Pada CV. Depo Dewata Fafak. Hasil penelitian ini memiliki harapan dapat menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan depo bangunan dalam pelaksanaan strategi pemasaran.

Penelitian terdahulu yang menjadi relevansi adalah penelitian Fahtira Virdha Noor (2020), yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Al-Fatih Business Center II HPAI Kota Bengkulu. Penelitian terdahulu berikutnya adalah Usnul Hatimah (2020), yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Prima Unggul Global (Tours & Travel) di kota Makassar.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah korelasional dan sifatnya kuantitatif. Penelitian korelasional ini digunakan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat tanpa ada upaya untuk mempengaruhi variabel-variabel tersebut sehingga tidak terdapat manipulasi variabel, Fraenkel dan Wallen (2008:392) dan Sukardi (2004:1). Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei.

Pada penelitian ini menggunakan variabel Prasarana dan Sarana (X) dan Efektivitas Kerja (Y). Sebelum hubungan antar variabel diadakan pengujian, setiap variabel akan diukur dan dijabarkan melalui operasional variabel. Variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini dipahami sebagai cara CV. Dewata Fafak dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, yaitu tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen, indikator kualitas pelayanan adalah sebagai berikut: Bukti Fisik (tangibles), Daya Tanggap (responsiveness), Jaminan (assurance), Empaty (emphaty), Keandalan (reability).

Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang timbul dalam diri seseorang, yang berasal dari perbandingan antara kesan yang diterima atas harapan-harapan yang diinginkan. Dalam penelitian ini kepuasan konsumen diukur dari masing-masing indikator yaitu Kesesuaian harapan dan Minat membeli kembali.

Populasi penelitian ini adalah pelanggan CV. Depo Dewata dan metode pemilihan sampelnya menggunakan metode Convenience Sampling. Menurut Sugiyono (2017:22) Convenience sampling yaitu mengambil responden sebagai sampel berdasarkan waktu dan tempat yang ditemui peneliti serta masuk kriteria sampel. Sampel pada penelitian ini berjumlah 20 Orang responden yaitu para pelanggan CV. Depo Dewata Fafak.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner. Arikunto (2000:134) mendefinisikan kuisisioner sebagai alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudahkannya olehnya. Skala pengukuran menggunakan skala Likert sesuai yang dikatakan oleh Sugiyono (2016:31) yaitu digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.

Alat pengujian instrument yang digunakan adalah Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Menurut Arikunto S (2005:170), uji validitas adalah suatu pengujian untuk menilai kevaliditan atau kemampuan suatu instrumen mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat dan dan akurat. Jika suatu instrument valid akan mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrument yang tidak valid akan mempunyai validitas rendah. Kuesioner dinyatakan Valid jika R Hitung lebih besar dari R Tabel.

Pengujian berikutnya adalah uji Reliabilitas, yaitu menurut Arikunto S. (2006:178) adalah untuk menilai konsistensi instrumen dalam mengukur obyek. Instrument dikatakan reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama maka akan menghasilkan data yang sama apabila sesuai dengan kenyataannya. Kuisisioner dikatakan Reliabel jika nilai CA lebih besar dari 0,70.

Analisa data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana untuk memprediksi seberapa jauh pengaruh variabel (X) terhadap variabel (Y), menurut Sugiyono (2017:244). Persamaan regresi linier sederhana yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b.X$$

Dimana:

Y = Kepuasan Konsumen

a = harga y bila x 0 (Nilai

Konstanta)b = Koefisien

Regresi

X = Kualitas Pelayanan

Pengujian dalam analisis regresi linier sederhana ini terdiri dari:

1. Pengujian korelasi *product moment*. Sugiyono (2017:213) mengatakan bahwa korelasi *product moment* merupakan teknik korelasi dengan tujuan untuk mengetahu hubungan serta membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data dari dua variabel atau tersebut adalah sama.
2. Pengujian berikutnya adalah koefisien determinan, untuk mengetahui berapa besar sumbangan/kontribusi variabel independen X (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel dependen Y (Kepuasan Konsumen), maka dihitunglah besarnya nilai Koefisien Determinasi (KD) dengan rumus $R = (r^2)$, hasilnya dikalikan 100%.
3. Pengujian hipotesis menggunakan Uji Signifikansi (t), Uji t dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Uji T (Test T) adalah salah satu test statistik yang dipergunakan untuk menguji kebenaran atau kepalsuan hipotesis yang menyatakan bahwa diantara dua buah mean sampel yang diambil secara random dari populasi yang sama, tidak terdapat perbedaan yang signifikan (Sudjiono, 2010). Pengambilan keputusan untuk uji t dilakukan dengan melihat nilai signifikansi pada tabel *Coefficients*. Biasanya dasar pengujian hasil regresi dilakukan dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau dengan taraf signifikannya sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). (Ghozali, 2016) Adapun kriteria dari uji t sebagai berikut :
 - Jika nilai signifikansi uji t-hitung $<$ t-tabel H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap variabel Kepuasan Konsumen
 - Jika nilai signifikansi uji t-hitung $>$ t-tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap variabel Kepuasan Konsumen

Hasil Dan Pembahasan

1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen berlokasi di CV. Depo Dewata yang beralamat di Jl. Gajah Mada, Kelurahan Fakfak Utara, Distrik Fakfak, Kabupaten Fakfak, Provinsi Papua Barat. Kuisisioner sebagai instrument dalam penelitian ini yang digunakan sebanyak 20 kuisisioner.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Nilai Cronbach's Alpha | Nilai Acuan | Kesimpulan |
|--------------------|------------------------|-------------|------------|
| Kualitas pelayanan | 0,826532904 | 0,7 | Reliabel |
| Kepuasan konsumen | 0,704692353 | 0,7 | Reliabel |

Sumber: Data yang diolah

Pengujian reliabilitas atas variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen menunjukkan nilai Cronbach alpha yang lebih besar dari 0,7. Hasil pengujian ini

menunjukkan bahwa uji instrument penelitian untuk kedua variabel adalah Reliabel.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

| Variabel | No Pertanyaan | R hitung | R Tabel | Kesimpulan |
|--------------------|---------------|-------------|---------|------------|
| Kualitas Pelayanan | 1 | 0,861525843 | 0,443 | Valid |
| | 2 | 0,461422384 | | Valid |
| | 3 | 0,568439045 | | Valid |
| | 4 | 0,693876985 | | Valid |
| | 5 | 0,861525843 | | Valid |
| | 6 | 0,684086555 | | Valid |
| | 7 | 0,522918238 | | Valid |
| | 8 | 0,727984214 | | Valid |
| | 9 | 0,727984214 | | Valid |
| | 10 | 0,693876985 | | Valid |
| | 11 | 0,861525843 | | Valid |
| Kepuasan Konsumen | 1 | 0,923602563 | | Valid |
| | 2 | 0,513021561 | | Valid |
| | 3 | 0,516062997 | | Valid |
| | 4 | 0,805191978 | | Valid |
| | 5 | 0,479408965 | | Valid |
| | 6 | 0,923602563 | | Valid |

Sumber: data yang diolah

Pengujian pertama yang dilakukan adalah pengujian instrument penelitian dan hasilnya dapat dilihat pada tabel 1. Berdasarkan hasil pengujian uji validitas di tabel 1 diketahui bahwa seluruh pertanyaan yang ditanyakan kepada responden tentang kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen memiliki nilai R hitung lebih besar dari R Tabel, dan ini berarti bahwa instrument penelitian ini adalah valid.

2. Hasil Analisis regresi linier sederhana

Regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antar variabel dan untuk mengetahui positif atau negatifnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel (Y), dengan rumus :

$$Y = a + b.X$$

Dimana,

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta/Intercep

b = Angka arah/koeffien regresi

X = Kualitas Pelayanan

Yang pertama akan dihitung nilai a yaitu dihitung dengan rumus berikut sebagai berikut:

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{(532)(52375) - (1019)(27101)}{20(52375) - (1019)^2}$$

$$a = \frac{247581}{9139}$$

$$a = 27,09$$

Selanjutnya adalah nilai b, yaitu:

$$b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{(20)(27101) - (1019)(532)}{(20)(52375) - (1019)^2}$$

$$b = \frac{-88}{9139}$$

$$b = -0,009$$

Persamaan linier sederhana yang dapat dibentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = 27,09 + -0,009 X$$

Dari hasil persamaan tersebut menyiratkan bahwa kualitas pelayanan (X) memiliki dampak negatif terhadap kepuasan

3. Analisa korelasi product moment

Uji Statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan kedua variabel tersebut adalah dengan Rumus Koefisien Korelasi Pearson product moment dengan perhitungan sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum X.Y) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n.\sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{20.(27101) - (1019).(532)}{\sqrt{\{20.52375 - (1019)^2\} \{(20.14402 - (532)^2)\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{-88}{\sqrt{45841224}}$$

$$r_{xy} = \frac{-88}{6770}$$

$$r_{xy} = -0,012$$

Berdasarkan interpretasi korelasi menurut Sugiyono (2010:231), sehingga dapat diinterpretasikan bahwa hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan dengan variabel Kepuasan Konsumen sebesar -0,012 tergolong **Sangat Lemah** (terletak diantara 0,00-0199). Tanda minus (negatif) itu artinya bahwa hubungannya berlawanan arah, dimana jika Kualitas Pelayanan naik 1% maka Kepuasan Konsumen akan mengalami penurunan sebesar 0,012%.

4. Koefisien Determinan

Mengenai keeratan hubungan antar variabel tersebut akan *valid* jika juga dianalisis dengan analisis koefisien determinan. Adapun untuk melihat besar kecilnya sumbangan variabel Kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y), dianalisa dengan menggunakan Koefisien Determinan (R) yaitu sebagai berikut :

$$\begin{aligned} R &= r^2 \times 100\% \\ &= -0,012^2 \times 100\% \end{aligned}$$

$$= 0,0144 \%$$

Dari hasil perhitungan koefisien Determinan (R) tersebut, dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi R^2 adalah sebesar 0,000144 atau 0,0144%. Maka hanya sekitar 0,0144% dari variasi dalam variabel dependen (kepuasan konsumen) dapat dijelaskan oleh variasi dalam variabel independen (kualitas pelayanan). Sebagian besar variasi dalam kepuasan konsumen kemungkinan disebabkan oleh faktor-faktor lain sebesar 99,98% yang tidak termasuk dalam penelitian ini

5. Uji Signifikansi (t)

Untuk menguji signifikansi korelasi, yaitu apakah korelasi di temukan itu berlaku untuk seluruh populasi, maka perlu di uji signifikansinya dengan rumus uji signifikansi dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} t\text{-hitung} &= \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\ &= \frac{0,000144\sqrt{20-2}}{\sqrt{1-0,000144^2}} \\ &= \frac{0,0006}{0,9999} \\ &= \mathbf{6,0006} \end{aligned}$$

Nilai t-tabel diperoleh dari jumlah N dikurangi 2 (Jumlah sampel -2) yaitu $20 - 2 = 18$ dan taraf signifikan uji dua pihak sebesar 0,05 maka diperoleh hasil sebesar 2,1009. Dari hasil perhitungan Uji t atau t-hitung adalah sebesar : 6,0006 sedangkan t-tabel sebesar 2,1009, maka keputusannya adalah t-hitung > t- tabel sehingga hipotesis nol (H_0) di tolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima artinya terdapat pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y). Berdasarkan hasil analisa diatas, maka hasil dari penelitian ini dapat menjawab rumusan masalah adalah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Depo Dewata Falfak. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian Noor (2020) dan Hatimah (2020).

Daftar Pustaka

- Adya dan Atep, 2003. Dasar-dasar Pelayanan Prima, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka
- Arikunto, S. 2000. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta
- Arikunto. 2005. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Sagung Seto.
- Arikunto. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Badudu dan Zain, 2001. Kamus Umum Bahasa Indonesia. Jakarta : Pustaka Sinar.

- Fahtira Virdha Noor, 2020, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (Studi Pada Alfatih Business Center II HPAI KotaBengkulu). institut agama islam negeri (IAIN) Bengkulu.
- Fraenkel dan Wallen, 2008. How to Design and Evaluate Research in. Education. New York:McGraw-Hill Companies, Inc.
- Ghozali, 2016, Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program. IBM SPSS 23 (Edisi 8).Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit.
- Gronroos, 1990. Service Management and Marketing: A Moment of Truth. Singapore:Maxwell Macmillan International.
- Hatimah, Usnul. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan TerhadapKepuasan Pelanggan pada PT. Prima Unggul Global (Tours & Travel) di kota Makassar. Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar
- Hugiono dan Poerwantana, 1987. Pengantar Ilmu Sejarah. Jakarta: Pt. Bina. Aksara.
- Hendro dan Syamswana, 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan. Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko King Di. Malang. Jurnal Ekonomi UMK
- Kotler dan amstrong, 2012. Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih. Bahasa Alexander Sindorodan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit.
- Nugroho, 2008. Analisis Faktor – faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian DenganSistem Pre-Order secaraOnline (Studi Kasus pada Online Shop Choper Jersey).
- Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, 1993. The Nature and Determinants of costumereexpectations of service. Jurnal Akademik Ilmu Marketing. UII
- Robbins, 1996. Perilaku Organisasi Edisi ke 7 (Jilid II). Jakarta : Prehallindo.
- Sudaryono , 2016. Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. Yogyakarta: Andi.
- Sudjiono, 2010. Pengantar Statistik Pendidikan. Jakarta: Rajawali Press.
- Sugiyono, 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung : Alfabeta
- Sukardi, 2004. Metode Penelitian. Bandung : Alfabeta
- Suwarsono, 1999. Manajemen Kualitas Pelayanan, Jakarta : PT. Mandala Krida
- Tjiptono, 2008. Strategi Pemasaran, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Tjiptono. 2014. Service, Quality & Satisfaction. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono dan Diana, 2016. Pemasaran Esesi dan Aplikasi, Yogyakarta : Andi, Offset