

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI AHASS 01744 NASIONAL MOTOR PLOSO JOMBANG

CICI SUSANTI

Email : cicisusanti81@gmail.com

Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Persatuan Guru Republik Indonesia Jombang

Program Studi Pendidikan Ekonomi

Abstract

This study aims to determine The Effect of Service Quality on Consumer Satisfaction in AHASS 01744 Nasional Motor Ploso Jombang. This research is quantitative research. In this study the sample taken was 67 respondents. The sampling technique uses incidental sampling technique. Data collection techniques used by researchers are using observation, questionnaires and documentation. Data analysis techniques used in this study include simple linear regression analysis and hypothesis testing using t test. Based on the results of a simple linear regression test, the equation $Y=10,120+0,321X$ shows that the Service Quality variable (X) has a positive effect on Consumer Satisfaction (Y) at AHASS 01744 Nasional Motor Ploso Jombang. The results of hypothesis testing using the t test revealed that service quality had a t of 2,858 with a significance of $0,006<0,05$ indicating that Service Quality (X) had an effect on Consumer Satisfaction (Y) at AHASS 01744 Nasional Motor Ploso Jombang.

Keywords: *Service Quality, Consumer Satisfaction.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di AHASS 01744 Nasional Motor Ploso Jombang. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 67 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *insidental sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu menggunakan observasi, kuesioner atau angket dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis regresi linier sederhana dan pengujian hipotesis menggunakan uji t. Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana diperoleh persamaan $Y=10,120+0,321X$ menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di AHASS 01744 Nasional Motor Ploso Jombang. Hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t diketahui kualitas pelayanan mempunyai t sebesar 2,858 dengan signifikansi sebesar $0,006<0,05$ menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di AHASS 01744 Nasional Motor Ploso Jombang.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

A. PENDAHULUAN

Tingginya tingkat penambahan kendaraan sepeda motor merupakan bukti bahwa adanya peluang bisnis yang terbuka lebar bagi jasa perbengkelan khususnya bengkel sepeda motor. Sehingga seiring berjalannya waktu pelaku bisnis di bidang jasa bengkel ini semakin menjamur dengan bermacam fasilitas yang dimilikinya, yang akan memberikan pilihan bagi konsumen dalam menggunakan jasa bengkel tersebut.

Persaingan yang semakin ketat akan membuat para pelaku bisnis menjadi lebih termotivasi dalam memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen untuk memberikan rasa puas terhadap konsumen dan dapat memiliki daya saing dibandingkan kompetitor. Banyak perusahaan menggunakan strategi kepuasan konsumen untuk mempertahankan konsumen dan meningkatkan pangsa pasar. Dalam strategi pemasaran, konsumen merupakan tujuan jangka panjang perusahaan. Tujuan pemasaran adalah memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan konsumen (Kotler, 2006).

Konsumen adalah pemain utama dalam bisnis. Menjaga konsumen tetap senang dan puas merupakan tantangan perusahaan dan cara terbaik untuk bertahan dalam persaingan (Wijaya, 2011:2). Kepuasan konsumen dapat dicapai dengan memberikan kualitas yang baik. Oleh karena itu perusahaan jasa harus berfokus pada kepuasan konsumen (Wijaya, 2011:4). Menurut Kotler dan Keller (2006:136), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja produk yang diterima dengan harapannya. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang.

Menurut Zeithaml, et al. (2009) bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*) (Kotler, 2000). Apabila kualitas pelayanan yang diterima pelanggan lebih baik atau sama dengan yang diharapkan, maka pelanggan akan puas dan cenderung akan mencobanya kembali, begitu pula sebaliknya (Alma, 2007).

Banyaknya penyedia jasa bengkel sepeda motor menimbulkan persaingan yang ketat, baik bagi bengkel umum yang memberikan pelayanan pada semua jenis merek dan jenis motor maupun bengkel resmi yang memberikan pelayanan pada satu merek motor tertentu seperti Honda, Yamaha, Suzuki dll. AHASS 01744 Nasional Motor Ploso Jombang merupakan salah satu jasa bengkel khusus motor merek Honda atau biasa disebut dengan AHASS (*Astra Honda Authorised Service Station*). Bengkel tersebut merupakan bengkel resmi Honda yang memiliki lokasi strategis di Jalan Raya Ploso Babat No. 14 Ploso Jombang. Kondisi tersebut menjadikan AHASS 01744 Nasional Motor Ploso Jombang sebagai bengkel resmi Honda yang memiliki konsumen yang cukup tinggi serta dapat bertahan dan berkembang hingga saat ini. Berikut ini jumlah konsumen di AHASS 01744 Nasional Motor Ploso Jombang dari bulan Juli sampai November 2018.

Tabel 1.1
Data Jumlah Konsumen Di AHASS 01744
Nasional Motor Ploso Jombang Bulan Juli-November 2018

Bulan	Jumlah Konsumen
Juli	1402
Agustus	1178
September	1603
Oktober	1603
November	1444
Jumlah	7230

(Sumber : AHASS 01744 Nasional Motor Ploso Jombang)

Bengkel resmi sepeda motor Honda (AHASS) ditunjang oleh para mekanik yang merupakan tenaga terampil dan terdidik. Selain itu manajemen, peralatan, perlengkapan teknis dan administrasi sudah disesuaikan dengan standar Astra Honda Motor (AHM). Selain itu juga terdapat layanan sistem *booking service*, layanan jasa cuci motor gratis serta terdapat garansi *service*. Di dalam bengkel juga terdapat fasilitas-fasilitas penunjang yang nantinya konsumen dapat nikmati secara langsung sehingga tidak merasa jenuh saat menunggu proses *service* sepeda motor. Adapun fasilitas-fasilitas penunjang yang terdapat di dalam ruang tunggu seperti tempat duduk, televisi, kipas angin dan mini kantin.

Banyaknya kelebihan-kelebihan yang di tawarkan dari bengkel AHASS tidak menutup kemungkinan masih adanya keluhan yang dirasakan oleh konsumen. Berdasarkan observasi peneliti yang dilakukan di AHASS 01744 Nasional Motor Ploso Jombang menemukan bahwa keluhan-keluhan konsumen yang sering timbul seperti hasil *service* sepeda motor yang kurang baik atau memuaskan serta terdapat pegawai

(khususnya bagian *front desk*) yang kurang ramah dalam melayani konsumen. Oleh karena itu dengan adanya keluhan-keluhan dari konsumen tersebut, peneliti ingin mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak AHASS 01744 Nasional Motor Ploso Jombang.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti mengambil judul *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di AHASS 01744 Nasional Motor Ploso Jombang*.

B. KAJIAN PUSTAKA

1. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Lupiyoadi (2001:148) menyatakan bahwa *service quality* didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas layanan yang diterima. Menurut Tjiptono dan Chandra (2011), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Menurut Tjiptono (2007:54) definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. kualitas jasa dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima.

Parasuraman, et al. (1998) mendefinisikan kualitas jasa sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka

terima. Sedangkan Lovelock dan Wirtz (2011) menyatakan bahwa kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

Berdasarkan dari beberapa pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu ukuran yang digunakan untuk membandingkan antara layanan yang dirasakan atau diterima dengan layanan yang diharapkan.

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Berdasarkan pendapat beberapa ahli dapat disimpulkan 5 indikator kualitas pelayanan, yaitu :

- 1) Berwujud (*tangible*), yaitu Penampilan, kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
- 2) Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- 3) Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat responsif dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- 4) Jaminan (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

5) Empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

2. Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Zeithaml dan Bitner (2008) menyatakan bahwa secara tradisional pengertian kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan perbedaan antara harapan (*expectation*) dan persepsi atau kinerja yang dirasakan (*perceived performance*). Menurut Sudaryono (2016:96) kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Solomon (2011) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu perasaan keseluruhan konsumen mengenai produk atau jasa yang telah dibeli oleh konsumen.

Engel, et al. (2010) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) yang sama atau melebihi harapan dari konsumen. Sedangkan menurut Priansa (2017:197) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki oleh konsumen. Jika barang dan jasa yang dibeli oleh konsumen sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen tersebut puas, begitupun juga sebaliknya.

Dari pendapat beberapa ahli tersebut disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan antara harapan konsumen dengan kinerja yang dirasakan.

b. Indikator Kepuasan Konsumen

Berdasarkan pendapat beberapa ahli dapat disimpulkan 3 indikator kepuasan konsumen, yaitu :

- 1) Konfirmasi harapan yaitu kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan konsumen dengan apa yang dirasakan konsumen.
- 2) Minat pembelian ulang yaitu kesediaan konsumen untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.
- 3) Kesediaan untuk merekomendasi yaitu kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada keluarga atau teman.

C. METODE PENELITIAN

Rancangan penelitian yang digunakan peneliti adalah menggunakan pendekatan statistik kuantitatif dengan uji regresi linier sederhana. Penelitian ini untuk menguji pengaruh Variabel X (Kualitas Pelayanan) terhadap Y (Kepuasan Konsumen). Alasan dipilihnya jenis penelitian ini karena peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel bebas (X) yaitu Kualitas Pelayanan dan variabel terikat (Y) yaitu Kepuasan Konsumen di AHASS 01744 Nasional Motor Jombang.

Variabel dalam penelitian ini di bedakan menjadi 2 macam, yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*) : dalam penelitian ini, variabel independen yang dimaksud adalah Kualitas Pelayanan (X).

Indikator Media Sosial Instagram (X) :

- a. Berwujud (*tangible*)
- b. Keandalan (*reliability*)
- c. Ketanggapan (*responsiveness*)
- d. Jaminan (*assurance*)
- e. Empati (*empathy*)

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*) : dalam penelitian ini, variabel independen yang dimaksud adalah Kepuasan Konsumen (Y).

Indikator Minat Beli Konsumen (Y) :

- a. Konfirmasi harapan
- b. Minat pembelian ulang
- c. Kesiediaan untuk merekomendasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen di AHASS 01744 Nasional Motor Ploso Jombang. Adapun jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui besar jumlahnya secara pasti setiap bulannya dengan alasan jumlah populasi tiap bulannya tidak sama, sehingga dapat digolongkan pada populasi tidak terhingga (*infinite population*).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik sampling berupa *Nonprobability sampling* dengan teknik pengambilan sampel berupa

teknik *Insidental sampling*. Menurut Sugiyono (2016:124) *Insidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Sampel yang diperlukan memiliki kriteria yaitu :

- a. lebih dari 1 kali menggunakan jasa *service* sepeda motor di AHASS 01744 Nasional Motor Ploso Jombang.

Mengingat bahwa jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga, maka penentuan jumlah sampel konsumen di AHASS 01744 Nasional Motor Ploso Jombang menggunakan rumus Lemeshow.

Rumus Lemeshow :
$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan : n = jumlah sampel yang dicari

Z = skor Z pada kepercayaan 90% = 1,64

d = alpha (0,01) atau sampling eror = 10%

P = proporsi diasumsikan 0,5 (Lemeshow, 1997:2)

Dengan demikian jumlah sampel yang di ambil :

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,64^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{2,6896 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 67,24$$

Jadi dari perhitungan menggunakan rumus Lemeshow tersebut, maka n yang di dapat adalah 67,24. Namun peneliti membulatkan menjadi 67 responden. Metode pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, kuesioner/angket dan dokumentasi.

D. HASIL PENELITIAN

1. Analisis Data

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Dari analisis pengolahan data dengan SPSS 16.0 diperoleh nilai sebagai berikut :

Tabel 4.5
Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.120	4.760		2.126	.037
Kualitas Pelayanan	.321	.112	.334	2.858	.006

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

(Sumber : SPSS, diolah peneliti 2019)

Bentuk persamaan pengaruh variabel X terhadap Y adalah sebagai berikut :

$$Y = 10,120 + 0,321X$$

- 1) Konstanta (a) = 10,120 bernilai positif menunjukkan pengaruh positif. Ini berarti apabila variabel kualitas pelayanan mengalami peningkatan maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 10,120.
- 2) Koefisien regresi variabel kualitas pelayan adalah sebesar 0,321. Koefisien regresi tersebut bertanda positif yang menunjukkan bahwa antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terdapat hubungan yang searah, artinya jika

ada peningkatan dalam kualitas pelayanan maka kepuasan konsumen juga akan meningkat sebesar 0,321.

- 3) Karena nilai koefisien regresi menunjukkan hasil yang positif, maka dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) sehingga persamaan regresinya adalah $Y=10,120+0,321X$.

b. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis melalui pembuktian dengan uji t. Dalam penelitian ini uji t dilakukan dengan bantuan SPSS 16 dan pengambilan keputusan hipotesis dengan cara membandingkan nilai signifikansi pada kolom (Sig.).

1) Uji t

Tabel 4.6
Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	10.120	4.760		2.126	.037
Kualitas Pelayanan	.321	.112	.334	2.858	.006

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
(Sumber : SPSS, diolah peneliti 2019)

Berdasarkan hasil perhitungan uji t menggunakan program SPSS versi 16.0 di atas kualitas pelayanan mempunyai t sebesar 2,858 dengan signifikansi sebesar $0,006 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

E. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data pada bab pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) Di AHASS 01744 Nasional Motor Ploso Jombang.

F. Saran

Berdasarkan hasil penelitian analisa data serta pengujian hipotesis yang telah dilakukan oleh penelitian maka peneliti memberikan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang diberikan sebagai berikut :

- 1) Apabila dilihat dari hasil kuesioner variabel Kualitas Pelayanan (X) nilai paling rendah yakni indikator empati (*empathy*) skor 3,85. Dalam hal ini seharusnya AHASS 01744 Nasional Motor Ploso Jombang harus meningkatkan empati yaitu dengan memberikan perhatian lebih kepada konsumen saat melayani dan bisa memahami keinginan konsumen. Dengan memberikan empati yang lebih kepada konsumen akan dapat meningkatkan jumlah konsumen di AHASS 01744 Nasional Motor Ploso Jombang yang pada akhirnya akan memberikan keuntungan bagi bengkel tersebut.
- 2) Dari hasil variabel Kepuasan Konsumen (Y) hasil terendah dengan skor 3,9 yakni kesediaan untuk merekomendasi. Dalam hal ini AHASS 01744 Nasional Motor Ploso Jombang seharusnya lebih meningkatkan pelayanannya lagi terutama bagi mekanik. Apabila hasil *service* sepeda motor sesuai atau baik maka konsumen

akan dengan senang untuk merekomendasikan menggunakan jasa *service* di AHASS 01744 Nasional Motor Ploso Jombang kepada teman dan keluarganya.

- 3) Pihak AHASS 01744 Nasional Motor Ploso Jombang seharusnya menyediakan layanan kritik dan saran bagi konsumen atau bisa dengan menanyakan tingkat kepuasan konsumen dengan memberikan kuesioner secara berkala untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen. Hal itu bertujuan agar bengkel tersebut bisa tahu apa yang kurang dalam pelayanannya sehingga pihak AHASS 01744 Nasional Motor Ploso Jombang bisa meningkatkan pelayanannya.
- 4) Mengingat adanya keterbatasan penelitian yang dialami oleh peneliti, maka peneliti menyarankan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik dengan tema sejenis untuk memperluas kajian pada faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, selain kualitas pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Engel, F. James., Roger D. Blackwell., Paul W. Miniard. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Bina Rupa Aksa.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2006). *Marketing management (12th ed.)*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip (2000). *Marketing Management. twelfth edition*. New Jersey: Pearson Education. Inc.
- Kotler, Philip. (2006). *Marketing Management, Millennium Edition*. New Jersey: Hall International, Inc

- Lovelock, Christopher, and Wirtz, Jochen. (2011). *Service Marketing: People, Technology, And Strategy*. New Jersey: Prentice Hall Upper Saddle River.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktek)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nugroho, Aji dan Magnadi, Rizal Hari. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Lazada Express Saat Harbolnas Di E-Commerce*. Diponegoro Journal Of Management, 7(4). (Online), (<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>), diakses 5 Mei 2018.
- Parasuraman, A., Zeithaml, VA & Berry, LL, (1988). *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality*. *Journal of Retailing*, 64(1). (Online), (<http://ekonomis.unbari.ac.id/index.php/ojsekenomis/article/vie/50>), diakses 7 Maret 2018.
- Priansa, Donni Juni. (2017). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Solomon, Michael R. (2011). *Consumer Behaviour: Buying, Having, and Being*. New Jersey, USA: Pearson Prentice Hall.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2007). *Pemasaran Jasa*. Malang: Banyumedia Publishing.
- Wijaya, Tony. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa: Desain Servqual, QFD dan Kano: Disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian*. Jakarta: PT.Indeks.
- Zeithaml, V.A., Bitner, M.J., Gremler, D.D. (2009). *Service marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm (5th ed.)*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.