# ANALISIS PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DAN PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RSUD KERTOSONO TAHUN 2014

**ARTIKEL SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E.) Pada Progam Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi UNP Kediri

OLEH:

**RIYAN DARMAWAN**
NPM:10.1.02.02.0193

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

**2015**

# ANALISIS PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DAN PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RSUD KERTOSONO TAHUN 2014

RIYAN DARMAWAN
NPM:10.1.02.02.0193
FE - Manajemen
Email: Ryan.darmawan@gmail.com
Dr. Subagyo,MM. [1] dan Amat Pintu Batu Silalahi, SE., MM [2]
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

## ABSTRAK

Kepuasan konsumen hanya akan terbentuk apabila konsumen merasa puas atas pelayanan yang mereka terima. strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. kualitas pelayanan/jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun secara simultan antara strategi pemasaran, pelayanan jasa, terhadap kepuasan konsumen pada RSUD Kertosono. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, uji t dan uji F. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 95 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara signifikan berpengaruh signifikan antara strategi pemasaran, pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen pada RSUD Kertosono, didasarkan perolehan nilai koefisien determinasi (*adjusted* $R^2$) yang diperoleh sebesar 333. Hal ini berarti 33,3% dapat dijelaskan oleh variabel strategi pemasaran dan pelayanan jasa sedangkan sisanya yaitu 66,7% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa strategi pemasaran, pelayanan jasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada RSUD Kertosono. Variabel yang paling berpengaruh pada kepuasan konsumen adalah pelayanan jasa dengan nilai koefisiensi sebesar 0,255.

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian ini, diharapkan dapat dijadikan masukan kepada pihak manajemen RSUD Kertosono untuk dapat meningkatkan strategi yang tepat serta pelayanan jasa yang baik kepada konsumen. Sehingga para konsumen dapat terpenuhi kebutuhannya ketika datang berobat di RSUD Kertosono dan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

*Kata kunci: Strategi Pemasaran dan Pelayanan Jasa*

Skripsi oleh:

**RIYAN DARMAWAN**
NPM:10.1.02.02.0193

Judul:

**ANALISIS PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DAN PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RSUD KERTOSONO TAHUN 2014**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Prodi Manajemen
Fakultas Ekonomi UNP Kediri

Tanggal: 11 September 2015

| Pembimbing I | Pembimbing II |
|---|---|
| **Dr. Subagyo,MM.** | **Amat Pintu Batu Silalahi, SE., MM** |
| NIDN. 0717066601 | NIDN. 0725075601 |

Skripsi oleh:

**RIYAN DARMAWAN**
NPM:10.1.02.02.0193

Judul:

**ANALISIS PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DAN PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RSUD KERTOSONO TAHUN 2014**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri
Pada tanggal: 11 September 2015

**Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan**

Panitia Penguji:

1. Ketua : Ema Nurzainul H., SE., MM
2. Penguji I : Dr. Subagyo,MM
3. Penguji II : Amat Pintu Batu Silalahi, SE.,MM

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

**Dr. SUBAGYO**
NIDN. 0717066601

## I. LATAR BELAKANG

Di dalam era persaingan bisnis yang ketat, maka hal yang mudah dilihat di lapangan adalah banyaknya alternatif produk yang dapat dibeli oleh konsumen. Konsumen akan menjatuhkan pilihanya kepada produk yang paling banyak memberikan kepuasan. Kepuasan menurut Kotler dan Armstrong (2001:9) adalah sejauh mana kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Dari pengertian tersebut menjadi jelas, bahwa bisnis apapun yang dijalankan oleh pebisnis, maka tujuan yang perlu diraih adalah kepuasan konsumen, sebab kepuasan konsumen akan berlanjut kepada pembelian ulang konsumen dan pembelian ulang konsumen akan berlanjut kepada penjualan yang meningkat dan penjualan yang meningkat pada akhirnya akan menciptakan laba. Hal yang sama disampaikan oleh Kotler (2001:46) yang mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk dengan harapanya.

Dalam konteks latar belakang permasalahaan penelitian ini, ada 2 variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu: strategi pemasaran dan pelayanan jasa, Strategi pemasaran menurut Supranto (2000) adalah kegiatan meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen (*probe/search*). Menghasilkan barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen (*product*). Menentukan tingkat harga (*price*) mempromosikan atau agar produk dikenal konsumen (*promotion*). dan mendistribusikan produk ketempat konsumen (*place*).

Hal lain yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah pelayanan jasa. Pelayanan jasa menurut Zeithhaml (2002:42) adalah setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepihak lain. Ada lima faktor yang mempengaruhi pelayanan jasa yaitu:

1. *Tangible*
2. *Realibility*
3. *Responsiveness*
4. *Assurance*
5. *emphaty*

Hal inilah yangu memberi semangat kepada peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul**“ Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran dan Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Sakit Umum Daerah Kertosono Kabupaten Nganjuk”.**

## II. METODE

Variabel dalam penelitian ini terdiri atas tiga variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat.Menurut Sugiono (2004:

33) variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab timbulnyavariabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari variabel bebas. Variabel Dalam penelitian ini adalah:

a. Variabel Terikat

   Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen.

b. Variabel Bebas

   Variabel bebas dalam penelitian ini adalah:

   1) Strategi pemasaran (X1)
   2) Pelayanan jasa (X2)

Dalam penelitian ini digunakan teknik *explanation* yaitu penelitian yang menjelaskan kejadian – kejadian yang ada sebelumnya.

Jenis penelitian berdasarkan masalah yang diteliti ini peneliti menggolongkan kedalam penelitian survei yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan langsung ke obyek penelitian dengan maksud dapat memperoleh data dan keterangan selengkapnya sesuai masalah yang dibahas. Dilihat dari tujuan, penelitian ini termasuk penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bersifat atau bertujuan untuk pemaparan atau penggambaran data-data.

Pendekatan dalam penelitian ini adalah Pendekatan kuantitatif adalah cara pandang atau melihat penelitian dari aspek kuantitas data. Penelitian ini bekerja dengan angka-angka. Strategi pemasaran, pelayanan jasa, dan kepuasan konsumenakan dikuantifikasikan atau diwujudukan berupa angka.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pasien yang datang untuk berobat di RSUD Kertosono yang berada dalam ruang melati selama satu minggu dengan hari kerja normal yang di mulai hari Senin sampai hari minggu pada tanggal 15 sampai 21 Desember 2014. Sesuai data yang terekam di administrasi RSUD Kertosono, maka banyaknya pelanggan yang berobat adalah 125 pelanggan.

Dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan dari sebanyak 95 pasien berobat jalan di RSUD Kertosono karena kurang dari 100 sehingga semua pasien dijadikan sampel.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuesioner dan wawancara. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab sesuai (Sugiyono 2011: 142 ).

Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data yang bersifat kualitatif yang diubah menjadi kuantitatif dengan menggunakan skala likert. Menurut Sugiono (2006: 86), Skala likert merupakan metode yang digunakan untuk

mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.

Adapun teknik pengujian instrumennya adalah sebagai berikut :

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat valis atau kesahihan suatu instrument.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Pengujian realibilitas instrument dilakukan dengan bantuan SPSS menggunakan Cronbach 'alpha. Sedangkan yang digunakan adalah apabila nilai Ca > 0,6 maka dikatakan semua butir dalam instrument adalah realible.

Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data yang bersifat kualitatif yang diubah menjadi kuantitatif dengan menggunakan skala likert. Data diolah menggunakan sistem komputer SPSS menggunakan **Analisis Regresi Linier Berganda** dengan langkah-langkah sebagai berikut:

**1. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik terdiri dari uji multikolinearitas, uji heteroskedostisitas, uji normalitas. Berikut ini adalah beberapa cara pengujiannnya :

a. Uji Multikolinearitas

Uji asumsi tentang multikolinearitas ini dimaksudkan untuk membuktikan atau menguji ada tidaknya hubungan yang linear antara variabel bebas satu dengan variabel bebas yang lainnya.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah variasi residual absolut sama atau tidak sama untuk semua pengamatan. Apabila asumsi tidak terjadinya heteroskedastisitas ini tidak terpenuhi, maka penaksir menjadi tidak lagi efisien baik dalam sampel kecil maupun besar dan estimasi koefisien dapat dikatakan menjadi kurang akurat.

b. Uji Normalitas

Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Deteksi adanya normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data sumbu diagonal dari grafik. Dasar pengambilan keputusan :

1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

# III. HASIL DAN KESIMPULAN

## Hasil

**Tabel 4.1**
**Responden Menurut Jenis Kelamin**

| Jenis Kelamin | Frekuensi | Prosentase |
|---|---|---|
| Laki-Laki | 42 | 44,21% |
| Perempuan | 53 | 55,79% |
| Total | 95 | 100% |

*Sumber: Data primer yang diolah, 2015*

**Tabel 4.2**
**Responden Menurut Usia**

| Usia Responden | Frekuensi | Prosentase |
|---|---|---|
| 17-21 | 40 | 42,10% |
| 22-26 | 38 | 40% |
| 27-31 | 12 | 12,63% |
| 32-36 | 5 | 2,26% |
| Total | 95 | 100% |

*Sumber: Data primer yang diolah, 2015*

**Tabel 4.3**
**Deskripsi Variabel Strategi Pemasaran**

| No. | Indikator Strategi Pemasaran | SKOR 1 (STS) | 2 (TS) | 3 (N) | 4 (S) | 5 (SS) | Jumlah Skor |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ***Product*** | | | | | | |
| 1. | Memilih RSUD Kertosono karena pelayanan cepat | 0 (0%) | 0 (0%) | 22 (23,2%) | 48 (50,5% | 25 (26,3%) | 95 (100%) |
| 2. | RSUD Kertosono selalu mementing pelayanan | 0 (0%) | 0 (0%) | 30 (31,6%) | 45 (47,4%) | 20 (21,1%) | 95 (100%) |
| | ***Price*** | | | | | | |
| 3. | Saya memilih RSUD Kertosono karena harganya terjangkau | 0 (0%) | 0 (0%) | 25 (26,3% | 43 (45,3% | 27 (28,4%) | 95 (100%) |
| 4. | RSUD Kertosono bisa melayani tingkat ekonomi menengah kebawah | 0 (0%) | 0 (0%) | 30 (31,6%) | 46 (48,4%) | 19 (20%) | 95 (100%) |
| 5. | Saya memilih RSUD Kertosono karena tempatnya strategis | 0 (0%) | 0 (0%) | 25 (26,3% | 43 (45,3% | 27 (28,4%) | 95 (100%) |
| 6. | RSUD Kertosono berada di tempat yang mudah dijangkau | 0 (0%) | 0 (0%) | 21 (22,1%) | 41 (43,2%) | 33 (34,7%) | 95 (100%) |
| | ***Promotion*** | | | | | | |
| 7. | Saya memilih RSUD Kertosono karena sering muncul di berbagai media sosial | 0 (0%) | 0 (0%) | 14 (14,7% | 50 (52,6% | 31 (32,6%) | 95 (100%) |
| 8. | RSUD Kertosono selalu memberikan bakti sosial kepada masyarakat | 0 (0%) | 0 (0%) | 11 (11,6%) | 47 (49,5%) | 37 (38,9%) | 95 (100%) |

Sumber: Pengolahan data primer, 2015

**Tabel 4.4**
**Deskripsi Variabel Pelayanan Jasa**

| No. | Indikator Pelayanan Jasa | SKOR 1 (STS) | 2 (TS) | 3 (N) | 4 (S) | 5 (SS) | Jumlah Skor |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ***Tangible*** | | | | | | |
| 1. | Saya memilih RSUD Kertsono karena pegawainya berpenampilan menarik | 0 (0%) | 0 (0%) | 28 (29,5% | 44 (46,3% | 23 24,2% | 95 (100%) |
| 2. | RSUD Kertsono selalu mementingkan kerapian pegawainya | 0 (0%) | 0 (0%) | 23 24,2% | 46 48,4% | 26 27,4% | 95 (100%) |
| | ***Reliability*** | | | | | | |
| 3. | Saya memilih RSUD Kertsono karena selalu memahami keinginan pasien | 0 (0%) | 0 (0%) | 21 22,1% | 46 48,4% | 28 29,5% | 95 (100%) |
| 4. | RSUD Kertsono selalu memuaskan pasiennya | 0 (0%) | 0 (0%) | 10 10,5% | 56 58,9% | 29 30,5% | 95 (100%) |
| | ***Responsiveness*** | | | | | | |
| 5. | Saya memilih RSUD Kertsono karena tanggap dengan keluhan pasien | 0 (0%) | 0 (0%) | 14 14,7% | 44 46,3% | 37 38,9% | 95 (100%) |
| 6. | RSUD Kertsono selalu tanggap dengan keluhan pasien | 0 (0%) | 0 (0%) | 22 23,2% | 43 45,3% | 30 31,6% | 95 (100%) |
| 7. | RSUD Kertsono memberikan jaminan kesehatan untuk keluarga kurang mampu | 0 (0%) | 0 (0%) | 19 (20%) | 46 48,4% | 30 31,6% | 95 (100%) |
| 8. | Saya memilih RSUD Kertosono karena melayani pasien kartu askes | 0 (0%) | 0 (0%) | 17 17,9% | 50 52,6% | 28 29,5% | 95 (100%) |
| | ***Emphaty*** | | | | | | |
| 9. | Saya memilih RSUD Kertosono karena karyawannya ramah | 0 (0%) | 0 (0%) | 19 (20% | 44 (46,3% | 32 33,7% | 95 (100%) |
| 10. | Saya memilih RSUD Kertosono mudah berkonsultasi dengan dokter atau susternya | 0 (0%) | 0 (0%) | 14 14,7% | 53 55,8% | 28 29,5% | 95 (100%) |

Sumber: Pengolahan data primer, 2015

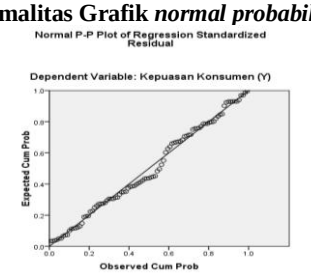
**Tabel 4.5**

**Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen**

| No. | Indikator Kepuasan Konsumen | SKOR 1 (STS) | 2 (TS) | 3 (N) | 4 (S) | 5 (SS) | Jumlah Skor |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | **Kinerja** | | | | | | |
| 1. | RSUD Kertosono Pegawainya selalu siap dalam 24 jam | 0 (0%) | 0 (0%) | 27 (28,4%) | 43 (45,3%) | 25 (26,3%) | 95 (100%) |
| 2. | RSUD Kertosono Memiliki etos kerja yang bagus | 0 (0%) | 1 (1,1%) | 14 (14,7%) | 49 (51,6%) | 31 (32,6%) | 95 (100%) |
| | **Fitur** | | | | | | |
| 3. | RSUD Kertosono memiliki alat yang canggih | 0 (0%) | 0 (0%) | 21 (22,1%) | 52 (54,7%) | 22 (23,2%) | 95 (100%) |
| 4. | RSUD Kertosono mempunyai alat yang mumpuni | 0 (0%) | 0 (0%) | 22 (23,2%) | 49 (51,6%) | 24 (25,3%) | 95 (100%) |
| | **Indikator Kepuasan konsumen** | **SKOR 1 (STS)** | **2 (TS)** | **3 (N)** | **4 (S)** | **5 (SS)** | **Jumlah Skor** |
| | ***Servis ability*** | | | | | | |
| 5. | RSUD Kertosono pengawainya berpengalaman | 0 (0%) | 0 (0%) | 41 (43,2%) | 50 (52,6%) | 4 (4,2%) | 95 (100%) |
| 6. | RSUD Kertosono pegawainya berpendidikan tinggi | 0 (0%) | 0 (0%) | 35 (36,8%) | 56 (58,9%) | 4 (4,2%) | 95 (100%) |
| | ***Estetika*** | | | | | | |
| 7. | RSUD Kertosono menjaga kebersihan lingkungannya | 0 (0%) | 0 (0%) | 21 (22,1%) | 49 (51,6%) | 25 (26,3%) | 95 (100%) |
| 8. | RSUD Kertosono taman yang enak dipandang oleh konsumennya | 0 (0%) | 1 (1,1%) | 16 (16,8%) | 49 (51,6%) | 29 (30,5%) | 95 (100%) |

*Sumber: Pengolahan data primer, 2015*

**Gambar 4.1**
**Uji Normalitas Grafik *normal probability plot***




Sumber: Output SPSS

**Tabel 4.6**

**Hasil Uji Multikolinearitas**

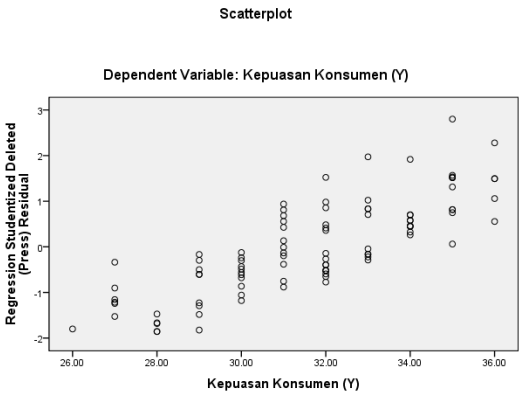
**Coefficients[a]**

| Model | | Collinearity Statistics Tolerance | VIF |
|---|---|---|---|
| 1 | (Constant) | | |
| | Strategi Pemasaran (X1) | .646 | 1.548 |
| | Pelayanan Jasa (X2) | .646 | 1.548 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

*Sumber : Output SPSS 17.0*

**Gambar 4.2**
**Uji Heteroskedastisitas Grafik Scatterplot**




***Sumber : Output SPSS 17.0***

**Tabel 4.12**

**Hasil Uji t**

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients B | Std. Error | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | (Constant) | 16.873 | 2.121 | | 7.955 | .000 |
| | Strategi Pemasaran (X1) | .131 | .066 | .207 | 1.976 | .051 |
| | Pelayanan Jasa (X2) | .255 | .061 | .442 | 4.212 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

*Sumber: Output SPSS 17.0*

**Pembahasan**

Pembahasan diarahkan pada upaya menjawab permasalahan utama penelitian yaitu strategi pemasaran dan pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen pada RSUD Kertosono Nganjuk.

**1. Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen**

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Yana (2006) yang menyatakan bahwa strategi pemasaran berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**2. Pengaruh Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Konsumen**

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Alfian (2013) yang menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**3. Pengaruh Strategi Pemasaran dan Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil penelitian ini mendukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yana (2006), Alfian (2013), Dwi dan Febrina (2012) dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ternyata secara bersama-sama variabel strategi pemasaran dan pelayanan jasa berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti tentang pengaruh strategi pemasaran dan pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen di RSUD Kertosono. Dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran berpengaruh signifikan positif terhadap terhadap kepuasan konsumen di RSUD Kertosono Tahun 2014.
2. Pelayanan jasa berpengaruh signifikan positif terhadap terhadap kepuasan konsumen di RSUD Kertosono Tahun 2014.
3. Strategi pemasaran dan pelayanan jasa secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen di RSUD Kertosono Tahun 2014.

## IV. DAFTAR PUSTAKA

Alfian, Deddy. 2006. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Pasien ASKES Keluarga Miskin di Ruang Rawat Inap RSUD Sekayu Kabupaten Musi Banyuasin Sumatera Selatan*. Tesis. Yogyakarta: Program Pasca Sarjana IKM UGM

Arikunto, Suharsimi, 2005. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.

Arikunto, Suharsimi, 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*

*Praktek*, Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.

Assauri, Sofian. (2003). *Customer Service yang Baik Landasan Pencapaian Customer Satisfaction dalam Usahawan*. No. 01, Tahun XXXII, Januari, hal 25-30 : Jakarta

Chandra, Gregorius. 2001. *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogjakata: Penerbit : Andi.

Chandra. 2000. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.* Universitas Diponegoro. Semarang.

Engel, 1992. Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis. 2001. *Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan.* Sumatera Utara.

Fandy Tjiptono. 1997. *Pemasaran Jasa*, Bayu Media Malang.

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Husein, Umar, 2000. *Metodologi Penelitian, Aplikasi dalam Pemasaran*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Julita. 2001. *Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan.*Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis, 1(1), 41-54

Kinnear, Thomas C. dan Taylor, James R., 1997, *Marketing Research (Fifth Edition),* McGraw-Hill Inc., New york.

Kotler Philip, 2000. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control.* Prentice Hall Int, Inc., Millenium Edition, Englewood Cliffs, New Jersey.

Kotler, P. & Amstrong, G. 2001. *Dasar-dasar Pemasaran Edisi IX*. Jakarta: PT. Indeks.

Riduwan,. 2005. Statistika untuk penelitian. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Zeithami, Valerie A. 2002. "Consumer Perceptions of Price, Quality and Value: A Means End Model and Synthesis of Evidence," Journal of Marketing, Vol 52 July.