



ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN MINI MARKET INDOMARET CIPINANG ASEM DI KELURAHAN KEBON PALA KECAMATAN MAKASAR JAKARTA TIMUR

Herpina Roulina Sitanggang
herpinas@yahoo.co.id

Carolina F. Sembiring
carolins.florecia07@gmail.com

Wilson Rajagukguk
wilsonrajagukguk@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine how the level of customer satisfaction on service performance Indomaret Cipinang Asem. The data used in this study derived from primary data, ie data obtained by distributing questionnaires to 100 respondents. As for the secondary data obtained from the study of literature and other sources that is certainly related to this research. The method used in this study is the importance of performance analysis dengan using ANOVA tables for processing the data, while the data collection techniques using Likert scale questionnaire contained therein Cartesian diagram. Conclusions can be drawn based on the diagram Cartesian are attributes that are in quadrant A, the employees handling customer complaints properly, employees serve customers quickly, employees are scrupulous in airport shopping deals, priced accordingly between listed with the data in the computer, the availability of products in Indomaret Asem Cipinang complete, the product availability in Cipinang Indomaret Asem, the availability of adequate parking places. The attributes of the attribute that most influences customer dissatisfaction Indomaret Cipinang Asem is atribut 10 is a discrepancy between the price specified by the data on the computer. Advice can be given to Indomaret Cipinang Asem Kebon Pala is Better Indomaret Cipinang Asem Kebon Pala more attention and improve pelayanannya contained in the attributes in quadrant A, which mainly attributes 10 that is a discrepancy between listed with the data in the computer because these attributes important for customers but implementation in Cipinang Indomaret Asem not meet the interests of customers.

A. Latar Belakang

Persaingan yang semakin ketat antar bisnis mini market dewasa ini mendorong setiap mini market untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya. Masing-masing mini market mempunyai kelebihan yang ditawarkan oleh setiap pemasar untuk memberikan kepuasan pada konsumen. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected service*) (Kotler,1997). Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan dalam bisnis mini market adalah berusaha memberikan kualitas pelayanan yang baik yang nampak dalam kinerja yang tinggi dari pelayanannya.

Dalam menghadapi persaingan, konsumen saat ini memandang kualitas layanan merupakan suatu keharusan untuk melakukan pembelian berulang. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry yang dikutip oleh Rangkuti (2002:19) ada lima dimensi utama dalam kualitas layanan jasa (*service quality*) yaitu keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), keyakinan (*Assurance*), empati (*Emphaty*), berwujud (*Tangible*).

Indomaret Cipinang Asem salah satu jaringan *minimarket* yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari yang didirikan oleh PT Indomarco Prismatama. Data jumlah konsumen Indomaret Cipinang Asem dari tahun 2014 sampai tahun 2015 menunjukkan adanya kenaikan jumlah konsumen dari tahun ke tahun yang dapat dilihat pada TABEL I-1.

TABEL I
JUMLAH KONSUMEN INDOMARET CIPINANG ASEM
TAHUN 2014-2015

No	Bulan	2014	2015
1	Januari	30448	32550
2	Februari	30305	38300
3	Maret	32677	33809
4	April	33962	34375
5	Mei	33308	34823
6	Juni	34070	35757
7	Juli	36639	35981
8	Agustus	31555	33086
9	September	31849	32086
10	Oktober	31814	32248
11	November	33136	34171
12	Desember	33447	36070
	Jumlah	393210	413256

Sumber : Indomaret Cipinang Asem, 2016

Sedangkan jumlah konsumen yang mengeluh terhadap pelayanan Indomaret Cipinang Asem dapat dilihat pada TABEL II

TABEL II
JUMLAH KONSUMEN YANG MENGELUH TAHUN 2014-2015

No	Bulan	2014	2015
1	Januari	18	21
2	Februari	15	18
3	Maret	12	16
4	April	15	16
5	Mei	14	18
6	Juni	18	20

7	Juli	21	23
8	Agustus	19	21
9	September	15	19
10	Oktober	16	22
11	November	18	18
12	Desember	21	24
	Jumlah	202	236

Sumber : Indomaret Cipinang Asem, 2016

Dari TABEL I dan II dapat diketahui bahwa tingkat jumlah konsumen yang yang mengeluh dari tahun 2014-2015 semakin meningkat.

B. Perumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan Indomaret Cipinang Asem Kelurahan Kebon Pala Kecamatan Makasar, Jakarta Timur?
2. Atribut manakah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen Indomaret Cipinang Asem Kelurahan Kebon Pala Kecamatan Makasar, Jakarta Timur?

URAIAN TEORITIS

A. Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

Menurut Assauri (1991 : 149) pelayanan merupakan bentuk pemberian yang diberikan oleh produsen baik terhadap pelayanan barang diproduksi maupun terhadap jasa yang ditawarkan guna memperoleh minat konsumen, dengan demikian pelayanan mempengaruhi minat konsumen terhadap suatu barang atau jasa dari pihak perusahaan yang menawarkan produk atau jasa. Apabila pelayanan yang ditawarkan perusahaan sesuai dengan keinginan konsumen maka produk/jasa yang ditawarkan akan dibeli, sedangkan bila terjadi pelayanan yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen maka dapat dipastikan produk/jasa tersebut kurang diminati konsumen.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja yang merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh.

Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan.

B. Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler (2009:177) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.

Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi antara lain:

1. Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan.
2. Mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga
3. Mengurangi biaya kegagalan pemasaran
4. Mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan
5. Meningkatkan efektivitas iklan
6. Meningkatkan reputasi bisnis.

Apabila ditinjau lebih lanjut, pencapaian kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan sebagai berikut:

1. Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan. Misalnya melakukan penelitian dengan metode fokus pada konsumen yang mengedarkan kuisisioner dalam berbagai periode, untuk mengetahui persepsi pelayanan menurut pelanggan.
2. Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan perbaikan proses pelayanan. Yang termasuk di dalamnya adalah memperbaiki cara berfikir, perilaku, kemampuan, dan pengetahuan dari semua sumber daya manusia yang ada.
3. Member kesempatan pada pelanggan untuk menyampaikan keluhan, dengan membentuk sistem saran dan kritik.
4. Mengembangkan dan menetapkan *accountable*, *proactive*, dan *partnership marketing* sesuai dengan situasi pemasaran.

METODE PENELITIAN

A. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini variabel yang akan diteliti adalah kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Indomaret Cipinang Asem Kelurahan Kebon Pala Kecamatan Makasar Jakarta Timur. Penulis membatasi indikator/atribut penelitian dari variabel penelitian, yaitu ;

- a. Keandalan (*Reliability*)
 1. Karyawan menangani keluhan Anda dengan baik
 2. Karyawan melayani Anda dengan cepat
 3. Program promosi di Indomaret Cipinang Asem menarik bagi Anda
- b. Daya tanggap (*responsiveness*)
 1. Karyawan bersedia membantu kesulitan Anda
 2. Karyawan bersedia menjelaskan produk
 3. Karyawan dapat menyampaikan informasi dengan jelas
- c. Keyakinan (*assurance*)
 1. Karyawan teliti dalam melayani transaksi belanja
 2. Karyawan ramah dalam melayani Anda
 3. Karyawan sopan dalam melayani Anda
 4. Harga sesuai antara yang di cantumkan dengan data di komputer
- d. Empati (*empathy*)
 1. Karyawan memperhatikan kebutuhan anda dengan baik
 2. Karyawan membangun hubungan baik dengan anda
 3. Adanya kemudahan transaksi non-tunai.

- e. Berwujud (*Tangible*)
1. Ruangan Indomaret Cipinang Asem bersih
 2. Karyawan Indomaret Cipinang Asem berpenampilan rapi
 3. Ketersediaan produk di Indomaret Cipinang Asem lengkap
 4. Ketersediaan produk di Indomaret Cipinang Asem baik
 5. Ketersediaan tempat parkir yang memadai

B. Populasi dan Sampel Penelitian

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berbelanja di Indomaret Cipinang Asem pada tahun 2014-2015, sebanyak 413256 konsumen, dengan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 konsumen.

C. Sumber dan Jenis Data

Dalam memperoleh data tentang informasi yang diperlukan, ada dua macam metode yang penulis gunakan, yaitu :

1. Data primer
Data yang diperoleh melalui kuisioner, dimana peneliti menyebarkan kuisioner kepada 100 pelanggan Indomaret Cipinang Asem di Kelurahan Kebon Pala Kecamatan Makasar Jakarta Timur.
2. Data sekunder
Data yang dikumpulkan oleh peneliti melalui studi kepustakaan, dengan membaca buku-buku literatur, jurnal, majalah, surat kabar dan sebagainya yang berhubungan dengan masalah yang dibahas untuk mendapatkan kerangka teori tentang kepuasan konsumen.

D. Analisis Data

Dalam menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan minimarket Indomaret Cipinang Asem digunakan analisis:

1. Metode deskriptif
transformasi data lengkap yang mudah dipahami atau diinterpretasikan.
2. *Importance Performance Analysis*
Analisis tingkat kepentingan dan kinerja berdasarkan perhitungan nilai rata-rata tingkat kepentingan pelanggan terhadap pelayanan mini market Indomaret Cipinang Asem.
3. Skala lima tingkat (*Likert*)
Skala yang digunakan untuk mengukur harapan atau kepentingan pelanggan mini market Indomaret Cipinang Asem, diberikan lima penilaian dengan bobot sebagai berikut:

NO	PENILAIAN KINERJA	PENILAIAN KEPENTINGAN	BOBOT
1	Sangat baik	Sangat penting	5
2	Baik	Penting	4
3	Cukup baik	Cukup penting	3
4	Kurang baik	Kurang penting	2
5	Tidak baik	Tidak penting	1

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang diwakili oleh X dan Y, dimana X merupakan tingkat kinerja yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, sedangkan Y adalah tingkat kepentingan pelanggan, adapun rumus yang digunakan adalah :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Dimana :

Tki=Tingkat kesesuaian responden

Xi =Skor penilaian kinerja perusahaan

Yi =Skor penilaian kepentingan pelanggan

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kinerja, sedangkan sumbu (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan. Dengan penyederhanaan rumus maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan rumusnya sebagai berikut :

$$X = \frac{\sum Xi}{n} \qquad Y = \frac{\sum Yi}{n}$$

Dimana:

X = Skor rata-rata tingkat pelaksanaan/kinerja

Y = skor rata –rata tingkat kepentingan

n = Jumlah responden

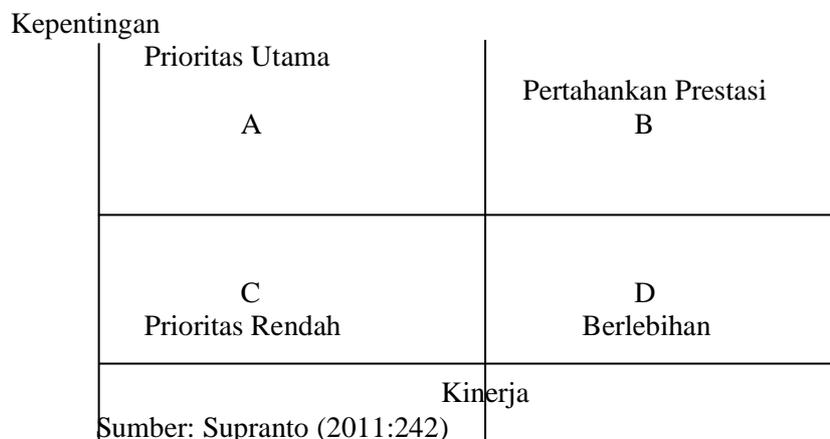
Selain itu, hasil dari seluruh perhitungan yang penulis lakukan akan dijabarkan ke dalam empat bagian diagram kartesius, yang di batasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X , Y), dimana X merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan konsumen seluruh faktor atau atribut, dan Y adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selanjutnya ada 18 faktor atau atribut (K=18).

Rumus selanjutnya:

$$X = \frac{\sum i=1Xi}{K} \qquad Y = \frac{\sum i=1Yi}{K}$$

Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat ke dalam diagram Kartesius berikut :

GAMBAR I KONSEP DIAGRAM KARTESIUS



Keterangan :

1. Kuadran A
Prioritas pertama, menunjukkan atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur- unsur yang dianggap sangat penting tetapi perusahaan belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan pelanggan sehingga pelanggan merasa kecewa/tidak merasa puas.
2. Kuadran B
Pertahankan prestasi, menunjukkan atribut yang dianggap penting oleh pelanggan dan telah sesuai dengan harapan pelanggan. Oleh karena itu perlu dipertahankan karena dianggap sangat penting dan memuaskan.
3. Kuadran C
Prioritas rendah, menunjukkan atribut-atribut yang dianggap kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan dan kinerjanya kurang baik dan dalam hal ini tidak perlu dipertahankan karena tidak terlalu penting.
4. Kuadran D
Berlebihan, menunjukkan atribut yang tidak terlalu penting bagi konsumen, namun pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi kinerja yang dapat dirasakan pelanggan sangat memuaskan.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

Jumlah Responden

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berbelanja di Indomaret Cipinang Asem pada tahun 2014-2015 sebanyak 413256 konsumen, dengan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

B. Mengukur Keakuratan Data

Untuk mengukur keakuratan data penelitian, digunakan koefisien realibilitas melalui *ANALYSIS OF VARIANCE (ANOVA)* dengan menggunakan tabel ANOVA sebagai berikut :

a. Kinerja (*belief (bi)*)

Untuk mendapatkan angka rata-rata tertimbang diperoleh dengan cara mengalikan data hasil kuisioner responden dengan tiap skor dalam skala Likert dan dibagi dengan total keseluruhan jumlah responden penelitian.

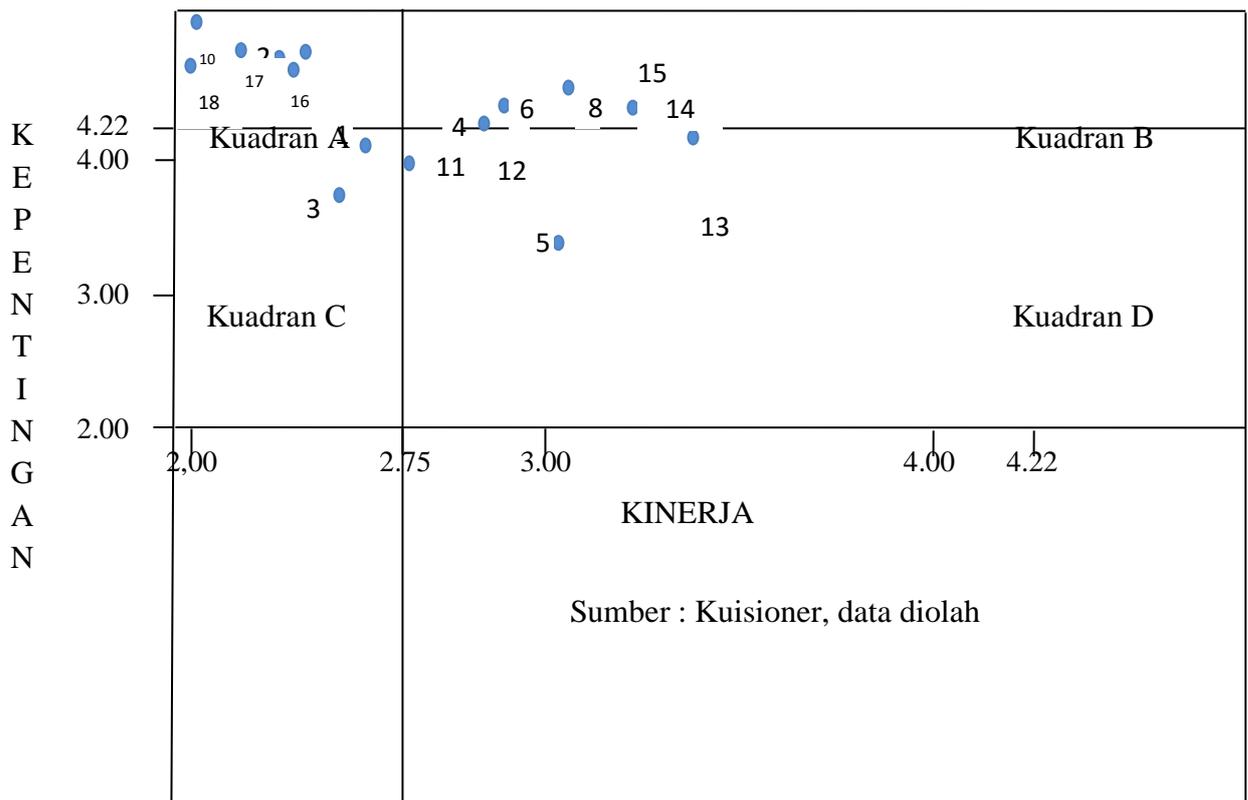
C. Diagram Kartesius

TABEL III
PERHITUNGAN RATA-RATA DARI PENILAIAN KINERJA
DAN HARAPAN PADA FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN
INDOMARET CIPINANG ASEM

NO	PERNYATAAN	KINERJA	KEPENTINGAN	X	Y
1.	Karyawan menangani keluhan Anda dengan baik	270	427	2,70	4,27
2.	Karyawan melayani Anda dengan cepat	236	456	2,36	4,56
3.	Program promosi di Indomaret menarik bagi Anda	257	375	2,57	3,75
4.	Karyawan bersedia membantu kesulitan Anda	292	426	2,92	4,26

5.	Karyawan bersedia menjelaskan produk	306	353	3,06	3,53
6.	Karyawan menyampaikan informasi dengan jelas.	284	429	2,84	4,29
7.	Karyawan teliti dalam melayani transaksi belanja	237	454	2,37	4,54
8.	Karyawan ramah dalam melayani Anda	309	432	3,09	4,32
9.	Karyawan sopan dalam dalam melayani Anda	320	435	3,20	4,35
10.	Harga sesuai antara yang di cantumkan dengan data di komputer	193	477	1,93	4,77
11.	Karyawan memperhatikan kebutuhan Anda dengan baik	275	410	2,75	4,10
12.	Karyawan membangun hubungan baik dengan Anda	292	369	2,92	3,69
13.	Adanya kemudahan transaksi non-tunai	355	359	3,55	3,59
14.	Ruangan Indomaret Cipinang bersih	353	427	3,53	4,27
15.	Karyawan Indomaret berpenampilan rapi	327	440	3,27	4,40
16.	Ketersediaan produk di Indomaret Cipinang Asem lengkap	230	441	2,30	4,41
17.	Ketersediaan produk di Indomaret Cipinang Asem baik	224	455	2,24	4,55
18.	Ketersediaan tempat parkir memadai	193	445	1,93	4,45
	Total			49,53	76,10
	Titik Koordinat			2,75	4,22

GAMBAR II
DIAGRAM KARTESIUS ATRIBUT YANG MEMPENGARUHI
KEPUASANKONSUMEN TERHADAP PELAYANAN INDOMARET CIPINANG ASEM



Keterangan :

1. Karyawan menangani keluhan Anda dengan baik
2. Karyawan melayani Anda dengan cepat
3. Program promosi di Indomaret menarik bagi Anda
4. Karyawan bersedia membantu kesulitan Anda
5. Karyawan bersedia menjelaskan produk
6. Karyawan menyampaikan informasi dengan jelas.
7. Karyawan teliti dalam melayani transaksi belanja
8. Karyawan ramah dalam melayani Anda
9. Karyawan sopan dalam dalam melayani Anda
10. Harga sesuai antara yang di cantumkan dengan data di komputer
11. Karyawan memperhatikan kebutuhan Anda dengan baik
12. Karyawan membangun hubungan baik dengan Anda
13. Adanya kemudahan transaksi non-tunai
14. Ruang Indomaret Cipinang bersih
15. Karyawan Indomaret berpenampilan rapi
16. Ketersediaan produk di Indomaret Cipinang Asem lengkap
17. Ketersediaan produk di Indomaret Cipinang Asem baik
18. Ketersediaan tempat parkir memadai

Dari diagram kartesius tersebut dapat diketahui posisi penempatan data tingkat kepentingan dan kinerja tiap-tiap atribut yang telah dianalisis, diagram tersebut dibagi menjadi empat bagian sebagai berikut :

1. Kuadran A

Semua atribut yang berada di kuadran ini memiliki tingkat kinerja di bawah rata-rata ($<2,75$ dan tingkat kepentingan di atas rata-rata ($>4,22$). Dan dalam pelaksanaannya perlu diprioritaskan oleh pelayanan mini market Indomaret Cipinang Asem, karena keberadaan faktor ini termasuk unsur jasa yang dianggap penting namun tingkat pelaksanaannya masih belum memuaskan. Atribut tersebut adalah :

- Atribut 1 : Karyawan menangani keluhan pelanggan dengan baik
Atribut 2 : Karyawan melayani pelanggan dengan cepat
Atribut 7 : Karyawan teliti dalam melayani transaksi belanja
Atribut 10 : Harga sesuai antara yang dicantumkan dengan data di computer
Atribut 16 : Ketersediaan produk di Indomaret Cipinang Asem lengkap
Atribut 17 : Ketersediaan produk di Indomaret Cipinang Asem baik
Atribut 18 : Ketersediaan tempat parkir yang memadai

2. Kuadran B

Semua atribut yang berada di kuadran ini memiliki tingkat kinerja di atas ($>2,75$) dengan tingkat kepentingan di atas rata-rata ($>4,22$). Dalam tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan dan harapan pelanggan sehingga dapat memuaskan pelanggan. Atribut tersebut adalah :

- Atribut 4 : Karyawan bersedia membantu kesulitan pelanggan
Atribut 6 : Karyawan menyampaikan informasi dengan jelas
Atribut 8 : Karyawan ramah dalam melayani pelanggan
Atribut 9 : Karyawan sopan dalam melayani pelanggan
Atribut 14 : Ruang Indomaret Cipinang Asem bersih
Atribut 15 : Karyawan Indomaret Cipinang Asem berpenampilan rapi

3. Kuadran C

Semua atribut yang berada di kuadran ini memiliki tingkat kinerja di bawah rata-rata ($<2,75$) dan tingkat kepentingan pelanggan juga di bawah rata-rata ($<4,22$). Keadaan ini menunjukkan atribut yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan dan pelaksanaannya oleh pelayanan Indomaret Cipinang Asem biasa-biasa saja atribut tersebut adalah atribut 3 yaitu : Program promosi di Indomaret Cipinang Asem menarik.

4. Kuadran D

Semua atribut yang berada pada kuadran ini memiliki tingkat kinerja di atas rata-rata ($>2,75$), tetapi tingkat kepentingan pelanggan berada di bawah rata-rata ($<4,22$). Kuadran ini menunjukkan atribut yang tidak terlalu penting bagi pelanggan akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting, tetapi kinerja yang dapat dirasakan pelanggan sangat memuaskan. Atribut tersebut adalah

- Atribut 5 : Karyawan bersedia menjelaskan produk
- Atribut 11 : Karyawan memperhatikan kebutuhan pelanggan dengan baik
- Atribut 12 : Karyawan membangun hubungan baik dengan pelanggan
- Atribut 13 : Adanya kemudahan transaksi non-tunai

KESIMPULAN

Berdasarkan diagram kartesius, posisi penempatan data tingkat kepentingan dan kinerja tiap atribut yang telah dianalisis dan diperoleh adalah Atribut yang menjadi prioritas utama terdapat pada kuadran A dan harus dilaksanakan sesuai dengan harapan konsumen yaitu:

- Atribut 1 : Karyawan menangani keluhan pelanggan dengan baik
- Atribut 2 : Karyawan melayani pelanggan dengan cepat
- Atribut 7 : Karyawan teliti dalam melayani transaksi belanja
- Atribut 10 : Harga sesuai antara yang dicantumkan dengan data di computer
- Atribut 16 : Ketersediaan produk di Indomaret Cipinang Asem lengkap
- Atribut 17 : Ketersediaan produk di Indomaret Cipinang Asem baik
- Atribut 18 : Ketersediaan tempat parkir yang memadai

Dari atribut 1, 2, 7, 10, 16, 17, dan 18 atribut yang paling mempengaruhi ketidakpuasan pelanggan Indomaret Cipinang Asem adalah atribut 10 (Harga sesuai antara yang dicantumkan dengan data di computer).

DAFTAR PUSTAKA

- David, Fred R, Manajemen Strategis, Penerbit Salemba Empat, Jakarta, 2008.
- J. Supranto, M.A., APU, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar, Cetakan keempat, Penerbit PT. Rineka Cipta, Jakarta, 2011.
- Kotler, Philip, Manajemen Pemasaran, Jilid Pertama, Edisi Kesepuluh, Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta, 2002.
- , Manajemen Pemasaran, Jilid Pertama, Edisi Kesebelas, Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta, 2005.
- , dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran, Jilid Pertama dan Kedua, Edisi Keduabelas, Penerbit PT. Indeks, Jakarta, 2009.
- , Manajemen Pemasaran, Jilid Pertama, Edisi Ketigabelas, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2009.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani, Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua, Penerbit Salemba Empat, Jakarta, 2009.
- Nazir, Moh, Metode Penelitian, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta, 2005.
- Rangkuti, Freddy, *Measuring Customer Satisfaction*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta 2002.