

**PENGARUH PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
KOPICIE JALAN GATOT SUBROTO  
KOTA MEDAN.**

**Mella Yunita,SE.,M.Si**

*Fakultas Ekonomi  
Universitas Tjut Nyak Dhien*

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Kopicie Medan.

Penelitian ini dilaksanakan pada Konsumen Kopicie Medan, dengan populasi dan sampel sebanyak 100 orang diambil secara *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah secara deskriptif untuk menjelaskan data penelitian dan deskripsi penelitian, sedangkan untuk menganalisis data kuantitatif menggunakan alat analisis Regresi Linier berganda

Instrumen penelitian adalah angket/kuisisioner dengan model skala likert. Uji persyaratan dilakukan untuk menguji normalitas, uji heteroskedastisitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik regresi berganda pada taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$ .

Hasil penelitian menunjukkan: (1) ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen dengan  $t_{hitung} = 2.201$ ; (2) ada pengaruh yang signifikan antara Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dengan  $t_{hitung} = 2.498$ .

Saran-saran yang disampaikan adalah; (1). Kopicie Medan lebih meningkatkan pelayanan prima bagi pelanggannya agar memberika rasa nyaman sehingga bisa berkelanjutan.(2), Menambahkan variasi rasa Kopi agar para pelanggan tidak bosan dengan rasa yang monoton setidaknya dikreatifkan lagi agar lebih menarik.(4).Membuat tempat yang nyaman seperti tempat parker, agar para konsumen yang datang dan berkunjung merasa puas dan betah sehingga menambah porsi pembeliannya

***Kata Kunci*** :*Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen.*

## PENDAHULUAN

Siapa yang tidak mengenal yang namanya kopi pada tahun tahun milinium seperti sekarang ini, tentu hampir semua lapisan masyarakat rata-rata mengenal yang namanya kopi tersebut, sebelum kopi-kopi yang lain muncul ada kopi sidikalang yang sudah cukup terkenal di masyarakat Sumatera Utara, bahkan menjadi ciri khas sebagai oleh-oleh kota Medan bagi pengunjung yang datang dari luar kota seperti Jakarta, Batam, bahkan dari luar negeri seperti Malaysia, Singapore dan Thailan.

Kopi dewasa ini menjadi minuman yang mendapat banyak perhatian dari masyarakat Sumatera Utara, apa lagi dengan munculnya kopi luak yang berasal dari propinsi Nagro Aceh Darusalam juga dari Sidikkalang yang saat ini sangat menominasi pangsa pasar kedai kopi yang ada dikota medan. Kebiasaan anak-anak muda kota medan yang senang nongkrong untuk tempat berjumpa rekanan bisnis, nonton bareng atau hal yang membuat mereka nyaman berada di kedai kopi tersebut.

Ditengah – tengah persaingan usaha kedai kopi yang berpecah di penjuru kota Medan, namun demikian kedai Kopicie tetap bertahan dan memiliki jumlah pelanggan yang tidak ada surutnya. Masalah pelayanan juga menjadi masalah di kedai Kopicie dilihat dari kurangnya ketersediaan halaman parkir sehingga para konsumen merasa kurang nyaman dan merasa kurang was-was, dikarenakan ramai kendaraan umum yang melintas dan para pejalan kaki dan tidak terpantau dengan baik, hanya mengandalkan pinggir jalan portokol yang seyogyanya untuk kendaraan umum dan pejalan kaki.

Kualitas produk merupakan kekuatan yang harus dimiliki oleh setiap pengelola kedai kopi yang ada dikota Medan dan sekitarnya, hal ini menunjukkan bahwa keinginan konsumen untuk kembali datang untuk minum kopi atau nongkrong bersama rekanan bisnisnya di tempat itu merasa puas dengan nikmat dan rasa yang di miliki oleh kedai kopi tersebut, salah satunya adalah kedai Kopicie yang ada di kota Medan ini memiliki kualitas produk yang tidak dimiliki oleh kedai kopi lainnya.

Pelayanan menjadi tolak ukur dalam mempertahankan datangnya pelanggan ke kedai kopi, saat ini kedai Kopicie menyediakan berbagai rasa dari kopi tersebut, berbagai kemasan dari yang ekonomis sampai dengan yang eksklusif, bahkan menyediakan jasa antar ke tempat, memberikan informasi melalui media iklan baik berupa media koran maupun media sosial seperti internet. Para karyawan juga memiliki kualifikasi dalam melayani konsumennya seperti diberikan pelatihan untuk mempelajari berbagai rasa dari kopi yang ditawarkan agar pelanggan mudah untuk memutuskan pilihan setelah karyawan menjelaskan terhadap kualitas dan manfaat dari kopi yang ditawarkan itu.

Pelanggan adalah raja sebutan ini tidak bisa disepelekan justru harus dilakukan karena jika pelanggan kita tidak merasa puas maka disuatu hari kelak mereka tidak kembali lagi dan dapat mengurangi nilai atas penjualan di kedai kopi. Kepuasan konsumen juga menjadi perhatian penuh dari pengelola kedai kopi jika tidak maka pelanggan akan pergi dan mencari kedai kopi yang lain

untuk mendapatkan kepuasan. Mereka harus dibelakukan seperti raja, kita layani dengan senyuman, tegur sapa, dengan mengucapkan sehat bu/pak hari ini cantik sekali? segar sekali? atau sapaan lain yang membuat mereka bisa nyaman dan betah berada di kedai kopi tersebut. Kopicie menyediakan tester minuman sebelum pelanggan membelinya juga menyediakan menu menu lain yang di kombinasikan dengan kopi seperti ice cream dan roti.

## **PELAYANAN**

Berikut beberapa pengertian dan definisi tentang Kualitas Pelayanan. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan dari pada para pengguna barang-barang yang di konsumsikan oleh para pelngan. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007).

Kualitas pelayanan(*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan / inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanandipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

## **KUALITAS PRODUK**

Hal yang berkaitan dengan produk tentu para calon konsumen akan memilih produk yang cocok dan berkualitas atas fungsi dan manfaat terhadap produk tersebut setelah dipergunakan, sebab produk merupakan faktor penting dalam memenuhi kebutuhan para konsumen sehingga mereka mau membeli produk yang ditawarkan dalam hal ini yang ada dipasar.

Berbicara soal kualitas tentunya ini merupakan suatu keinginan setiap konsumen dalam menentukan pilihannya dalam membeli sesuatu yang dia butuhkan. Menurut Lupiyoadi (2001:158) menyatakan bahwa “ Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas“. Sedangkan Menurut Kotler (2005:49), “Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/ tersirat”.

Dari kedua pendapat para ahli yang telah mengemukakan pendapat perihal kualitas produk, dilihat dari segi manfaatnya konsumen cenderung memilih produk yang memiliki kualitas sehingga mereka merasa puas setelah menggunakan produk tersebut.

## **KEPUASAN KONSUMEN**

Berbagai macam cara para produsen dalam menggapai hati para pembelinya guna mempertahankan kelangsungan hidup usaha yang dikelola. Kepuasan itu sendiri berbagai macam perasaan yang dirasakan oleh para pelanggan namun kita bisa lihat pengertian dari pada kepuasan konsumen menurut para ahli berikut ini.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005:65). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Sedangkan Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:177) yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari.

Dari kedua pendapat hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang produk yang ditawarkan dengan kuantitas yang lebih besar sehingga menambah volume penjualan perusahaan secara langsung.

## **METODOLOGI**

Penelitian ini dilakukan di Kopicie Medan yang beralamat di Jalan Gatot Subroto Medan Helvetia. Dengan objek penelitian adalah Konsumen Kopicie Medan, dengan populasi sebanyak 100 koresponden yang akan dijadikan objek penelitian. Penelitian ini berupa penelitian deskriptif yang akan melihat faktor-faktor apa yang dapat mempengaruhi pelayanan, kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Kopicie.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari Variabel bebas adalah variabel yang dapat mempengaruhi secara relatif variabel dependen dapat juga dikatakan variabel bebas dengan lambang X. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah X1 (Pelayanan), X2 (Kualitas Produk). Sedangkan variabel terikat (dependen) adalah variabel yang tergantung atau dipengaruhi oleh variabel lainnya dari sebuah penelitian disebut juga variabel terikat dilambangkan Y. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen (Y).

Analisis data dalam pengujian hipotesis dengan menggunakan Regresi berganda yaitu suatu analisis yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh secara kuantitatif dari suatu perubahan kejadian (variabel X) terhadap

kejadian lainnya (variabel Y), yang terdiri dari Uji Normalitas, Heterokedastisitas serta Uji t, Uji F dan Uji Determinasi dengan menggunakan bantuan *Software SPSS*.

## DESKRIPSI DATA

Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai pelayanan, Kualitas Peroduk dan Kepuasan Konsumen.

### *Pelayanan, Kualitas dan kepuasan konsumen pada Kopicie*

Untuk menjadi pilihan kedai kopi nikmat maka harus melakukan berbagai inovatif produk agar tidak kala persaingan dengan competitor lainnya, untuk itu kopicie mempersiapkan segala sesuatu agar dapat meraih hati para konsumen. Adapun hal-hal yang disiapkan adalah:

- a. Merespon lebih cepat atas permintaan atau keluhan dari para konsumen tanpa menunggu terlalu lama.
- b. Menyediakan *contac person* dan kotak saran kepada para konsumen baik pengembangan produk maupun peningkatan pelayanan.
- c. Menyediakan berbagai fariasi produk dari kopi maupun makanan siap saji lainnya agar konsumen yang hendak membawa keluarganya bisa mendapatkan semua menu yang mereka inginkan.
- d. Bekerjasama dengan layanan *Go-Food*.
- e. Menggunkan kopi asal daerah yg terkenal seperti kopi luwak, kopi sidikalang.
- f.

Pelayanan dan kualitas produk yang diberikan merupakan strategi dalam meraih hati para konsumen kopi chie agar mau menjadi konsumen yang setia dan tetap menjadi penikmat kopi di kedai kopicie dan mau mengajak teman, rekan kerja, dan para kerabatnya untuk menikmati kopi.

## ANALISIS DATA

### 1. Analisis Koefisien Korelasi dan Determinasi

*Koefisien Korelasi Variabel Pelayanan  $X_1$  dengan Kepuasan Konsumen (Y)*. Nilai koefisien korelasi Pelayanan  $X_1$  dengan Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 0,327 artinya keeratan bubungan antara pelayanan dengan penjualan adalah sebesar 32.7 %. Hubungan ini kuat karena berada diantara 0.60 – 0.799, yang berarti bahwa apabila pelayanan meningkat maka kepuasan konsumen juga mengalami peningkatan. Sedang kan 0.673 atau 67.3 % dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

*Koefisien Korelasi Kualitas Produk X<sub>2</sub> dengan Kepuasan Konsumen (Y).* Nilai koefisien korelasi Kualitas Produk X<sub>2</sub> dengan Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 0,327 artinya keeratan hubungan antara pelayanan dengan penjualan adalah sebesar 32.7 %. Hubungan ini kuat karena berada diantara 0.60 – 0.799, yang berarti bahwa apabila pelayanan meningkat maka kepuasan konsumen juga mengalami peningkatan. Sedangkan 0.673 atau 67.3 % dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

## 2. Pengujian Persyaraan Analisis

Pengujian analisis penelitian ini dilakukan dengan mengacu pada teknis analisis regresi. Teknik analisis regresi tersebut menghendaki beberapa persyaratan atau tahapan yang harus dipenuhi, meliputi uji normalitas, uji heterokedastisitas, dan uji multikolinieritas.

*Uji Normalitas Data.* Dengan proses SPSS didapatkan hasil variabel Pelayanan X<sub>1</sub> dan Kualitas Produk X<sub>2</sub> terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Bahwa terdapat (titik-titik) menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti garis diagonal yang berarti bahwa regresi layak digunakan untuk memprediksi variabel Pelayanan X<sub>1</sub> dan Kualitas Produk X<sub>2</sub> terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

*Uji Heterokedastisitas.* Pengujian ini dipergunakan untuk mengecek apakah sebaran Kepuasan Konsumen (Y) yang bersifat random untuk nilai variabel Pelayanan X<sub>1</sub> dan Promosi X<sub>2</sub>. Untuk keperluan pengujian tersebut dibuat *Scatterplot Daiagram* antara *Predicated Value* dengan residual.

*Uji Multi Colinieritas.* Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat kolinieritas atau tidak diantara variabel bebas. Cara yang digunakan adalah dengan menghitung *tolerance* dan VIF. Untuk uji Colinieritas diketahui bahwa nilai *tolerance* untuk variabel Pelayanan X<sub>1</sub> dan Kualitas Produk X<sub>2</sub> adalah sebesar 0.998. dengan demikian karena *tolerance* ≠ 0, maka dapat dikatakan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel bebas Pelayanan X<sub>1</sub>, dan Kualitas Produk X<sub>2</sub>.

Sedangkan nilai VIF untuk variabel Pelayanan X<sub>1</sub> dan Kualitas Produk X<sub>2</sub> sebesar 1.002. dengan demikian nilai VIF yang diperoleh <10, maka dapat dikatakan bahwa tidak ada *collinierity* antara variabel Pelayanan X<sub>1</sub>, dan Kualitas Produk X<sub>2</sub>. Dengan demikian model garis regresi berganda yang digunakan untuk variabel bebas Pelayanan X<sub>1</sub>, dan Kualitas Produk X<sub>2</sub> terhadap Kepuasan Konsumen (Y) telah sesuai.

## 3. Persamaan Regresi

Hasil analisis data dengan bantuan pengelolaah computer berdasarkan perhitungan SPSS diperoleh persamaan regresi  $\hat{y} = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$  dan  $\hat{y} = 7.475 + 0.235 X_1 + 0.154 X_2$ . Persamaan ini berarti:

- a. Konstan sebesar 7.475, menyatakan bahwa jika tidak ada nilai Pelayanan (X<sub>1</sub>) dan Kualitas Produk (X<sub>2</sub>), maka kepuasan konsumen (Y) nilainya 7.475.

- b. Koefisien regresi sebesar 0.235  $X_1$  menyatakan bahwa setiap penambahan 1 (satu) nilai pada variabel Pelayanan ( $X_1$ ) akan meningkatkan variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0.235 kali pada konstanta 7,475.
- c. Koefisien regresi sebesar 0.154  $X_2$  menyatakan bahwa setiap penambahan 1 (satu) nilai pada variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) akan meningkatkan variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0.154 kali pada konstanta 7,475.

#### 4. Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil pengujian persyaratan analisis menunjukkan bahwa semua persyaratan untuk analisis korelasi sudah terpenuhi. Karakteristik kedua jenis variabel yang akan dikorelasikan memiliki bentuk distribusi normal dan linier menunjukkan signifikan. Langkah selanjutnya adalah pengujian hipotesis penelitian.

Perumusan hipotesis yang akan di uji diberi symbol  $H_0$ , sedangkan hipotesis alternative diberi symbol  $H_a$ . Pengujian hipotesis statistik untuk hipotesis pertama dan kedua dilakukan dengan uji t, dan hipotesis ke tiga dilakukan dengan uji F.

##### a. Pengujian Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah bahwa variabel pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kopicie Medan. dasar pengambilan keputusan dalam pengujian hipotesisnya adalah dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  adalah jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak,  $H_0$  diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima,  $H_0$  ditolak.

$H_0$  :  $b X_1 = 0$ ; tidak terdapat pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kopicie Jalan Gatot Subroto Medan Helvetia.

$H_a$  :  $b X_1 \neq 0$ ; terdapat pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kopicie Jalan Gatot Subroto Medan Helvetia.

##### b. Pengujian Hipotesis Kedua

Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian hipotesisnya adalah dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  adalah jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak,  $H_0$  diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima,  $H_0$  ditolak.

$H_0$  :  $b X_2 = 0$ ; tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Kopicie Jalan Gatot Subroto Medan Helvetia.

$H_a$  :  $b X_2 \neq 0$ ; terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Kopicie Jalan Gatot Subroto Medan Helvetia.

##### c. Pengujian Hipotesis Ketiga

Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian hipotesisnya adalah dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  adalah jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak,  $H_0$  diterima jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima,  $H_0$  ditolak.

Ho :  $b X_1 = b X_2 = 0$ ; tidak terdapat pengaruh pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Kopicie Jalan Gatot Subroto Medan Helvetia.

Ha : salah satu atau keduanya  $b a \neq 0$ ; terdapat pengaruh pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Kopicie Jalan Gatot Subroto Medan Helvetia.

## PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil pengujian hipotesis (H2) telah membuktikan terdapat pengaruh antara Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t hitung sebesar 2.498 dengan taraf signifikansi hasil sebesar 0,014 tersebut lebih kecil dari 0,05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menerima Ha dan menolak Ho. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Artinya bahwa ada pengaruh antara variabel Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kopicie Medan.

### 2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian hipotesis (H1) telah membuktikan terdapat pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t hitung sebesar 2.201 dengan taraf signifikansi hasil sebesar 0,030 tersebut lebih kecil dari 0,05, dengan demikian Ha diterima dan Ho ditolak. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Artinya bahwa ada pengaruh antara variabel Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Kopicie Medan.

### 3. Pengaruh Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil Uji F (Anova) memperlihatkan nilai Fhitung= 5.821 > Ftabel=3.15 dan tingkat signifikansinya  $0.004 < 0.05$ , maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pengaruh variabel independen (Kualitas Produk dan Pelayanan) secara serempak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Kopicie Medan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil output SPSS diatas diketahui bahwa nilai R square sebesar 0,327 atau 32,7% yang artinya Pelayanan dan Kualitas Produk dapat mempengaruhi Kepuasan Konsumen hingga sebesar 32,7%, dan sisanya sebesar 67,3% dapat dipengaruhi oleh variabel lain seperti harga, emosi (kepuasan dengan menggunakan Brand tertentu), biaya dan kemudahan dan lainnya.



Pelayanan perlu ditingkatkan oleh Kopicie agar pelanggan tidak lari kelain hati dan tetap setia menjadi pelanggan pada Kopicie. Menambahkan variasi rasa kopi agar para pelanggan tidak bosan dengan rasa yang monoton setidaknya dikreatifkan lagi agar lebih menarik. Meja kenyamanan para pelanggan baik dari segi saran prasarana maupun lingkungan yang bersih.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, Rianse. 2009. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi (Teori Dan Aplikasi)*. Bandung: CV. ALFABETA
- Tjiptono Fandy. (2001). *Kualitas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan dan Implikasi Manajerial*, majalah Manajemen Usahawan Indonesia. Jakarta.
- Tjiptono Fandy.(2007).*Pemasaran Jasa*, Bayumedia, Malang
- Hardiansyah .2011. *Kualitas Pelayanan Publi*. Yogyakarta: Gava Media.
- Husein Umar, 2000, “*Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*”, Jakarta, Raja Grafindo Persada.
- Husain Umar. 2005.*Manajemen Riset dan Perilaku Konsumen*.PT. GramediaPusat: Jakarta
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid II. Edisi Kesebelas. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta. : Indeks
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas*. Indeks : Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Moenir, H.A.S. 2002.*Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Sugiyono.(2007).*Metode Penelitian pedidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. 2010. *Metode PenelitianKuantitatif Kualitatif & RND*.Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2003.*Total Quality Manajemen. Edisi Revisi*. Andy: Yogyakarta